

Teleconferência de Resultados Desempenho do 3T24  
da MAHLE Metal Leve S.A.

B3: LEVE3 | Segmento: Novo Mercado

Relações com Investidores | 08.11.2024

> **LEVE**  
B3 LISTED NM



**MAHLE**

# Agenda

- |           |  |           |                                  |
|-----------|--|-----------|----------------------------------|
| <b>01</b> | Apresentação da Videoconferência de Resultados | <b>05</b> | Síntese dos resultados           |
| <b>02</b> | Destaques                                      | <b>06</b> | Gestão financeira                |
| <b>03</b> | Visão geral do mercado                         | <b>07</b> | MAHLE Aftermarket América do Sul |
| <b>04</b> | Desempenho das Receitas Líquidas               | <b>08</b> | Perguntas e respostas            |

# Apresentação da Videoconferência de Resultados

**Claudio Braga**

Diretor Financeiro (CFO)



**Fábio Peres**

Gerente Executivo de Finanças



**Daniel Brasil Alves**

Marketing e Comunicação Corporativa



**Evandro Tozati**

Diretor de Aftermarket América do Sul



# Teleconferência de Resultados: Destaques

**~3,2bi**<sub>(9M24)</sub>  
Faturamento





**20,9%**<sub>(3T24)</sub>  
EBIT

**3 aquisições**  
Compressores  
Aftermarket Thermal  
Arco Climatização




**23,1%**<sub>(3T24)</sub>  
EBITDA

# Vendas e Produção: Brasil e Argentina

## Produção: América do Norte e Europa

9M24 x 9M23		 Brasil		 Argentina		 Total	
Vendas <sup>1</sup>	Veículos (milhares)						
	Leves	1.752,2	14,2%	278,2	-10,7%	2.030,4	10,0%
	Pesados	106,9	12,7%	10,5	-5,7%	117,4	10,8%
Produção <sup>1</sup>	Leves	1.750,4	5,2%	362,4	-22,1%	2.112,8	-0,8%
	Pesados	123,8	42,1%	5,6	-14,0%	129,4	38,2%

9M24 x 9M23		 Europa		 América do Norte		 Total	
Produção <sup>2</sup>	Veículos (milhares)						
	Leves	12.809,3	-3,7%	11.773,4	-1,2%	24.582,7	-2,5%
	Pesados	459,6	-12,0%	500,6	-3,0%	960,2	-7,5%

<sup>1</sup> Fonte: Anfavea, Fenabreve, Adefa, IHS, Acara & Indec.

<sup>2</sup> Fonte: IHS

# Evolução da receita líquida de vendas

Receita líquida por mercado (R\$ milhões, exceto %)	3T24 (a)	3T23 (b)	(a/b)	9M24 (c)	9M23 (d)	(c/d)
Equipamento Original doméstico	336,8	310,6	8,4%	910,0	896,0	1,6%
Equipamento Original exportação	291,1	357,4	-18,6%	906,9	1.031,5	-12,1%
Subtotal	627,9	668,0	-6,0%	1.816,9	1.927,5	-5,7%
Aftermarket doméstico	439,7	443,6	-0,9%	1.189,8	1.201,6	-1,0%
Aftermarket exportação	83,0	67,8	22,4%	233,5	193,2	20,9%
Subtotal	522,7	511,4	2,2%	1.423,3	1.394,8	2,0%
<b>Total</b>	<b>1.150,6</b>	<b>1.179,4</b>	<b>-2,4%</b>	<b>3.240,2</b>	<b>3.322,3</b>	<b>-2,5%</b>

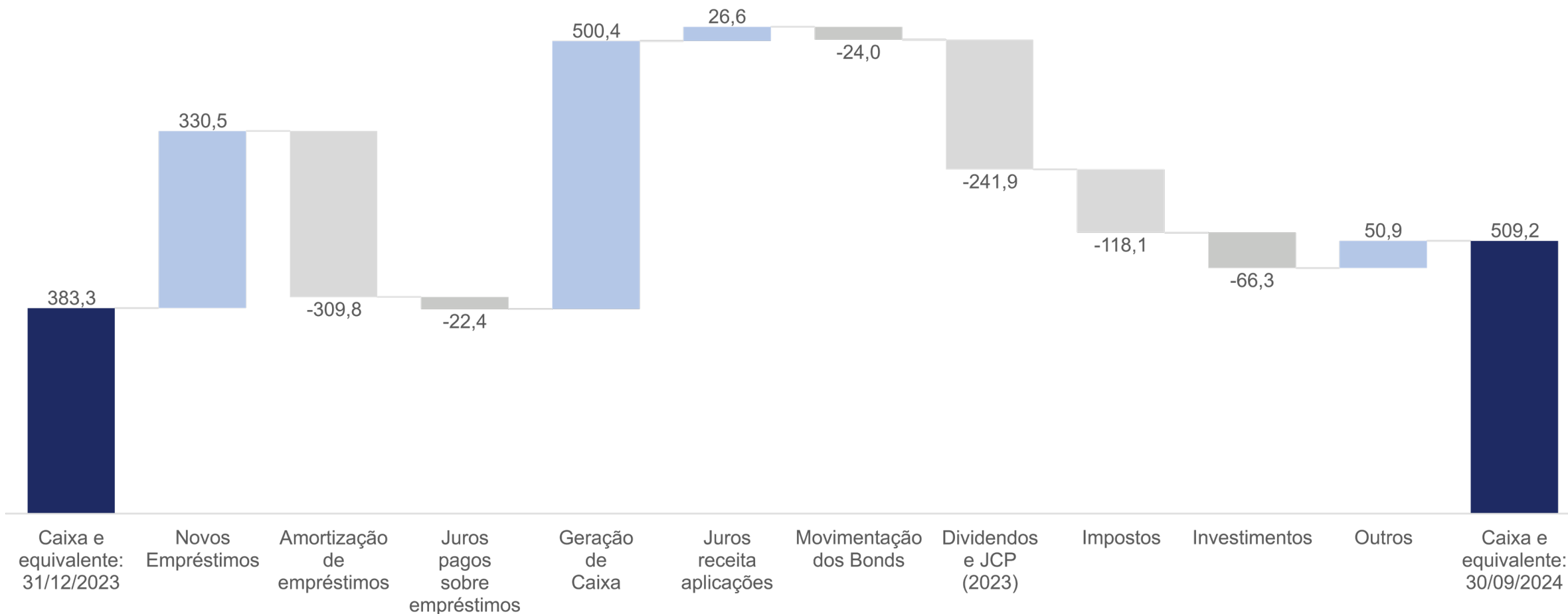


# Margem bruta e despesas

Síntese de resultados (R\$ milhões, exceto %)	3T24 (a)		3T23 (b)		(a/b)	9M24 (c)		9M23 (d)		(c/d)
Receita operacional líquida	1.150,6	100,0%	1.179,4	100,0%	-2,4%	3.240,2	100,0%	3.322,3	100,0%	-2,5%
Custo das vendas e dos serviços prestados	(795,6)	-69,1%	(831,3)	-70,5%	-4,3%	(2.241,1)	-69,2%	(2.317,0)	-69,7%	-3,3%
Lucro bruto	355,0	30,9%	348,1	29,5%	2,0%	999,1	30,8%	1.005,3	30,3%	-0,6%
Despesas com vendas e distribuição, gerais e administrativas	(120,5)	-10,5%	(120,9)	-10,3%	-0,3%	(343,1)	-10,6%	(345,2)	-10,4%	-0,6%
Despesas para pesquisas de tecnologia e produtos	(12,7)	-1,1%	(15,5)	-1,3%	-18,1%	(42,1)	-1,3%	(42,8)	-1,3%	-1,6%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0,5	0,0%	(7,9)	-0,7%	-106,3%	(2,0)	-0,1%	(8,3)	-0,2%	-75,9%
Ganhos na posição monetária líquida em controlada no exterior	18,7	1,6%	17,3	1,5%	8,1%	90,4	2,8%	75,3	2,3%	20,1%
Lucro antes das receitas (despesas) financeiras líquidas e imposto de renda e contribuição social (EBIT)	241,0	20,9%	221,1	18,7%	9,0%	702,3	21,7%	684,3	20,6%	2,6%
Receitas (despesas) financeiras, líquidas	(19,3)	-1,7%	49,6	4,2%	-138,9%	(57,9)	-1,8%	93,8	2,8%	-161,7%
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	221,7	19,3%	270,7	23,0%	-18,1%	644,4	19,9%	778,1	23,4%	-17,2%
Imposto de renda e contribuição social	(79,9)	-6,9%	(55,9)	-4,7%	42,9%	(213,9)	-6,6%	(184,4)	-5,6%	16,0%
Lucro líquido do período	141,8	12,3%	214,8	18,2%	-34,0%	430,5	13,3%	593,7	17,9%	-27,5%
EBITDA	266,2	23,1%	246,5	20,9%	8,0%	778,4	24,0%	760,8	22,9%	2,3%
EBITDA ajustado	266,2	23,1%	246,5	20,9%	8,0%	770,5	23,8%	760,8	22,9%	1,3%

# Caixa e equivalentes

(R\$ milhões)





# Gestão Financeira

Resultado financeiro líquido (R\$ milhões)	3T24 (a)	3T23 (b)	Var. (a-b)	9M24 (c)	9M23 (d)	Var. (c-d)
Juros, líquidos	(8,9)	4,5	(13,4)	(5,9)	16,5	(22,4)
Variação cambial líquida e Resultado com derivativos	0,8	0,5	0,3	(56,6)	6,0	(62,6)
Variação monetária líquida + Outros	(11,1)	3,6	(14,7)	4,7	(7,4)	12,1
<b>Resultado financeiro líquido</b>	<b>(19,3)</b>	<b>49,6</b>	<b>(68,8)</b>	<b>(57,9)</b>	<b>93,8</b>	<b>(151,7)</b>

Posição líquida de Ativos e Passivos Financeiros (R\$ milhões)	30.09.2024 (a)	% Dívida (a)	31.12.2023 (b)	% Dívida (b)	Variação (a-b)
Caixa e equivalentes / bancos / mútuo / títulos e valores mobiliários (i):	509,2		383,3		125,9
Financiamentos (ii):	(991,0)	100,0%	(851,2)	100,0%	(139,8)
<i>Curto prazo</i>	(139,3)	14,1%	(314,7)	37,0%	175,4
<i>Longo prazo</i>	(851,7)	85,9%	(536,5)	63,0%	(315,2)
<b>Posição líquida (i - ii):</b>	<b>(481,8)</b>		<b>(467,9)</b>		<b>(13,9)</b>
<b>Dívida líquida / EBITDA</b>	<b>0,52x</b>		<b>0,51x</b>		



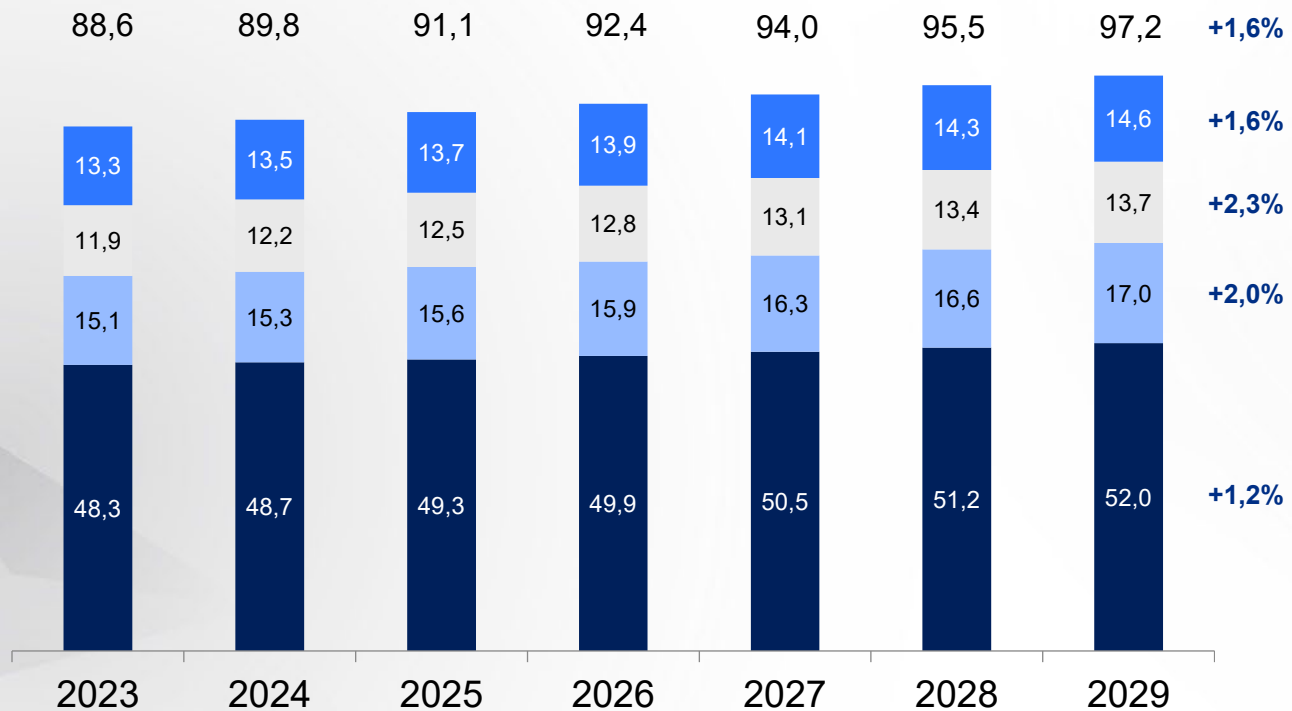
Evandro Tozati  
Aftermarket



# Frota Circulante América do Sul & Central (sem Motos)



CAGR  
23-29



■ Brazil ■ Argentina ■ Colombia & Chile ■ Other Countries

+1,6%

+1,6%

+2,3%

+2,0%

+1,2%

**1,6%**  
CAGR FROTA  
2023-2029

**Frota Elétrica**  
0,9% 2029  
**Frota Híbrida**  
1,9% 2029

**Idade média da frota**

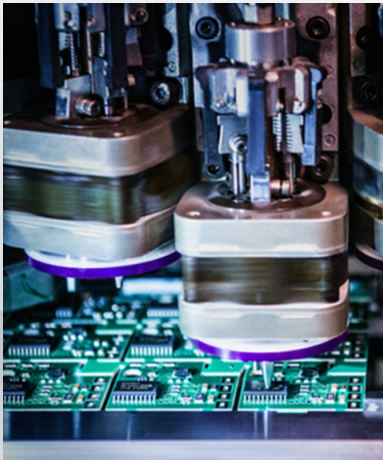
	2023	2029	
Linha Leve:	11	12	Brasil (Anos)
Ônibus:	17	19	
Caminhões:	12	11	

Fonte: Sindipeças, Fraga, Promotive, IHS (Brasil, Argentina, Colômbia e Chile)

Outros Países: Equador, Uruguai, Venezuela, Peru, Bolívia, Paraguai e América Central

# Tendências e desafios do Mercado de Aftermarket

Acesso aos dados do veículo



OEM's ampliando participação no Aftermarket

Marcas próprias: distribuidores e redes de varejo



Tensões Geopolíticas



Digitalização dos canais e interfaces (b2b, e-commerce)



Novos Influenciadores

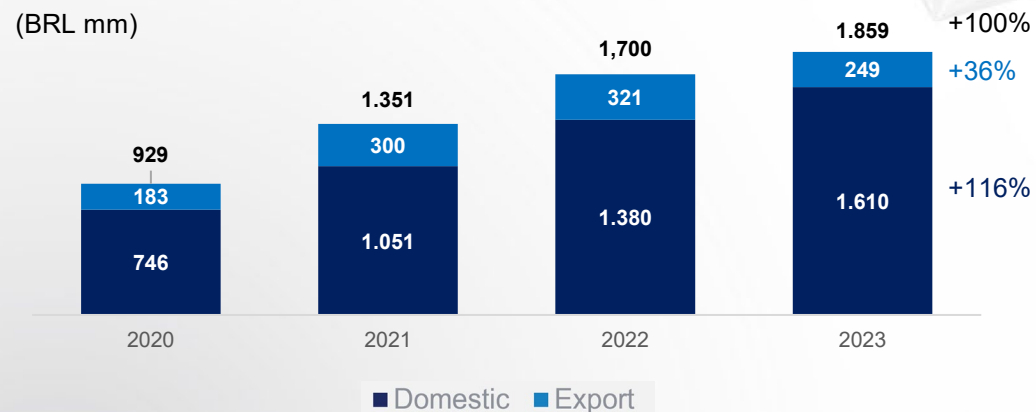


Consolidação do Mercado

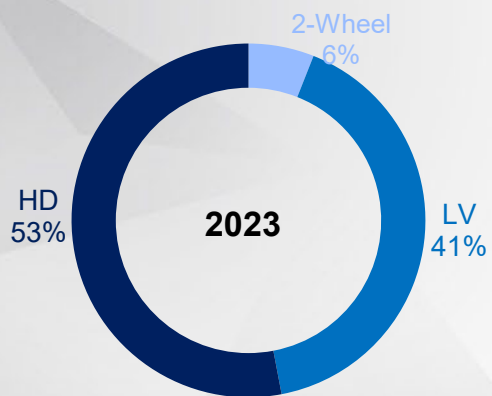


# Principais Indicadores MAHLE Aftermarket

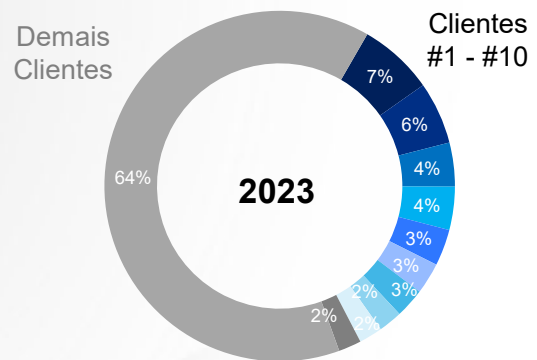
## Aftermarket Evolução Vendas



## Mix Venda Segmento



## Mix Venda por Cliente



Fonte: MAHLE



Componentes Internos do Motor



cofap CLEVITE MAHLE



Linha Térmica & Ar Condicionado



BEHR MAHLE



Filtros



MAHLE



Componentes Elétricos



MAHLE



Equipamentos para Diagnóstico e Manutenção (Service Solutions)



MAHLE

**~71%**  
dos Produtos são fabricados pela MML América do Sul

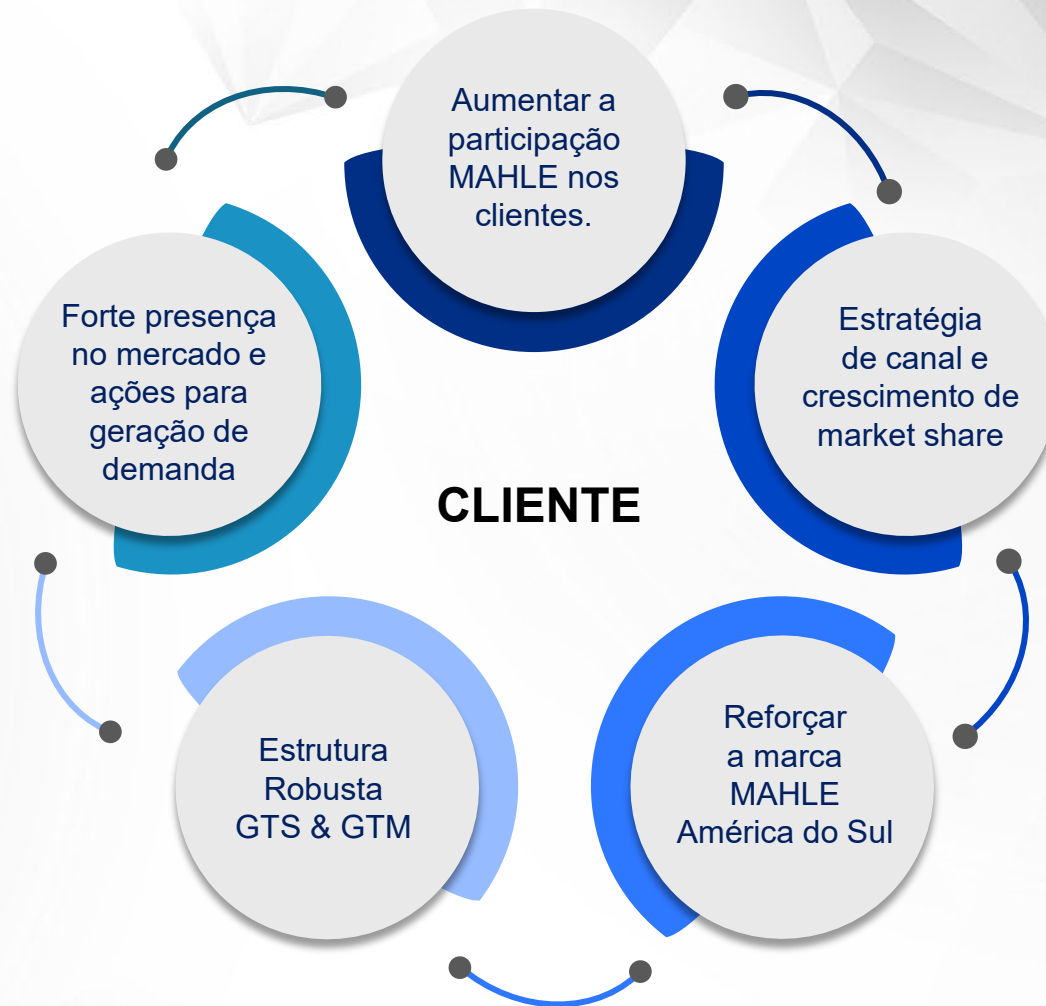
**~86%**  
MML + MAHLE Group

Garantir crescimento sustentável frente às mudanças e desafios em um mercado competitivo e dinâmico

MAHLE



# Construindo a jornada de crescimento e reconhecimento da marca



Criar e agregar valor aos clientes



Ações de Sell-Out



Portfólio de Produto



Abordagem Analítica



Conhecimento de Mercado

# A solução que o mercado precisa – Lançamentos de produtos em 2023



## DESTAQUES DE LANÇAMENTOS



ADITIVOS



BATERIAS



FILTRO DO ÓLEO DE TRANSMISSÃO



COLETOR DE ADMISSÃO DE AR

**+ 600**  
novos SKU's

**+570 mil**  
peças vendidas



# A solução que o mercado precisa – Lançamentos de produtos em 2024

**1.100**  
novos SKU's

**+1,3 mi**  
potencial de vendas  
em peças

## PRODUTOS EM DESENVOLVIMENTO



EIXOS DE  
COMANDO



GUIAS, SEDES  
E BALANCINS

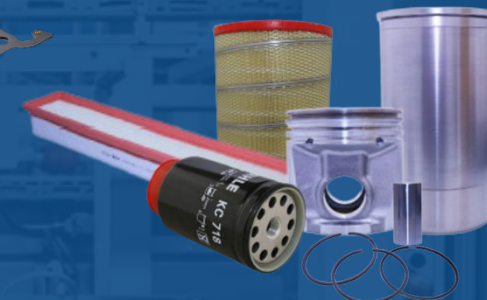


JUNTAS



CAMISAS  
LINHA LEVE

## DESTAQUES DE LANÇAMENTOS



PORTFÓLIO  
AGRÍCOLA





**Somos MAHLE**  
**Pra Valer!**



# Ações de Geração de Demanda – MAHLE Pra Valer

## Relacionamento Pra Valer!



Fortalecer o relacionamento com os clientes diretos e indiretos

## Experiência Pra Valer!



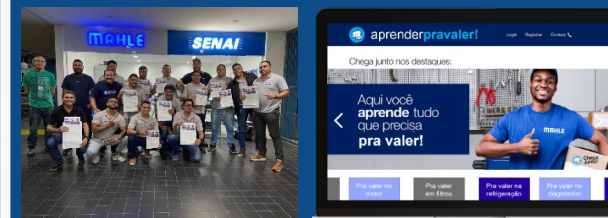
Promover experiências únicas para os varejistas e aplicadores

## Promoção Pra Valer!



Campanhas promocionais com lojas de autopeças e mecânicos

## Programa Luva Azul



Jornada de capacitação e certificação para reparadores

Construir aliança com Distribuidores, Varejos e Aplicadores através de ações promocionais e Programa Luva Azul

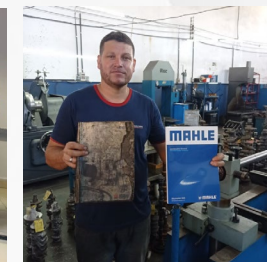


# Fizemos muito presencialmente...

**+14.000**  
pessoas  
treinadas



**+750**  
Visitantes  
em nossas  
fábricas



**+6.000**  
visitas em  
varejos

**+300**  
visitas frotas

**+630**  
visitas retíficas



2023/2024

# ...e o reconhecimento da nossa marca cresceu!

A pesquisa “Marcas na Oficina” é um estudo de mercado anual realizado pelo CINAU (Centro de Inteligência Automotiva) em parceria com o Grupo Oficina Brasil.



**MAHLE**  
**4°**  
POSIÇÃO

**MAHLE**  
**6°**  
POSIÇÃO

2019

**MAHLE**  
**7°**  
POSIÇÃO

2020

**MAHLE**  
**8°**  
POSIÇÃO

2021

2022

2023





**Sou Mecânico Luva Azul. Aqui é pra valer!**



**MAHLE**  
**Pra Valer**



Ser simples, fácil de fazer negócios e ser a primeira opção de escolha dos nossos clientes.



# LEVE

## B3 LISTED NM

SMLL B3

IDIV B3

IGC-NM B3

IGC B3

IGCT B3

ICON B3

INDX B3

ITAG B3

IBRA B3

# Perguntas e respostas

**MAHLE**

# Muito obrigado

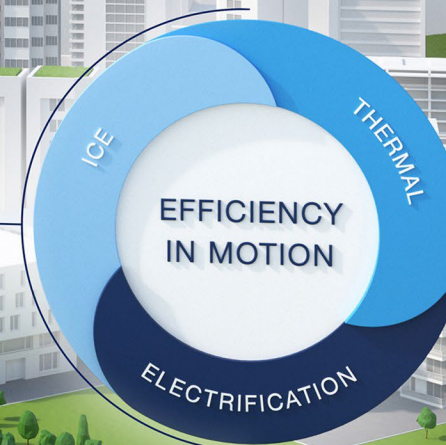
Relações com Investidores:

E-mail: [relacoes.investidores@mahle.com](mailto:relacoes.investidores@mahle.com)

Website: <https://ri.mahle.com.br/>



WE SHAPE  
FUTURE MOBILITY





Q3 2024 Financial Results Video Conference Call  
MAHLE Metal Leve S.A.

B3: LEVE3 | Segment: Novo Mercado  
Investor Relations | November 8, 2024

➤ **LEVE**  
B3 LISTED NM



# Agenda

- |           |                                    |           |                                 |
|-----------|------------------------------------|-----------|---------------------------------|
| <b>01</b> | Q3 2024 Videoconference            | <b>05</b> | Summary P&L                     |
| <b>02</b> | Highlights                         | <b>06</b> | Financial Management            |
| <b>03</b> | Market Overview                    | <b>07</b> | MAHLE Aftermarket South America |
| <b>04</b> | Net Revenues Performance by Market | <b>08</b> | Questions & Answers             |

Speakers

# Q3 2024 Videoconference

**Claudio Braga**

Chief Financial Officer



**Fábio Peres**

Executive Finance Manager



**Daniel Brasil Alves**

Marketing and Corporate Communications



**Evandro Tozati**

South America Aftermarket Director



# Q3 2024 Videoconference

**~3.2bi**<sub>(9M 2024)</sub>  
Net sales revenue

**3 acquisitions**  
Compressores  
Aftermarket Thermal  
Arco Climatização






**20.9%**<sub>(Q3 2024)</sub>  
EBIT




**23.1%**<sub>(Q3 2024)</sub>  
EBITDA

# Sales and Production: Brazil and Argentina

## Production: North America and Europe

9M 2024 x 9M 2023		Vehicles (thousands)	 Brazil	 Argentina	 Total		
Sales <sup>1</sup>	Light	1,752.2	14.2%	278.2	-10.7%	2,030.4	10.0%
	Heavy-duty	106.9	12.7%	10.5	-5.7%	117.4	10.8%
Production <sup>1</sup>	Light	1,750.4	5.2%	362.4	-22.1%	2,112.8	-0.8%
	Heavy-duty	123.8	42.1%	5.6	-14.0%	129.4	38.2%

9M 2024 x 9M 2023		Vehicles (thousands)	 Europe	 North America	 Total		
Production <sup>2</sup>	Light	12,809.3	-3.7%	11,773.4	-1.2%	24,582.7	-2.5%
	Heavy-duty	459.6	-12.0%	500.6	-3.0%	960.2	-7.5%

<sup>1</sup> Source: Anfavea, Fenabrave, Adefa, IHS, Acara & Indec.

<sup>2</sup> Source: IHS



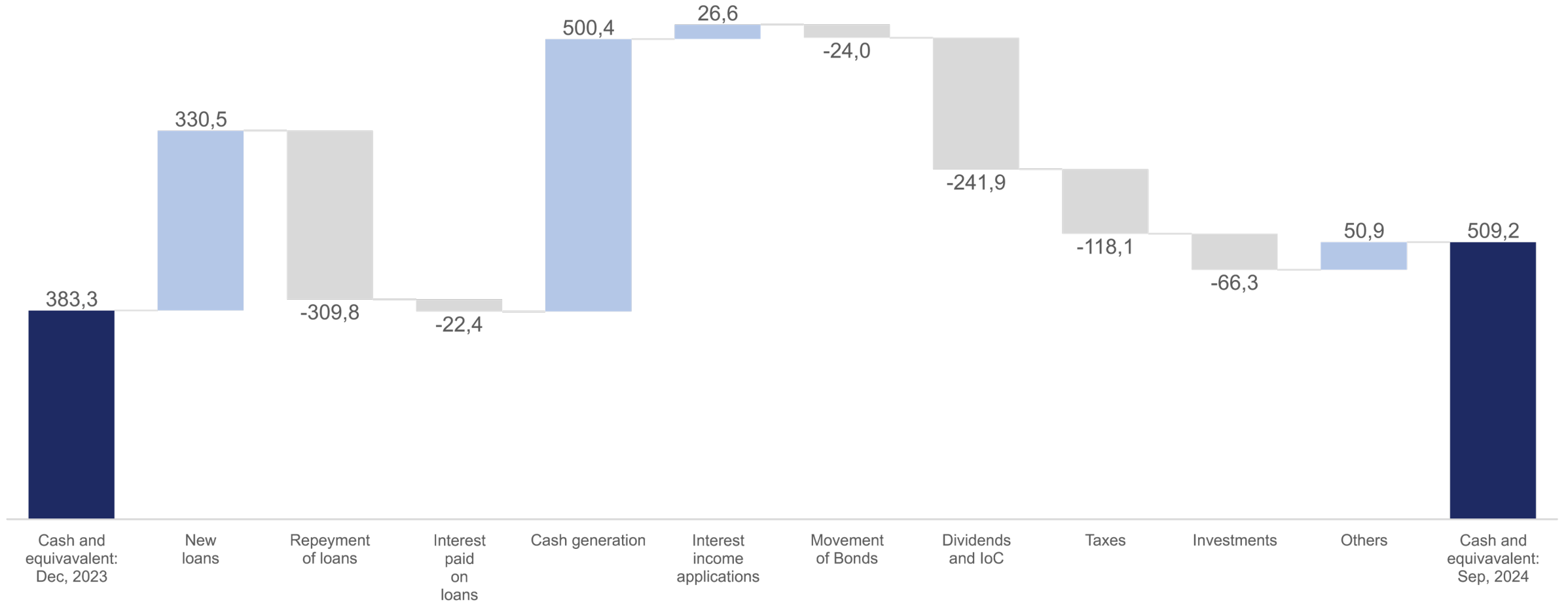
# Net Revenues Performance by Market

Net sales by market (in BRL million, except percentages)	Q3 2024 (a)	Q3 2023 (b)	(a/b)	9M 2024 (c)	9M 2023 (d)	(c/d)
Original Equipment – Domestic	336.8	310.6	8.4%	910.0	896.0	1.6%
Original Equipment – Export	291.1	357.4	-18.6%	906.9	1,031.5	-12.1%
Subtotal	627.9	668.0	-6.0%	1,816.9	1,927.5	-5.7%
Aftermarket – Domestic	439.7	443.6	-0.9%	1,189.8	1,201.6	-1.0%
Aftermarket – Export	83.0	67.8	22.4%	233.5	193.2	20.9%
Subtotal	522.7	511.4	2.2%	1,423.3	1,394.8	2.0%
<b>Total</b>	<b>1,150.6</b>	<b>1,179.4</b>	<b>-2.4%</b>	<b>3,240.2</b>	<b>3,322.3</b>	<b>-2.5%</b>

# Gross margin and expenses

Summary of income statement (in BRL million, except percentages)	Q3 2024 (a)		Q3 2023 (b)		(a/b)	9M 2024 (c)		9M 2023 (d)		(c/d)
Net operating revenue	1,150.6	100.0%	1,179.4	100.0%	-2.4%	3,240.2	100.0%	3,322.3	100.0%	-2.5%
Cost of sales and services	(795.6)	-69.1%	(831.3)	-70.5%	-4.3%	(2,241.1)	-69.2%	(2,317.0)	-69.7%	-3.3%
Gross profit	355.0	30.9%	348.1	29.5%	2.0%	999.1	30.8%	1,005.3	30.3%	-0.6%
Selling and distribution, general and administrative expenses	(120.5)	-10.5%	(120.9)	-10.3%	-0.3%	(343.1)	-10.6%	(345.2)	-10.4%	-0.6%
Research and development expenses	(12.7)	-1.1%	(15.5)	-1.3%	-18.1%	(42.1)	-1.3%	(42.8)	-1.3%	-1.6%
Other operating income (expenses), net	0.5	0.0%	(7.9)	-0.7%	-106.3%	(2.0)	-0.1%	(8.3)	-0.2%	-75.9%
Gain on net monetary position in foreign subsidiary (operating profit)	18.7	1.6%	17.3	1.5%	8.1%	90.4	2.8%	75.3	2.3%	20.1%
Profit before finance income and costs and taxes (EBIT)	241.0	20.9%	221.1	18.7%	9.0%	702.3	21.7%	684.3	20.6%	2.6%
Net finance income (costs)	(19.3)	-1.7%	49.6	4.2%	-138.9%	(57.9)	-1.8%	93.8	2.8%	-161.7%
Profit before taxes	221.7	19.3%	270.7	23.0%	-18.1%	644.4	19.9%	778.1	23.4%	-17.2%
Income tax and social contribution	(79.9)	-6.9%	(55.9)	-4.7%	42.9%	(213.9)	-6.6%	(184.4)	-5.6%	16.0%
Profit for the period	141.8	12.3%	214.8	18.2%	-34.0%	430.5	13.3%	593.7	17.9%	-27.5%
EBITDA	266.2	23.1%	246.5	20.9%	8.0%	778.4	24.0%	760.8	22.9%	2.3%
Adjusted EBITDA	266.2	23.1%	246.5	20.9%	8.0%	770.5	23.8%	760.8	22.9%	1.3%

# Cash and equivalents



# Net financial result

Finance income and costs (in BRL million)	Q3 2024 (a)	Q3 2023 (b)	Change (a-b)	9M 2024 (c)	9M 2023 (d)	Change (c-d)
Net interest income (expense) (i)	(8.9)	4.5	(13.4)	(5.9)	16.5	(22.4)
Net foreign exchange gains (losses) and gain (loss) on derivatives (ii)	0.8	0.5	0.3	(56.6)	6.0	(62.6)
Net monetary variation + Others (iii)	(11.1)	3.6	(14.7)	4.7	(7.4)	12.1
Net finance income (costs) (i + ii + iii)	(19.3)	49.6	(68.8)	(57.9)	93.8	(151.7)

Net financial position (in BRL million)	Sep 30, 2024 (a)	Debt % (a)	Dec 31, 2023 (b)	Debt % (b)	Change (a-b)
Cash / bank balances / financial investments / loans (i):	509.2		383.3		125.9
Borrowings (ii):	(991.0)	100.0%	(851.2)	100.0%	(139.8)
<i>Short-term</i>	(139.3)	14.1%	(314.7)	37.0%	175.4
<i>Long-term</i>	(851.7)	85.9%	(536.5)	63.0%	(315.2)
Net financial position (i - ii):	(481.8)		(467.9)		(13.9)
Net debt / EBITDA	0.52x		0.51x		





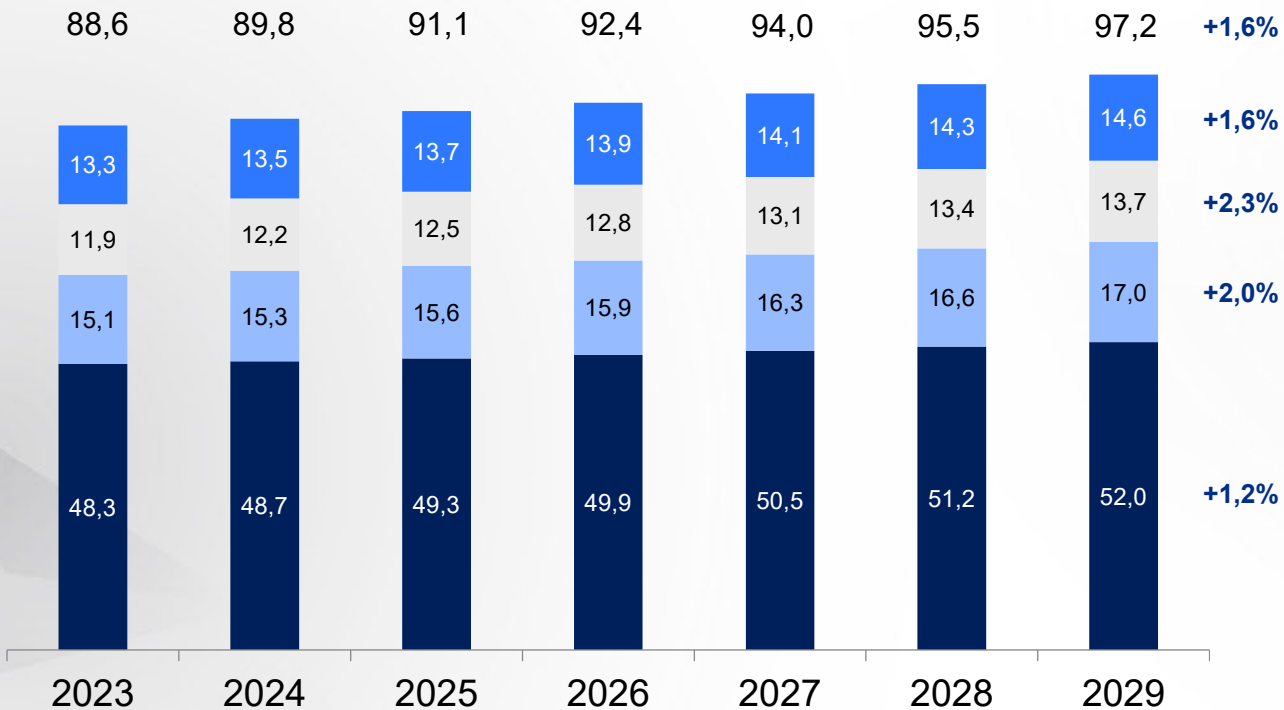
Evandro Tozati  
Aftermarket



# South & Central America Running Fleet (without 2 Wheels)



**CAGR  
23-29**



■ Brazil ■ Argentina ■ Colombia & Chile ■ Other Countries

+1,6%

+1,6%

+2,3%

+2,0%

+1,2%

**1,6%**  
CAGR FLEET  
2023-2029

**Electric Fleet**  
0,9% 2029  
**Hybrid Fleet**  
1,9% 2029

**Fleet age average**

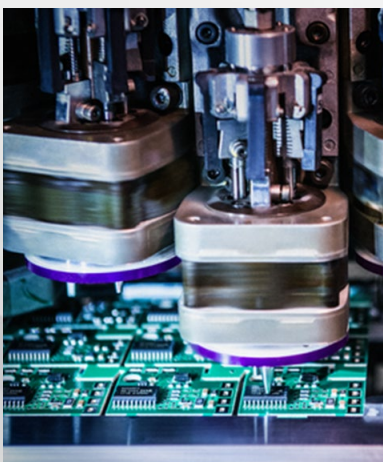
	2023	2029	
LV:	11	12	Brazil (Years)
Bus:	17	19	
Truck:	12	11	

Source: Sindipeças, Fraga, Promotive, IHS (Brazil, Argentina, Colombia and Chile)

Other Countries: Ecuador, Uruguay, Venezuela, Peru, Bolivia, Paraguay and Central America

# Trends and challenges in the Aftermarket

Access to vehicle data



OEMs expanding their participation in the Aftermarket

Private labels: distributors and retail chains

Geopolitical Tensions



Digitization of channels and interfaces  
(b2b, e-commerce)



New Influencers



Market Consolidation



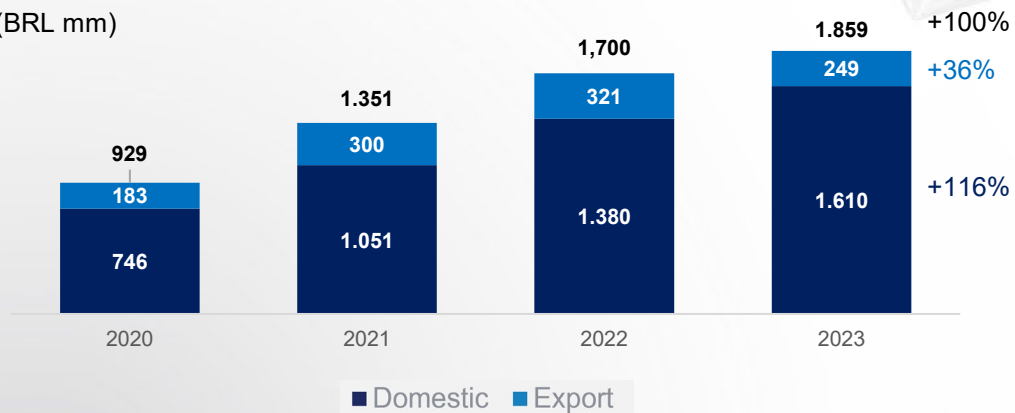


# MAHLE Aftermarket Key Indicators

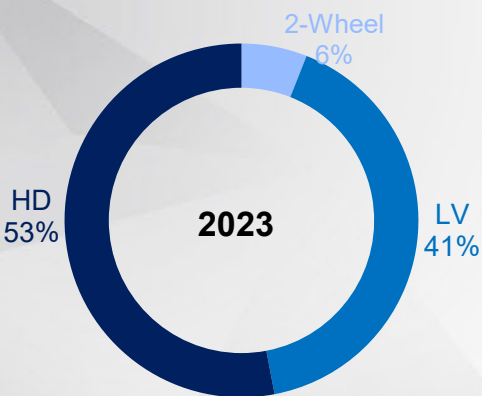
## Aftermarket Sales

2023 vs 2020

(BRL mm)

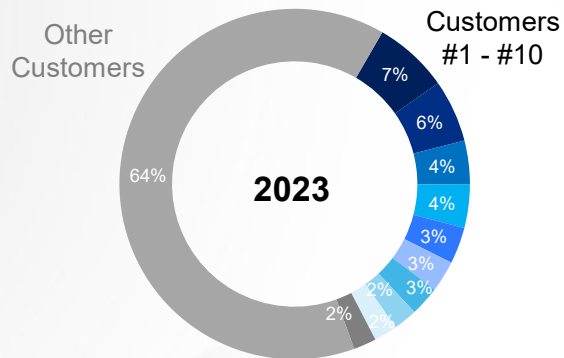


## By Vehicle Type



Source: MAHLE

## Customer Concentration



Internal Combustion Engine Components



cofap CLEVITE MAHLE



Cooling & Air Conditioning



BEHR MAHLE



Filters



MAHLE



Electric Engine Components



MAHLE



Equipments & Tools for Diagnostic and Mechanical Services



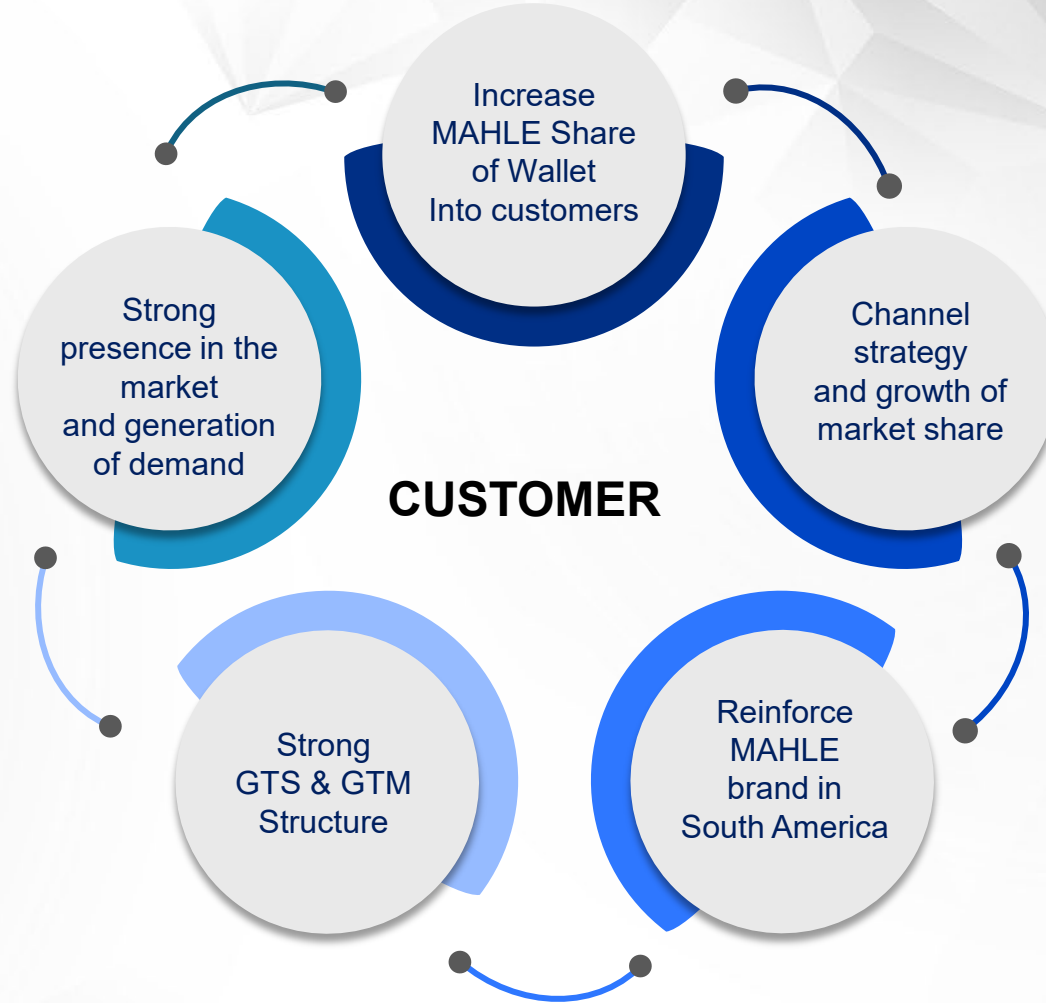
MAHLE

**~71%**  
of products are manufactured by MML in South America

**~86%**  
MML + MAHLE Group

Ensure sustainable growth in the face of changes and challenges in a competitive and dynamic market

# Building MAHLE's Ecosystem Strategy



Create and add value to our customers



Sell-Out Focus



Product Portfolio



Data Analysis



Market Knowledge

# Product Portfolio – New launches 2023



## NEW PRODUCT LINES



COOLANTS



BATTERIES



TRANSMISSION  
OIL FILTER



AIR INTAKE  
MANIFOLD

**+ 600** new SKU's  
**+570 mil** parts sold



# Product Portfolio – New launches 2024

1.100  
new SKU's

+1,3 mi  
sales potential in units

PRODUCTS UNDER  
DEVELOPMENT



CAMSHAFTS



GASKETS



GUIDES, SEATS  
AND ROCKERS ARMS



CYLINDERS  
LV

OHW  
PORTFOLIO







**We are MAHLE**  
**For Real!**

# South America Demand Generation Program – MAHLE For Real

## Relationship For Real!



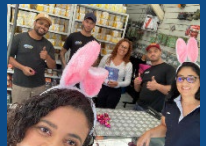
Enhance the relationship with direct and indirect customers

## Experience For Real!



Promote unique experiences to retailers and end customers

## Promotion For Real!



Promotion campaigns with retailers and workshops

## Blue Glove Program



Training and certification program for mechanics

Build a strong alliance with WDs, Retailers and Workshops through sales promotion & Blue Glove Program

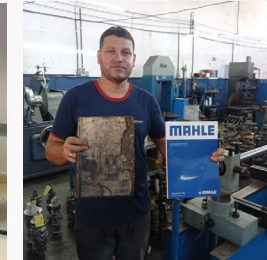


# We did a lot physically...

**+14.000**  
people  
trained



**+750**  
Visitors to  
our plants



**+6.000**  
visits in  
retailers

**+300**  
visits fleets

**+630**  
visits engine  
rebuilders



2023/2024

# ...and our brand recognition has increased!

The “Brands in the Workshop” survey is an annual market study carried out by CINAU (Automotive Intelligence Center) in partnership with *Oficina Brasil* Group.



**MAHLE**  
**4°**  
POSITION

**MAHLE**  
**6°**  
POSITION

2019

**MAHLE**  
**7°**  
POSITION

2020

**MAHLE**  
**8°**  
POSITION

2021

2022

2023





**I'm a Blue Glove Mechanic. It's for Real!**





Be simple, easy to do business with and be the first option of choice for our customers.

# LEVE

**B3 LISTED NM**

SMLL B3

IDIV B3

IGC-NM B3

IGC B3

IGCT B3

ICON B3

INDX B3

ITAG B3

IBRA B3

## Q&A session

**MAHLE**



# Thanks for your attention

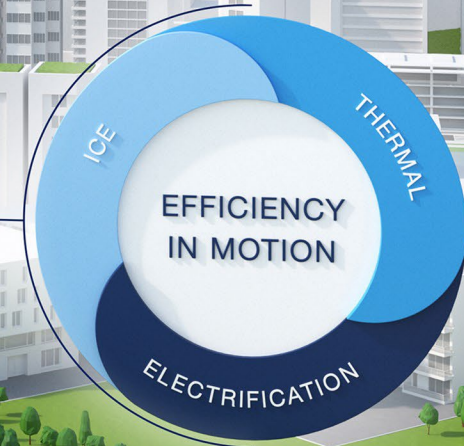
Investor Relations:

Email: [relacoes.investidores@mahle.com](mailto:relacoes.investidores@mahle.com)

Website: <https://ri.mahle.com.br/en/>



WE SHAPE  
FUTURE MOBILITY



**MAHLE**