



Teleconferência de resultados – 2T24

08/08/2024





Previsões acerca de eventos futuros

- Esta apresentação 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 neste documento foram extraídas das informações contábeis intermediárias (“Informações Trimestrais”) para o período de três meses findo em 30 de junho de 2024, e preparadas de acordo com o pronunciamento técnico CPC 21 (R1) - Demonstração Intermediária e com a norma internacional IAS 34, emitida pelo “*International Accounting Standards Board - IASB*”, e apresentadas de forma condizente com as normas expedidas pela CVM, aplicáveis à elaboração das Informações Trimestrais.
- As informações da Ultragaz, Ultracargo e Ipiranga 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.
- As informações denominadas EBITDA estão apresentadas de acordo com a Resolução 156 emitida pela CVM em 23 de junho de 2022.

Reporte de Resultados da Hidrovias do Brasil

- Em maio de 2024, a Ultrapar comunicou a conclusão da aquisição de participação acionária relevante na Hidrovias, tornando-se assim acionista de referência estratégico e de longo prazo. A partir deste momento, todo o montante de R\$ 1,3 bilhão investido na transação passou a ser contabilizado no ativo não circulante, em investimentos em controladas, controladas em conjunto e coligadas. Por sua vez, o resultado da Hidrovias está sendo contabilizado com uma defasagem de competência de dois meses, impactando o resultado por equivalência patrimonial. Portanto, no segundo trimestre de 2024, o lucro líquido da Ultrapar não possui impacto por equivalência patrimonial de Hidrovias.



EBITDA recorrente¹

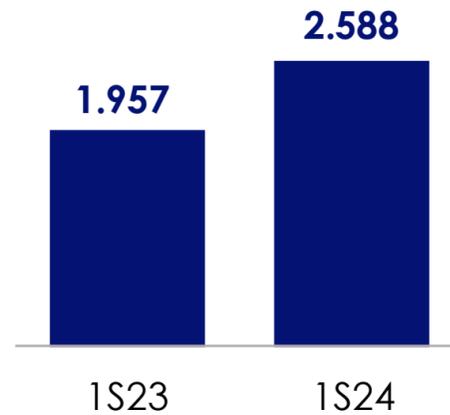
R\$ M

+37%

+32%



↑ Maior EBITDA da Ipiranga

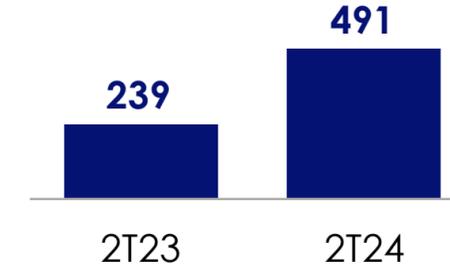


Lucro líquido

R\$ M

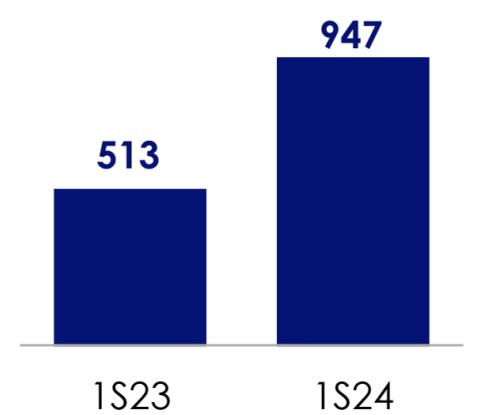
+106%

+85%



↑ Maior EBITDA
↑ Menor despesa financeira líquida

Aprovação da distribuição de R\$ 276 M em dividendos intermediários (R\$ 0,25/ação)

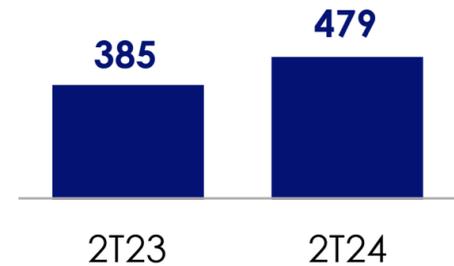


CAPEX

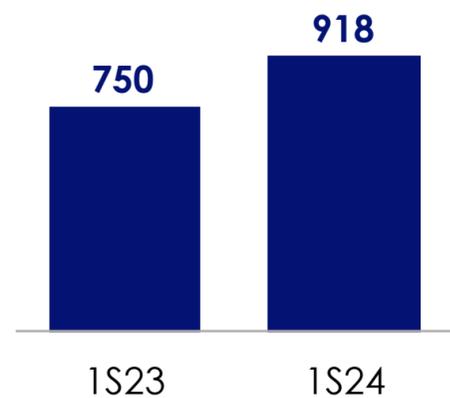
R\$ M

+24%

+22%



↑ Maiores investimentos na Ultracargo
↓ Menores investimentos na Ipiranga



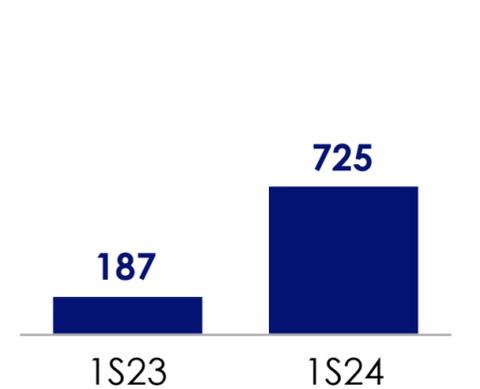
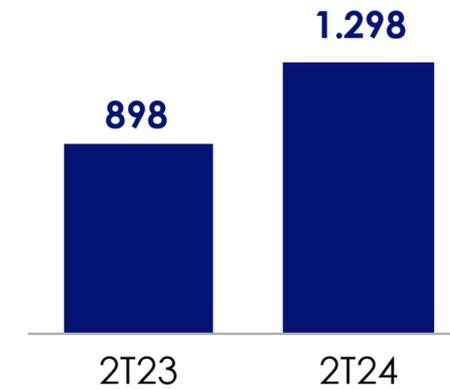
Fluxo de caixa das atividades operacionais

R\$ M

↑ Maior EBITDA

↑ Menor investimento em capital de giro

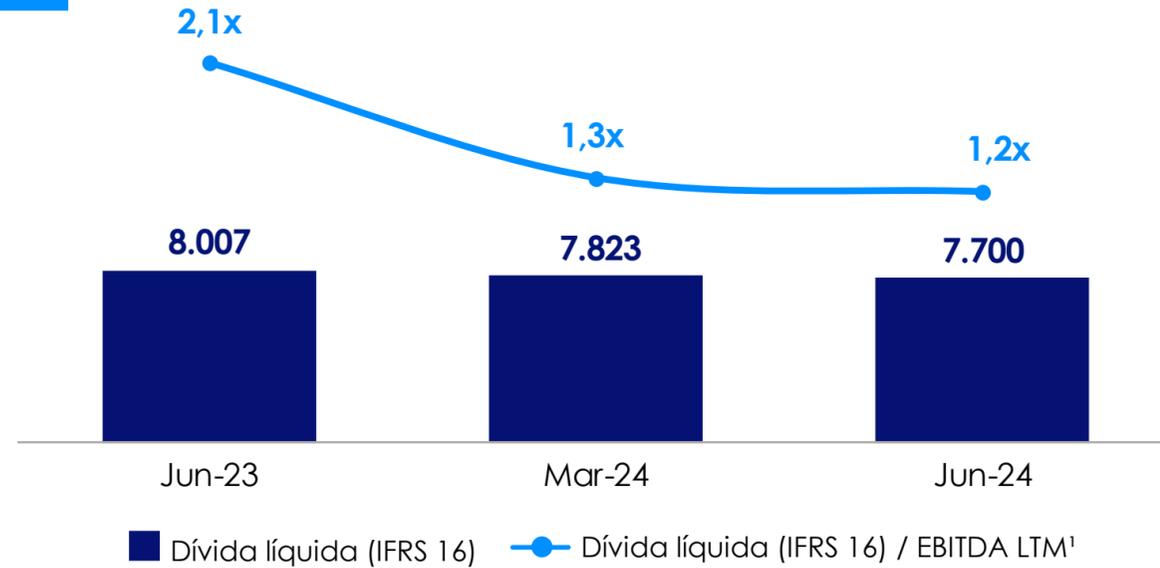
↑ Aumento de risco sacado no 2T24



¹ Itens não recorrentes descritos na página 2 do Earnings Release

Evolução do endividamento e da alavancagem

R\$ M



Queda da dívida líquida QoQ

- ↑ Geração operacional de caixa
- ↑ Recebimento da última parcela da **venda da Oxiteno de R\$ 0,8 B**
- ↓ Aquisição de participação na **Hidroviás de R\$ 1,3 B**, com reclassificação para a linha de "Investimentos"

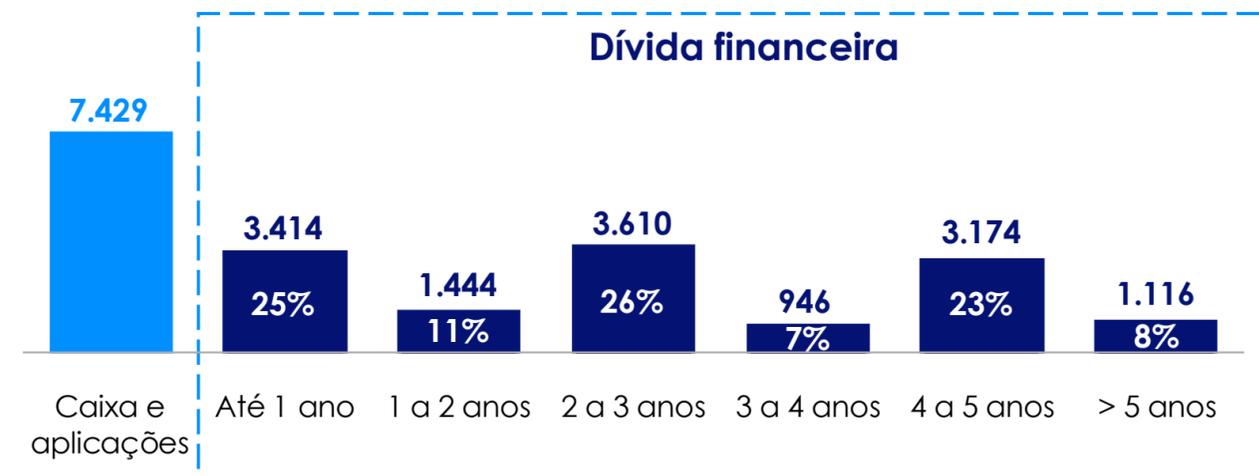
Queda da alavancagem QoQ

- ↑ Maior **EBITDA LTM**
- ↑ Menor **dívida líquida**

Dívida e perfil de amortização

R\$ M

	Período		
	2T23	1T24	2T24
Dívida líquida	8.007	7.823	7.700
Fornecedores convênio (risco sacado)	1.468	1.304	1.531
Passivo financeiro de clientes (vendedor)	388	278	244
Recebíveis dos desinvestimentos²	(1.083)	(964)	(220)
Dívida líquida + risco sacado + vendedor + recebíveis	8.779	8.441	9.256



Duration: 3,3 anos

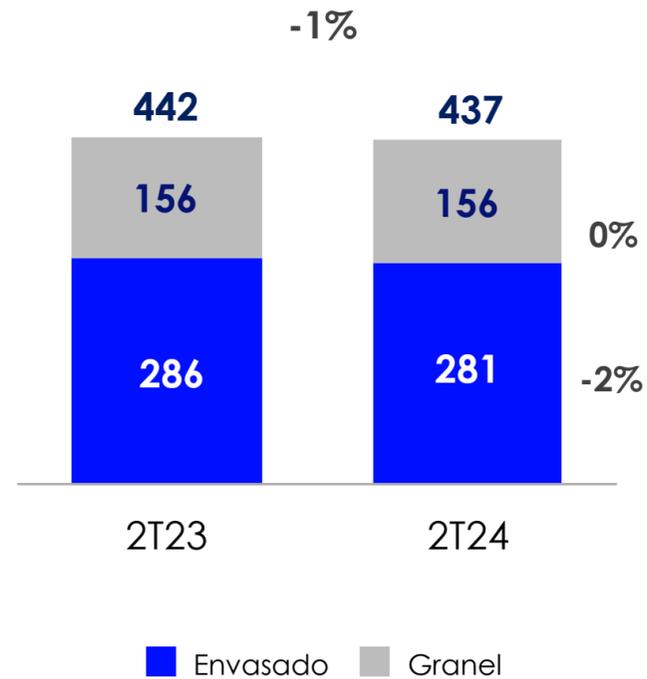
¹ Ajustes do EBITDA LTM descritos na página 8 do Earnings Release

² Oxiteno e Extrafarma



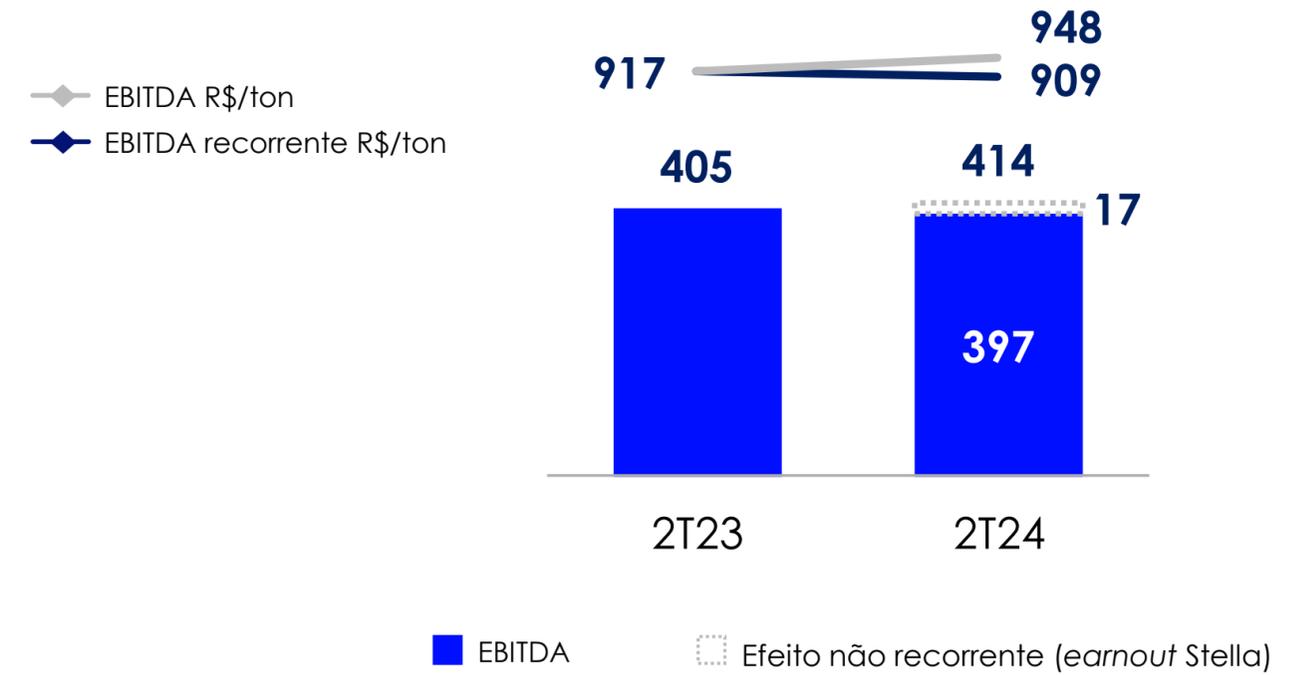
Volume

Mil ton



EBITDA

R\$ M



Volume

Envasado

- ↓ Continuidade do **ambiente mais competitivo**
- ↓ Inverno **mais ameno**

Granel

- Estável (**crescimento em indústrias** compensado pelo inverno mais ameno)

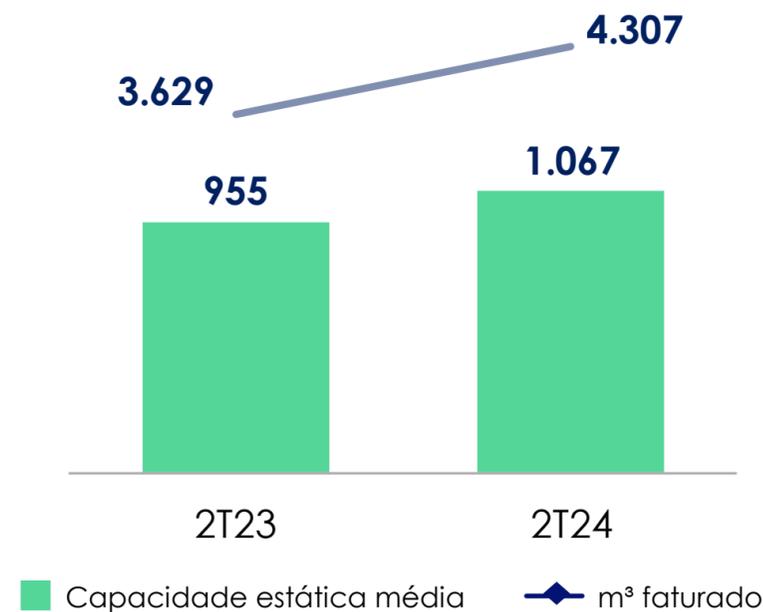
EBITDA recorrente

- ↓ Menor **volume de vendas**
- ↓ **Ambiente mais competitivo no envasado**



Capacidade e m³ faturado

Mil m³

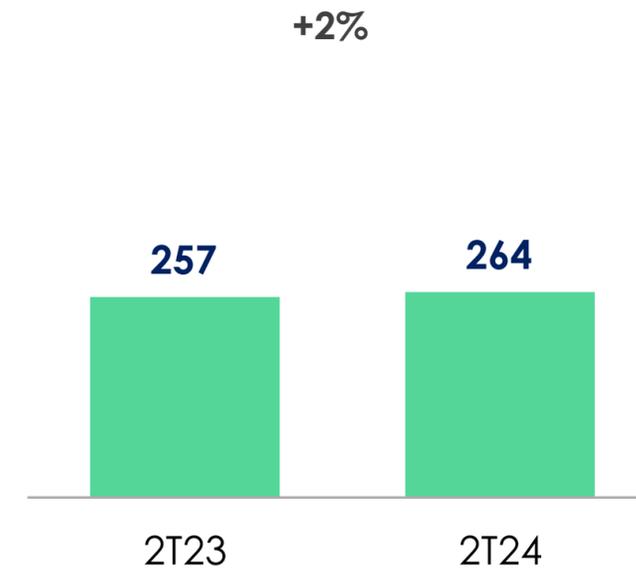


m³ faturado

- ↑ Início das **operações** em **Opla** e **Rondonópolis**
- ↑ Maior **movimentação de combustíveis** em Vila do Conde
- ↓ Menor **movimentação spot de combustíveis** em Santos e Itaquí

Receita líquida

R\$ M

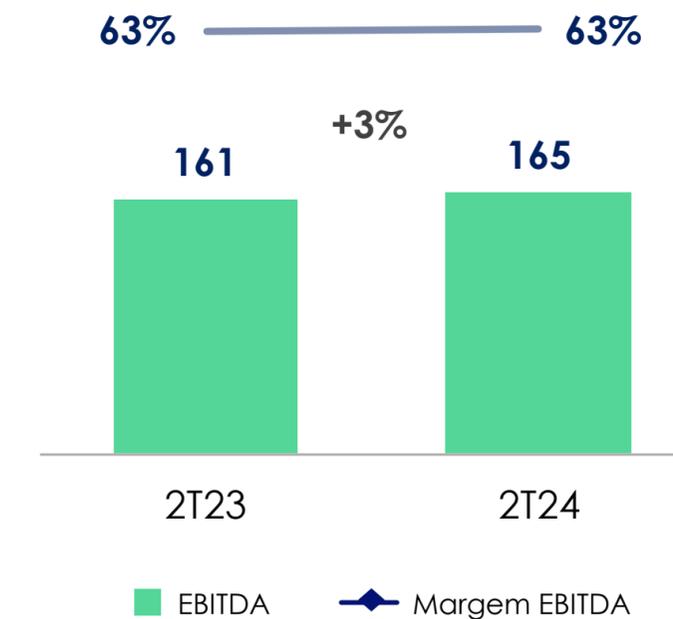


Receita líquida

- ↑ Maior **m³ faturado**
- ↓ Menores **vendas spot**

EBITDA

R\$ M

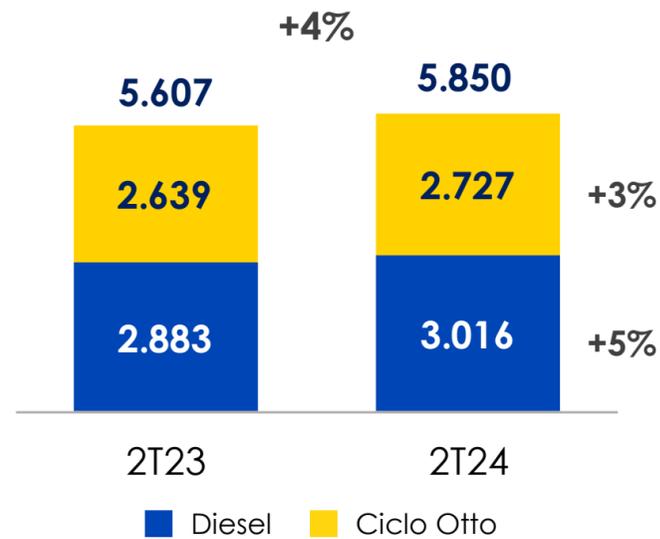


EBITDA

- ↑ Maior **ocupação da capacidade** com **ganhos de rentabilidade**
- ↑ Menores **despesas**
- ↑ Ganhos de **produtividade e eficiência**
- ↓ Menores **vendas spot**
- ↓ Ganho de R\$ 8 M com a **desmobilização da União Vopak** no 2T23

Volume

Mil m³



Rede: 5.876 postos

- + 79 novos postos
- 84 depurados

↑ Maior volume de **diesel**

↑ Maior volume de **ciclo Otto**, com maior participação de etanol no mix

Evolução AmPm

- ✓ **Faturamento total (GMV¹)** de R\$ 511 M no 2T24
 - SSS +7% vs 2T23
- ✓ **1.506 lojas** de conveniência
 - 26% de penetração
- ✓ **137 lojas** com **operação própria**

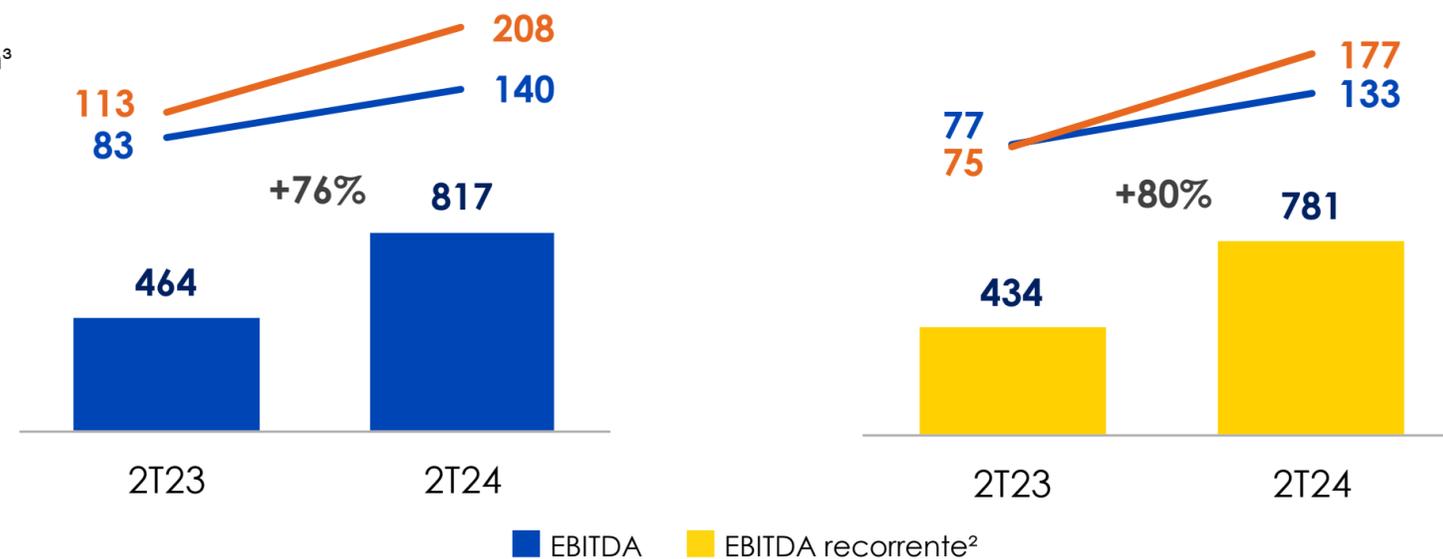
¹ Gross merchandise value

EBITDA

R\$ M

◆ EBITDA LTM R\$/m³

◆ EBITDA R\$/m³



- ↑ Normalização do **ambiente concorrencial**
- ↑ **Ganho de estoque** no **2T24** vs perda de estoque no 2T23
- ↓ Maiores **despesas**
- ↓ **Irregularidades no mercado** (destaque para Amapá e nafta)



ULTRAPAR
PARTICIPAÇÕES S.A.

Relações com Investidores

invest@ultra.com.br

ri.ultra.com.br





Local Conference Call
Ultrapar Participações S/A (UGPA3)
Resultados do 2T24
08 de agosto de 2024

Operadora: Bom dia e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da Ultrapar para discussão dos resultados referentes ao segundo trimestre de 2024. 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.

A apresentação será conduzida pelo Sr. Rodrigo Pizzinato, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores da Ultrapar, e a sessão de perguntas e respostas contará também com a presença do Sr. Marcos Lutz, CEO da Ultrapar, os CEOs da Ultragaz e da Ipiranga, os Srs. Tabajara Bertelli e Leonardo Linden, e o CFO da Ultracargo, o Sr. André Zaia.

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. 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 7 dias.

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. Rodrigo Pizzinatto, que dará início a teleconferência. Por favor, Sr. Rodrigo, pode prosseguir.

Rodrigo Pizzinatto: Bom dia a todos! É um prazer estar aqui mais uma vez com vocês para falar sobre os resultados da Ultrapar.

Antes de começar, gostaria de chamar a atenção para os critérios e padrões de reporte apresentados no slide 2.

E já indo para o slide 3, como vocês podem ver no gráfico superior à esquerda, nosso EBITDA recorrente totalizou R\$ 1 bilhão e 282 milhões no segundo trimestre de 2024, 37% maior em relação ao do 2T de 23, fruto principalmente do maior EBITDA da Ipiranga ano contra ano. Como vocês podem ver também, o EBITDA acumulado de 2024 é de R\$ 2 bilhões e 588 milhões, 32% acima do período anterior.

O lucro líquido da Ultrapar foi de R\$ 491 milhões, 106% superior ano contra ano, devido ao maior EBITDA que acabei de mencionar e à menor despesa financeira líquida. Gostaria de ressaltar que a equivalência patrimonial de Hidrovias não contribuiu para o lucro líquido da Ultrapar no 2T de 24, o que ocorrerá a partir do terceiro trimestre com 2 meses de defasagem. O lucro líquido acumulado de 2024 é de R\$ 947 milhões, 85% acima do período anterior.

Nosso Conselho de Administração, como já comunicamos, aprovou o pagamento de R\$ 276 milhões em dividendos intermediários referentes ao primeiro semestre de 2024, equivalentes a 25 centavos por ação.

O CAPEX, por sua vez, totalizou R\$ 479 milhões no 2T de 24, crescimento de 24% em relação ao 2T de 23, fruto principalmente de maiores investimentos na Ultracargo e menores investimentos na Ipiranga. Ressalto que o CAPEX não considera a aquisição de participação acionária relevante na Hidrovias e recebimentos de desinvestimentos.



Tivemos uma geração de caixa operacional de R\$ 1 bilhão e 298 milhões no 2T de 24, R\$ 400 milhões superior ao 2T de 23, principalmente em função do maior EBITDA, do menor investimento em capital de giro e do aumento de risco sacado no 2T24.

Passando agora para o slide 4, para falar da gestão do nosso endividamento.

Encerramos o segundo trimestre com uma dívida líquida de R\$ 7 bilhões e 700 milhões, redução de R\$ 123 milhões em relação a março de 24. A queda do endividamento líquido deve-se principalmente à geração de caixa operacional do período e recebimento da última parcela da venda da Oxiteno de R\$ 755 milhões. Estas entradas de caixa foram parcialmente compensadas pela aquisição de participação na Hidrovias de R\$ 1 bilhão e 293 milhões, com reclassificação para a linha de "Investimentos".

Nossa alavancagem passou de 1,3x em março de 24 para 1,2x em junho de 24, devido ao maior EBITDA dos últimos 12 meses e à menor dívida líquida que acabei de mencionar. Destaco que os números do 2T de 24 ainda não incluem o recebimento da última parcela da venda da Extrafarma no valor de R\$ 222 milhões, ocorrido no início de agosto.

Como vocês podem ver também na tabela, na parte inferior desse slide, a dívida líquida de junho de 24 somada ao risco sacado, vendor e recebíveis do desinvestimento da Extrafarma, seria de R\$ 9 bilhões e 256 milhões, R\$ 476 milhões superior ao mesmo período do ano passado.

Passando agora para o próximo slide, de número 5, para falarmos da Ultragaz.

O volume vendido de GLP no segundo trimestre foi 1% menor ano contra ano, devido à redução de 2% no envasado, reflexo principalmente da continuidade do ambiente mais competitivo, além do inverno mais ameno em comparação ao ano anterior. Já o granel permaneceu estável, também afetado pelo inverno mais ameno.

O SG&A da Ultragaz no 2T de 24 foi 4% inferior ao do 2T de 23, em função de iniciativas para aumento da eficiência operacional, além de menores despesas com comissões de vendas e pessoal.

O EBITDA da Ultragaz foi R\$ 414 milhões no 2T de 24, que inclui R\$ 17 milhões de efeito não recorrente referente à redução do earnout a pagar da aquisição de Stella, em



função da saída de um sócio. Já o EBITDA recorrente totalizou R\$ 397 milhões no trimestre, 2% inferior ao do 2T de 23. Essa queda é explicada pelo menor volume de vendas e ambiente mais competitivo no segmento envasado.

Para o terceiro trimestre, a perspectiva é de volume sazonalmente mais forte em relação ao segundo trimestre, com EBITDA em patamar similar ao do 3T de 23.

Indo agora para o slide 6, para falarmos de mais um bom resultado da Ultracargo.

A capacidade estática média da empresa de 1 milhão e 67 mil metros cúbicos é 12% acima da capacidade do 2T de 23, decorrente de Opla, Vila do Conde e Rondonópolis.

O m³ faturado cresceu 19% ano contra ano, devido principalmente ao início das operações em Opla e Rondonópolis e da maior movimentação de combustíveis em Vila do Conde, atenuados pela menor movimentação spot de combustíveis em Santos e Itaqui.

A receita líquida da Ultracargo foi de R\$ 264 milhões no 2T de 24, 2% superior à do 2T de 23, fruto do maior m³ faturado, apesar de menores vendas spot.

Os custos e despesas combinados foram 1% maiores que os do 2T de 23, consequência de maiores custos com depreciação, em linha com os aumentos de capacidade, atenuados pela menor despesa com pessoal.

O EBITDA da Ultracargo totalizou R\$ 165 milhões no trimestre, 3% superior ao do 2T de 23, em razão da maior ocupação da capacidade com ganhos de rentabilidade, menores despesas e ganhos de produtividade e eficiência, apesar das menores vendas spot e do ganho de R\$ 8 milhões com a desmobilização da União Vopak no 2T23.

A margem EBITDA foi de 63% no 2T de 24, em linha com a margem do 2T de 23.

Para o terceiro trimestre, esperamos a continuidade dos bons resultados da Ultracargo, com níveis de EBITDA próximos aos vistos nos últimos trimestres.

E para fechar a apresentação, indo para o slide 7, vamos falar sobre os resultados da Ipiranga.



O volume vendido pela Ipiranga no segundo trimestre cresceu 4% em relação ao 2T de 23, com crescimento de 5% no diesel e 3% no ciclo Otto, impulsionado pela maior participação de etanol, em detrimento da gasolina, no mix de produtos.

Encerramos o 2T de 24 com uma rede de 5.876 postos, 5 postos a menos do que março de 24. Foram inaugurados 79 postos e depurados 84 ao longo do trimestre. Este nível de depuração reflete maior rigor no cumprimento de contratos. Lembro que o número de postos não é o principal direcionador para crescimento de volume, como tem sido observado nos últimos trimestres. Além disso, encerramos o trimestre com 1.506 lojas na AmPm, com crescimento de faturamento mesmas lojas de 7%.

O SG&A da Ipiranga aumentou 30% em comparação ao 2T de 23, devido a maiores despesas com pessoal, principalmente maior quadro físico e dissídio, depreciação, frete, decorrente do maior volume de vendas, e despesas pontuais com a mudança dos escritórios do Rio de Janeiro e São Paulo.

A linha de outros resultados operacionais totalizou R\$ 109 milhões negativos no trimestre, melhora de R\$ 100 milhões ano contra ano, fruto de menores despesas com CBios. Já a linha de resultado na venda de bens totalizou R\$ 36 milhões, decorrente da venda de imóveis, com destaque para o edifício de São Cristóvão, no Rio de Janeiro.

O EBITDA da Ipiranga foi de R\$ 817 milhões no trimestre. Já o EBITDA recorrente totalizou R\$ 781 milhões, 80% superior ano contra ano. O maior EBITDA reflete as melhores margens, fruto principalmente da normalização do ambiente concorrencial e de ganhos de estoque no 2T de 24, apesar de maiores despesas e de irregularidades no mercado. Essas irregularidades são reflexo principalmente de benefícios fiscais no Amapá, revogados em abril, e do aumento da importação de nafta, que ingressa no país como insumo para a indústria química, com carga tributária menor, mas acaba sendo utilizado para produzir gasolina sem o recolhimento da totalidade dos tributos.

Fechamos o trimestre com EBITDA unitário recorrente dos últimos 12 meses de R\$ 177/m³, 137% superior ano contra ano, impulsionado principalmente pelo resultado do segundo semestre de 2023.



Neste terceiro trimestre, tivemos aumento de preços de combustíveis em julho, com consequente ganho de estoque. Estamos vendo também uma normalização do nível de estoque no setor, que começou a acontecer no final do último trimestre. Com isso, a perspectiva é de rentabilidade próxima à do ano de 2023.

Muito bem, encerro assim minha apresentação. Passaremos agora para a sessão de perguntas e respostas para respondermos as questões que tiverem. Muito obrigado!

Sessão de Perguntas e Respostas

Operadora: Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas apenas para investidores e analistas.

Gabriel Barra, Citi: Olá pessoal, obrigado por pegar minhas perguntas aqui. Eu acho que vou focar talvez mais em Ipiranga. Eu queria tentar pegar aqui um pouco da visão de vocês em três pontos.

Um, olhando o resultado, parece que tem um efeito no SG&A talvez até um pouco, vamos dizer assim, não recorrente no trimestre. Eu acho que teve a questão da mudança do escritório do Rio, etc. Eu acho que seria interessante aqui, não sei quanto vocês podem dividir, mas seria interessante entender a magnitude desse efeito não recorrente no trimestre para nós tentarmos olhar para uma margem aqui, expurgando esse efeito dado que parece um efeito relevante no trimestre.

Segundo ponto, acho que o Pizzinatto falou isso, nós temos visto a indústria muito focada nisso, até via Instituto Combustível Legal, vários efeitos negativos no trimestre. Acho que é uma coisa que ao longo do tempo tem melhorado muito, mas ainda é um trabalho que é árduo e tem que ser feito para essa melhora de margem aparecer no futuro aqui desse negócio.

E aí meu segundo ponto que eu queria entender de vocês é, não sei o quanto vocês conseguem quantificar alguns desses impactos, não só a questão do Amapá, mas também tem a questão da gasolina, da nafta, que é um problema, a questão do CBios, que também tem sido discutida, a questão do devedor contumaz, então se



pudesse falar um pouco sobre isso, os impactos nesse trimestre, o quanto que nós deveríamos ver de melhora só em relação a isso para o próximo semestre, seria bem interessante.

E o terceiro, acho que o Pizzinatto já adiantou, acho que o 2T parece um semestre bem melhor para o setor. Acho que vocês compartilham da mesma visão, mas eu queria entender o grau de magnitude aqui dessa melhora e a sustentabilidade dessa melhora aqui para a frente no setor. Então, são esses três pontos. Obrigado.

Leonardo Linden: Oi Gabriel, bom dia, obrigado pelas perguntas.

Com relação ao SG&A e aos escritórios, realmente teve um impacto esse mês. Aqui, na verdade, nós tínhamos já um plano há algum tempo de mudar o escritório do Rio de Janeiro. Nós estamos num prédio que já é relativamente antigo, com alto custo de manutenção, com algumas deficiências do ponto de vista de infraestrutura, então nós já tínhamos essa intenção, já tínhamos mapeado o local para ir no Rio de Janeiro, que é o Ventura, na região do centro do Rio de Janeiro. Nós só não tínhamos tido ainda a oportunidade de fazer a transação que nós gostaríamos de fazer com o prédio.

Ela apareceu, fizemos uma transação com o empreendedor, e com isso demos sequência a esse plano de mudança do escritório do Rio de Janeiro para o novo escritório, e ao mesmo tempo fazendo obra nesse novo escritório e também aproveitando para fazer uma obra aqui em São Paulo para acomodar melhor o time que já está aqui, inclusive. Nós não esperamos impactos relevantes no 3T em relação a isso, mas de fato é uma despesa que caiu no 2T, e para dar uma ordem de grandeza, talvez estejamos falando de R\$ 7 a R\$ 8 por m³ de impacto no nosso SG&A.

Para o seu segundo ponto, com relação aos efeitos negativos do mercado, nós ainda vivemos nesse 2T os efeitos pelo menos, por uma boa parte dele, das questões do Amapá, que o Rodrigo comentou na abertura, isso foi revogado mais para o final de abril. Mas não é o único efeito, nós convivemos com um mercado que tem outros efeitos de irregularidade. Tem liminares de distribuidoras que não cumprem as suas metas de CBios, tem o ponto da nafta que o Rodrigo comentou, que não é só uma questão tributária, é também uma questão de não especificação de produto, enfim,



tem irregularidades no mercado e que vimos lidando com elas, o setor vem lidando com elas.

Mas eu também acho que nós vimos nesse trimestre alguns movimentos importantes aqui, e aqui mesmo nesse fórum, eu sempre fui muito crítico e cobreí que nós, como sociedade, que nos posicionássemos em relação a isso. E esse trimestre, mais para o final do trimestre, foi importante ver alguns movimentos feitos pela ANP. Eu acho que nós precisamos reconhecer aqui o trabalho feito pela ANP em atacar algumas coisas que são, de fato, "distorcedoras" do bom ambiente competitivo do mercado.

Então, o trabalho da ANP, o trabalho do ICL, o trabalho da imprensa, que fiquei com a impressão de que nesse trimestre de fato compraram o tema e estão tornando ele mais público, eu acho que isso tudo são sinais bastante positivos, e que nos deixa animados, que apesar de ainda estarmos longe de ver esse problema resolvido, mas me parece que ele chama hoje muito mais atenção e nos deixa com uma boa perspectiva. E vamos lembrar que esses números são conhecidos, divulgados, fazem parte de estudos. Como sociedade, nós temos uma perda de 30 bilhões com essa irregularidade, e isso vai direto no cofre público. Então, eu acho que é importante continuarmos nesse caminho de combate ao mercado irregular para que tenhamos um ambiente competitivo mais saudável. Obviamente um ambiente mais saudável deveria contribuir para os negócios também.

Com relação ao 2T, nós vemos uma situação de estoques do mercado como um todo mais normalizado, então ele dá a impressão de que não vamos ter o nível de sobreoferta que vimos principalmente no diesel no segundo no 2T. Acho que vai ter um mercado mais equilibrado, o que não significa que vai faltar produto, mas vai ser um mercado mais equilibrado e nós temos uma perspectiva positiva em relação ao próximo trimestre.

Gabriel Barra: Está claro, Linden. Obrigado.

Monique Greco, Itaú: Bom pessoal, vou fazer duas perguntas aqui do nosso lado.

Vou aproveitar aqui na sequência de Ipiranga, e queria perguntar para o Linden, olhando para o 2T, que foi sua última resposta à pergunta do Barra, você pode



compartilhar um pouco conosco também o que vocês estão esperando em termos de trajetória de *market share*? Nós temos acompanhado os dados aqui mensalmente e nós vimos nos últimos meses uma pequena contração de *share* nos segmentos de *retail* e B2B. Se vocês conseguirem compartilhar a visão dessa trajetória também para o 2T, o que vocês estão esperando.

E a minha segunda pergunta é para o Tabajara em Ultragaz. Vocês conseguem compartilhar conosco como está evoluindo a integração com a SHV? Já existem alguns resultados que vocês conseguem compartilhar até agora? E até quando esperam concluir essa integração e capturar as oportunidades? Obrigada.

Leonardo Linden: Oi Monique, obrigado pela pergunta.

Primeiro em relação ao *share*, o mercado hoje tem uma característica um pouco diferente do que historicamente sempre foi, e nós vemos um pouco mais de volatilidade no *share* do que víamos no passado justamente porque o mercado *spot* e ele está muito mais volátil principalmente para uma Companhia como a Ipiranga.

Então, o que eu vejo para o 2T? Eu vejo um mercado de *share* na rede bandeirada e no consumo contratado relativamente estável, porque é a natureza do nosso negócio, são os volumes constantes que nós temos. E vejo um 3T com uma volatilidade talvez menor, por um menor efeito de regularidade, assim esperamos, no mercado *spot*. Agora, o *spot* sempre vai ser um negócio oportunístico, tanto para quem compra quanto para quem vende. E se tiver a condição certa no momento certo, nós aproveitamos. Se não tiver, não é o fim do mundo, a nossa prioridade sempre vai ser a nossa rede.

Mas não tem por que, na rede principalmente, nós vemos nenhum cenário muito diferente do que temos visto, que é uma certa estabilidade, e sempre trabalhamos para capturar o máximo possível os bons negócios que possam impactar em *share* no mercado *spot*.

Tabajara Bertelli: Obrigado pela pergunta, Monique.

Sobre a sua pergunta do fundamento do consórcio operacional com a SHV, justamente esse trimestre foi planejado uma parte importante da integração, a fase 1 dessa integração, mas bastante relevante no contexto total do projeto. Nós



conseguimos cumprir exatamente aquilo que tínhamos planejado, com as movimentações já previstas, dessa fase 1 todas implementadas, e é uma parte relevante do total do projeto.

Nós não tivemos, nesse trimestre, uma captura relevante justamente porque é o processo de implementação, assim, como previsto. Seguimos aqui para o 3T e o 4T já com alguma captura marginal, conforme aquele plano que nós já chegamos a explicar no passado, e evoluindo para as próximas fases, que levam alguns meses, em algumas situações até escorrega para o próximo para o próximo ano, o complemento da implementação toda do consórcio, muito naquela linha do nosso plano estratégico de evoluir a eficiência operacional junto com outras iniciativas, mas essa ali de fato tinha um desafio de implementação, e felizmente nós conseguimos passar bem essa fase, ela está implementada.

Nós caminhamos aqui com bastante determinação para as próximas fases.

Monique Greco: Perfeito, obrigada pessoal.

Luiz Carvalho, UBS: Olá, pessoal. Obrigado por pegar as perguntas e parabéns pelos resultados.

Eu tenho duas aqui, e aí eu vou voltar a um ponto que eu sempre bato aqui, que é a alocação de capital. Vocês estão com uma alavancagem, eu diria, bastante confortável, ali perto de uma vez, mesmo depois da aquisição da Hidrovias. O que dá para esperar do ponto de vista de prioridade agora em termos de alocação de capital? Tem alguma coisa, eventualmente, de aquisição pela frente ou expansão, dado o plano de CAPEX que vocês têm? Alguma perspectiva, eventualmente, de distribuir dividendo extraordinário, acelerar *buyback*? Eventualmente, como é que vocês estão pensando nessa linha?

E a segunda, apesar, obviamente, dos três negócios serem superimportantes para a Companhia, acho que parte da tese aqui do grupo Ultrapar está muito nessa perspectiva de alocação de capital, e acho que vocês fizeram um movimento super relevante aí na Hidrovias. Então agora, como eu acho que vocês talvez possam falar mais sobre esse investimento, queria entender um pouco mais quais são as primeiras



impressões, quais são as oportunidades que vocês enxergam ali, que vocês têm agora quase 40% da Companhia, o que podemos esperar do ponto de vista de atuação do grupo Ultrapar na Hidrovias ali como principal acionista? Obrigado.

Marcos Lutz: Luiz, obrigado pela pergunta.

Eu vou repetir um pouco o que nós temos falado. O que você pode esperar em alocação de capital do nosso lado é disciplina. Acho que isso é a única coisa que eu te dou certeza que vamos sempre ter aqui como um mantra.

No tema da Hidrovias, nós olhamos para o negócio, de novo, é uma empresa de capital aberto que vai ter o seu *call* de resultado e vai mostrar isso no futuro, que eu não posso obviamente colocar aqui nenhuma informação privilegiada antes da própria Companhia divulgar. Mas nós olhamos o negócio como uma oportunidade, temos 40%, percebemos que tem várias oportunidades interessantes, e achamos que como acionista de referência, nós vamos agregar uma lógica de longo prazo que vai ser muito benéfica para a Companhia. Mais do que isso, realmente é muito difícil colocarmos, porque a Companhia, de novo, é capital aberto e ela tem as suas próprias práticas. Eu e o Rodrigo somos Conselheiros lá, temos acordo de confidencialidade com as informações que temos acesso.

Rodrigo Pizzinatto: E aproveitando, Luiz, nós vamos ter o nosso Investor Day Ultra Day, dia 6 de setembro, e a Hidrovias vai estar lá também. Acho que isso nos ajuda a alinhar as expectativas do plano com a Companhia.

Luiz Carvalho: Está claro, super obrigado, ficou claro. Valeu, pessoal.

Rodolfo Angele, J.P. Morgan: Bom dia, obrigado, gente. Duas perguntas breves aqui.

Primeiro, acho que em relação à Ipiranga, acho que está claro que nós estamos falando aí de um *outlook* para o 2T que parece bastante interessante para a Companhia. Do ponto de vista de agenda do *management*, a impressão é que a Empresa está redonda, o ambiente está melhorando, houve a depuração dos postos. Quais são os próximos passos? Do ponto de vista estratégico, o que nós devemos esperar? O que está na agenda do *management*, olhando para a frente.



E eu gostaria também de ouvir de vocês em relação à Ultragas. Houve uma queda pequena em relação às margens, quando olhamos EBITDA por tonelada. Se puder falar um pouquinho qual é o *outlook*, como é que vocês estão vendo o ambiente de negócios para o *business* da Ultragas no próximo semestre, olhando um pouquinho mais para frente também, acho que seria interessante para nós. Obrigado, gente.

Leonardo Linden: Olá, Rodolfo. Obrigado pela pergunta.

Eu acho que do ponto de vista de agenda não é nada muito diferente do que eu tenho recorrentemente colocado para vocês como as nossas prioridades. Então, obviamente temos sempre um olhar todo especial para a nossa capacidade de originação de produto, comprar competitivamente, entender as melhores condições, isso está dentro do escopo do que nós fazemos na área de *trading e supply*.

Tem um tema importante de logística que hoje é uma das grandes prioridades da Companhia pelo potencial de valor a destravar nesse negócio, e inclusive com impacto importante no SG&A. Tem o tema de competitividade, esse é um negócio que você não pode tirar o olho da bola nunca no preço, é uma gestão sempre muito próxima e muito tática da dinâmica de mercado. E tem toda uma agenda de engajamento em torno da marca, isso para dentro e para fora, que seguimos fazendo normalmente, e de novo nada diferente do que eu tenho comentado.

Eu acho que chama atenção aqui para os próximos meses, definitivamente esse trabalho que nós temos feito na logística é um trabalho importante de mudanças transformacionais na Ipiranga, e temos também um trabalho de mudança de ERP, que é um projeto um pouco mais longo, mas que demanda muito da nossa atenção e do nosso cuidado, porque também é uma oportunidade muito grande de geração de valor.

Mas é mais ou menos por aí. É um trabalho que está sendo feito e está caminhando bem, não tem por que mudar.

Tabajara Bertelli: Rodolfo, só pegando a tua pergunta aqui para a Ultragas, nós, como a agenda segue naquela nossa agenda de excelência operacional, nós comentamos há pouco aqui a implementação do consórcio operacional, que é



muito ali da eficiência operacional. Foi um trimestre em que conseguimos avançar naquela agenda proposta, maior proximidade com rede de revendedores, qualificação da rede, continuamos expandindo o tamanho da rede, proximidade com os clientes do segmento empresarial, então nós vimos construindo essa agenda de longo prazo, que é o nosso principal objetivo.

No trimestre, especificamente, tivemos dois efeitos que foram comentados, e ainda um reflexo daquele mercado um pouco mais competitivo em algum segmento específico, isso ainda teve um efeito menor aqui no 2T, e também um efeito de temperatura em especial no último mês do trimestre, que era o começo do inverno, que afetou marginalmente, como você comentou, o resultado do trimestre, mas a perspectiva, aquela que nós sinalizamos, muito parecida com a evolução do ano passado. Era isso.

Pedro Soares, BTG: Bom dia, pessoal, bom dia a todos.

Eu tenho duas perguntas, acho que são, de certa forma *follow-up*. Primeiro na Ipiranga, acho que o Linden e o Pizzinatto endereçaram bastante o assunto sobre estoque, mas Linden, se você puder falar um pouquinho mais sobre a evolução disso ao longo do 3T. Acho que no último *call* de vocês, com os resultados do 1T, ali para meados de maio, nós já estávamos todos cientes das dificuldades causadas pelos volumes no Amapá, e que acabaram criando essa sobreoferta, e me parece que ao fim desse 2T os estoques ainda, como pontuado pelo Pizzinatto, não estavam nos patamares que vocês vislumbram como patamares mais próximos ao equilíbrio da indústria. Teve alguma coisa desde então que vale ressaltar, que dificultou um pouco da dinâmica mais competitiva natural, não desses aspectos mais artificiais do mercado, ou se foi reflexo de alguma estratégia de vocês em priorização de volumes. Se puderem falar um pouquinho a respeito disso.

E um segundo *follow-up* sobre Ultragaz, acho que mais pensando sobre a ótica de ROIC, acho que os patamares de ROIC desses últimos dois trimestres estão bastante altos, bastante acima do histórico, e acho que está muito claro que essa estratégia perseguida nos últimos anos, vão se traduzir cada vez mais para frente num CAPEX marginal relativamente baixo.



Então dado que esse ROIC já está em patamares bem acima do que vemos como custo de capital e a integração de SHV, vocês ainda veem espaço para que esse ROIC volte a subir, ou entendem que esse patamar deveria ser algo mais próximo do que seria o de equilíbrio? Obrigado, pessoal.

Leonardo Linden: Oi Pedro, obrigado pela pergunta.

Em relação aos estoques no 2T ou a dinâmica do 2T, o 2T foi volátil do ponto de vista de arbitragem. Então ela começa fechada, abre e fecha de novo, então isso manteve os fluxos de importação acontecendo para dentro do Brasil. Se você parar para analisar, esse 2T foi o segundo maior nível de importação no trimestre nos últimos dois anos.

Então isso manteve o mercado abastecido e isso juntou, óbvio, com aquela dinâmica do 1T de uma passagem de inventário alta para aproveitar os benefícios de mudança no custo e, de fato, foi um trimestre que teve abastecido.

Para a frente, enxergamos um melhor equilíbrio desse mercado, talvez com uma redução de dois a quatro dias, dois, três dias de inventário no mercado. Não é uma redução a ponto de faltar produto, mas ele deixa o mercado mais normalizado. E eu acho que isso é positivo para a dinâmica como um todo.

Tabajara Bertelli: Pegando aqui a tua pergunta para Ultragas, acho que continua ali, muito parecido na pergunta anterior. De fato nós temos essa agenda de excelência operacional, de entregar maior valor para os clientes, maior proximidade, aumentando a nossa capilaridade e com um custo associado proporcionalmente menor e isso tem essa evolução que você comentou ali, que nós percebemos nos últimos anos. Nós temos uma agenda grande e estruturante a longo prazo, esse projeto que nós citamos recentemente, os acordos operacionais estão inseridos nesse planejamento, mas obviamente isso é uma visão de longo prazo, com evoluções marginais aqui para frente, sempre desafiadores e marginais, e olhando naquela perspectiva de ampliarmos as nossas ofertas para os nossos clientes com maior valor e a longo prazo trazendo as outras energias que começamos a desenvolver recentemente.



Então esse é o desenho, nós imaginamos, temos o desafio de continuar evoluindo, mas cada vez de uma maneira marginal nessa evolução.

Pedro Soares: Obrigado Linden, Tabajara.

Bruno Montanari, Morgan Stanley: Bom dia, pessoal. Obrigado por pegar minhas perguntas. Tenho alguns *follow-ups* aqui.

Primeiro, na Ultragaz, vocês mencionam algumas vezes esse ambiente mais competitivo do mercado. Eu queria saber se vocês conseguiriam tangibilizar como que acontece essa competição, de que ângulo ela vem, se é de preço, é de volume, condições de pagamento etc., enfim.

Segundo ponto, na Hidrovias entendo que vocês não conseguem falar muito de estratégia por ser uma empresa listada independente, mas do ponto de vista do Ultra, onde vocês enxergam, dentro do negócio de vocês, potenciais sinergias ou complementaridades com o portfólio existente?

E um último ponto, na Ipiranga, talvez pegar mais uma opinião de vocês. Me parece que essa questão do CBios, o normal é não cumprir no mercado informal uma série de liminares, revisão de número de CBios que precisam ser comprados, enfim. Então qual a opinião da Companhia sobre o mecanismo atual e a sustentabilidade dele no longo prazo? E qual seria uma solução que equilibre o mercado de uma forma mais justa com os *players* que seguem as regras? Muito obrigado.

Tabajara Bertelli: Bruno, começando aqui com a tua pergunta da Ultragaz, esses movimentos são movimentos mais de curto prazo, movimentos em alguns segmentos que respondem mais a condições comerciais e eventualmente mais irracionais, que de tempos em tempos se observa no segmento, muita novidade para nós que já operamos há algum tempo, e elas respondem e em geral não duram muito tempo, até porque acabam sendo insustentáveis a longo prazo.

E aqui nós reforçamos, na prática, esse período nós reforçamos aquilo que acreditamos na implementação da nossa estratégia, que é um valor diferenciado para a nossa rede de revendedores e para os nossos clientes. Cada vez mais vamos nos fortalecendo para atravessar esses momentos que eventualmente aconteçam com menor impacto para a organização e, em especial, mantendo a sua agenda



estratégica de longo prazo. Então é isso que nós presenciamos com uma perspectiva mais positiva mais à frente.

Marcos Lutz: No tema de Hidrovias, de novo, acho que a grande sinergia, se eu fosse colocar um nome, é a sinergia de conhecimento. Nós achamos, de fato, que os conhecimentos existentes na Hidrovias, com os conhecimentos existentes na logística da Ipiranga, com os conhecimentos existentes na operação terminais e portuários da Ultracargo, nós podemos sim desenhar para o sistema norte um jeito muito eficiente ou mais eficiente, no médio e longo prazo, para fazer a logística de abastecimento do norte do agro do Brasil.

Agora, é muito preliminar, vocês do mercado, eu entendo que vocês têm que fazer relatórios mensalmente, toda hora falando com os clientes de vocês, mas a gente participou de uma reunião de Conselho de Hidrovias. Nós entramos nesse jogo há bastante pouco tempo, esse processo de estratégia, de definição de um plano de longo prazo, etc., demora um pouco mais do que um, dois meses.

Então, nós vamos estar ao longo do próximo trimestre tentando aterrissar num plano mais concreto que a Hidrovias, do lado dela, deve anunciar e deve, de alguma forma, fazer as comunicações que obviamente ela, como empresa de capital aberto, que faz. Então estamos muito alinhados nisso, achamos que foi o passo correto e os conhecimentos dos três negócios que eu mencionei aqui combinados, são de fato uma quantidade de informação muito boa para nós construirmos um plano de longo prazo para isso que de fato é diferencial do mercado.

Agora, lembrando, o core atual da Hidrovias é grãos, que é, de novo, um setor que nós pretendemos nos expor mais, uma economia que nós queremos estar mais expostos. De novo, ao longo do tempo acreditamos que vai crescer a demanda e vai precisar de infraestrutura existente e adicional para atender.

Leonardo Linden: Bruno, antes de mais nada, eu gosto sempre de reforçar que a Ipiranga apoia o programa do CBios como um programa de descarbonização, mas evidentemente quando você tem um cenário onde existem em torno de 150 distribuidoras no país, dessas 150, 60 não cumprem, algumas nunca cumpriram, já mostra por si só que o programa tem alguns ajustes que precisam ser feitos no seu



fundamento. Isso não é normal. E é isso que nós defendemos, nós queremos que o programa dê certo.

Tanto nós queremos que o programa dê certo, que brigamos para que ele seja revisto onde é necessário e que se restabeleça um equilíbrio. E eu não estou nem falando das liminares, eu estou falando de fato de distribuidoras que não cumprem as suas metas de CBios. E nós sabemos o quanto é difícil para o regulador ser eficiente na punição a essas distribuidoras.

Então você comentou que o normal é não cumprir. Não, o normal é cumprir. Todo mundo deveria cumprir. Não cumprir é uma anormalidade que precisa ser corrigida, e essa é a nossa posição e não só da Ipiranga, isso tem sido debatido já por todas as empresas que cumprem o programa e que defendem que ele seja discutido para que encontremos um equilíbrio melhor na sua funcionalidade.

Marcos Lutz: E Bruno, só para complementar, a nossa visão é que se não se ajustar, vai acabar o programa. Então esta é uma preocupação que nós temos de curto prazo, vamos dizer assim, na competitividade, mas de longo prazo, se não mudar, vai acabar. E vai acabar naturalmente, porque vai chegar uma hora que até as grandes distribuidoras vão ter liminar e não vão fazer também. Porque na prática você tem que ter uma regra para todos cumprirem. Se ela vem desenhada de uma forma e quem não cumpre não tem punição, de fato a gente tem uma regra que não vai colar, esse que é o grande ponto.

Então acho que, como Ipiranga e como Ultra e como acionista da Ipiranga, nós de fato achamos que é uma preocupação de curto prazo, mas que no longo prazo isso deve se resolver de alguma forma ou de outra. Nós esperamos que seja da melhor forma, que é ajustar o programa para que ele continue promovendo adesão maior ao biocombustível no país.

Bruno Montanari: Super claro, obrigado pessoal.

Leonardo Marcondes, Bank of America: Bom dia pessoal, obrigado por pegarem minhas perguntas.



Na verdade, nós temos uma pergunta e dois *follow-ups*. Minha primeira pergunta, então, aqui é na Ultracargo. Pelo que eu entendi, o resultado foi um pouco afetado por menores volumes no *spot*. Então, eu queria saber se vocês poderiam falar para nós um pouco mais de como foi essa dinâmica e o que podemos esperar para a Empresa na segunda metade do ano.

Meu primeiro *follow-up* é em uma resposta que o Linden deu na pergunta do Barra. O Linden falou que o trabalho da ANP tem sido bem importante no combate das irregularidades. Queria saber então se vocês enxergam essa mobilização dos funcionários da ANP impactando a Empresa de alguma forma no curto prazo, seja na Ipiranga ou até nas outras linhas de negócio também.

E aí se eu puder fazer meu último *follow-up*, é sobre a alocação de capital. O Lutz acabou de falar que esse setor de grãos é um setor que vocês gostariam de se expor mais. Então queria saber se faz sentido pensarmos no grupo Ultra agindo em outros elos da cadeia também nesse setor, que não o de logística. Obrigado.

André Zaia: Leonardo, obrigado pela pergunta.

A questão da importação, como o Linden comentou, esse foi um trimestre que a arbitragem flutuou bastante. Ela teve uma variabilidade grande, obviamente isso gera um impacto na cadeia. Por outro lado, a demanda de importação no Brasil é estrutural. Então, realmente foi um trimestre mais difícil, e quando isso gera instabilidade, reduz eventualmente o giro dos terminais, mas é realmente uma coisa pontual e como nós estamos esperando uma redução, uma normalização gradual dos estoques no segundo semestre, nós entendemos que podemos continuar tendo oportunidades de *spot*, como nós vimos tendo nos últimos trimestres.

Leonardo Linden: Leonardo, com relação ao tema da ANP, primeiro em relação aos funcionários da ANP, eu imagino que você está se referindo a essas matérias que saíram sobre algumas investigações, etc. Eu, obviamente, não tenho como comentar sobre isso, funcionários da ANP é uma questão da ANP.

Agora, de novo, eu vou aproveitar a sua pergunta para reforçar o nosso apoio à ANP, seja lidando com os casos internamente ou externamente, esse trabalho que ela tem feito nos últimos tempos é importantíssimo para o setor, e nós aqui, de fato,



enalteçemos e esperamos que o regulador continue agindo para manter o equilíbrio do setor porque é bom para o país. Não é bom para a Ipiranga, é bom para o país e para o setor como um todo.

Marcos Lutz: Bom, e de novo, em alocação de capital, pode esperar de nós racionalidade. Não tem absolutamente nada nesse momento no *pipeline* ligado a grãos dessa forma mais purista. Mas, de novo, não tem nenhuma oportunidade também que nós mapeamos nesse momento. Não teria um problema analisarmos algo assim, mas com muita disciplina, sempre, de novo, cobrando uma taxa de retorno maior em projetos que estejam mais distantes do que nós já fazemos hoje, dado o risco que isso implica.

Leonardo Marcondes: Está bem claro, pessoal. Só um *follow-up* aqui, Linden. Da ANP eu estava me referindo mais a potencial greve dos funcionários, se vocês enxergam impactando de alguma forma a Ipiranga, que não só esse controle sobre a qualidade de combustíveis e etc.

Leonardo Linden: Não, não estou vendo nada no horizonte não, Leonardo.

Leonardo Marcondes: Está certo. Obrigado.

Regis Cardoso, XP: Oi pessoal, bom dia Lutz, Pizzinatto, Linden, Tabajara.

Uma pergunta mais específica aqui talvez do resultado, nós vimos que teve lá no fluxo de caixa uma parte de crédito tributário. Parece que acumulou crédito tributário no trimestre. Se puder comentar a origem, enfim, se é um crédito de ICMS, PIS e COFINS, entendo que é difícil de monetizar e enfim, entender um pouco a natureza.

Uma outra pergunta, talvez para o Linden, queria entender um pouco a visão de vocês, se existe uma preferência da Empresa por um embaixamento antecipado ou postecipado, e o que o mercado mais recentemente tem demandado entre esses dois modelos. Nós temos visto uma certa divergência talvez entre os *players* listados.

E aí talvez só um *follow-up* final no tema das importações, dinâmica de estoques no setor e tudo. No período mais recente aqui, desde o finalzinho da semana passada, o preço do petróleo deu uma queda grande e aí o preço da Petrobras hoje parece



mais alinhado com a paridade de importação, quer dizer, abriria oportunidade, sobretudo para quem está trazendo da Rússia o diesel, de colocar mais produto no mercado doméstico.

Aí talvez só uma leitura preliminar de vocês, se por acaso o preço do petróleo continuar nesse patamar, se isso poderia voltar a prejudicar a dinâmica do setor. Obrigado.

Rodrigo Pizzinatto: Bom dia, Regis. Vou começar aqui pelo fluxo de caixa. Esse trimestre tivemos um uso um pouco menor de créditos em função da aposentadoria que nós fizemos de CBios e no livro fiscal isso impacta quando você aposenta, então nós tivemos um menor uso de crédito nesse trimestre. Não tem nada muito diferente do ponto de vista de acúmulo e uso, exceto isso. E lembro que nós temos o crédito que nós temos expectativa de monetizar nos próximos cinco anos, esse é o conceito que está lá, então todo o crédito que temos registrado no balanço refere-se a crédito que imaginamos monetizar nos próximos cinco anos.

Leonardo Linden: Régis, com relação à antecipado versus postecipado, cada negócio é um negócio e existem condições diferentes, e às vezes tem uma ou outra linha de concessão que ela faz mais sentido. Eu particularmente gosto do modelo de postecipado porque eu acho que ele dá um alinhamento maior entre a distribuidora e o revendedor nos objetivos e naquele comprometimento com o resultado. Mas são duas linhas que estão disponíveis aqui. E de novo, cada caso é um caso.

Com relação à dinâmica do *supply*, essa é a dinâmica que nós estamos vivendo desde que o negócio de importação começou a ser mais relevante para as companhias. O preço internacional varia, as janelas abrem e fecham, nós temos que estar preparados para aproveitar as oportunidades que surgem. De novo, eu acho que o segundo trimestre vai ser preponderantemente um trimestre com estoques normalizados e eu não vejo nada de mudanças drásticas no curto prazo.

Regis Cardoso: Perfeito, obrigado.

Gustavo Sadka, Bradesco: Opa, muito obrigado. Obrigado por pegar as minhas perguntas. A primeira, um *follow-up* do comentário do início do *call*, que vocês



falaram que a margem para o 3T deveria retomar para os patamares do ano passado. Nós podemos entender isso como a margem voltando para aqueles níveis de 150, 160 que foi a média recorrente de 2023?

E minha segunda pergunta é sobre o Ultragaz, vocês poderiam comentar da trajetória de margem ao longo do 2T, nós ouvimos de alguns outros *players* da indústria que teve uma certa dificuldade em repassar o aumento de ICMS, e parece que isso foi equalizado ao longo do 2T, e como vocês estão vendo o repasse do preço mais alto da molécula na distribuição. Obrigado.

Leonardo Linden: Vou responder bem rapidinho para dar tempo para o Tabajara aqui.

Para a sua primeira pergunta, a resposta é sim.

Tabajara Bertelli: Foi rápido mesmo, Linden.

Aqui, da trajetória dos preços da margem, a questão que você mencionou de repasse de imposto de ICMS, aconteceu na prática em fevereiro, e isso foi um elemento dessa confusão que existia no mercado. No nosso caso não foi o item, nós repassamos esses custos estruturais para cima ou para baixo, essas variações. Então, acho que já teve tempo de fato para o mercado absorver e se adaptar aos próprios patamares, como deveria ser. Eu acho que isso está relativamente equacionado, e por isso nós temos essa perspectiva para o final do ano, para o 2T.

Gustavo Sadka: Obrigado. Se eu puder só fazer mais um *follow-up* aqui rápido. Sobre o comentário do SG&A, de que aumentou, só não ficou claro se aquele R\$ 7, R\$ 8 por m³ foi um impacto negativo desse trimestre ou se é isso que deveríamos esperar como melhora de SG&A com essa mudança de escritório.

Rodrigo Pizzinatto: Esse foi pontual negativo nesse trimestre. É uma provisão que nós fizemos com a expectativa de gastos dos próximos trimestres. Então ele é pontual apenas no 2T.

Gustavo Sadka: Ótimo, muito obrigado.



Operador: Obrigado. Não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra para o Sr. Rodrigo Pizzinatto para as últimas considerações. Sr. Rodrigo, prossiga com suas últimas considerações.

Rodrigo Pizzinatto: Bom, muito obrigado a todos pelas perguntas e pelo interesse. Eu lembro que as perguntas que chegaram pelo *webcast* serão respondidas pela equipe de RI, e lembro de novo que no dia 6 de setembro vamos ter o Ultra Day e conto com a presença de todos lá. Muito obrigado e bom dia.

Operador: A teleconferência de resultados da Ultrapar está encerrada. Por favor, desconectem suas linhas agora.