

Éternit

a marca da coruja

Reestruturação da
Empresa



1. Mudança Tecnológica.
2. Redefinição da estratégia
3. Revisão do portfolio de negócios
4. Adequação da estrutura administrativa

1. Mudança Tecnológica.

- Eliminação do amianto como matéria prima para as telhas de fibrocimento.
- Definição do uso do polipropileno como fibra substituta
- Adequação das fábricas do Paraná, Rio de Janeiro, Bahia e Goiás
- Modernização dos ativos
- Fechamento da fábrica de Anápolis

Importante: essas decisões nos levaram a usar a RJ como medida preventiva e protetiva para o período de transição

2. Redefinição da estratégia

- Core Business: Coberturas (telhas de FC e concreto)
- Posicionamento como empresa de baixo custo
 - Escala, gama de produtos otimizada, produtividade e qualidade
- Produtos complementares:
 - Sinergias produtivas, tecnológicas e de mercado
- Agregação de valor aos produtos existentes

3. Revisão do portfolio de negócios

- Concentração dos esforços em Fibrocimento
- Operação da SAMA como geradora de caixa.
- Venda da operação de Louças Sanitárias em Caucaia – CE
- Vendas dos ativos dedicados a Reservatórios (caixas d'água)
- Encerramento das atividades com metais sanitários.

4. Adequação da estrutura administrativa

- Simplificação de rotinas e processos administrativos
- Investimento em tecnologias de informação e automatização de rotinas internas
- Adequação do efetivo ao novo modelo de gestão
- Revisão das políticas de remuneração e benefícios de acordo com o novo posicionamento.

1. Ganho de Escala
2. Aumento da Cobertura de Mercado
3. Inovação

1. Ganho de Escala

- Desengargalamento das unidades existentes
- Consolidação em regiões de maior oferta
- Novas unidades em regiões de baixa oferta
- Desengargalamento da produção fibra de PP

2. Aumento da Cobertura de Mercado

- Melhor logística, com as novas unidades e abertura de centros de distribuição
- Nova estrutura e política comercial
 - Melhor gestão dos canais de distribuição
 - Melhor tecnologia de pricing e inteligência de mercado

3. Inovação

- Telhas fotovoltaicas
- Sistemas construtivos

Éternit

a marca da coruja

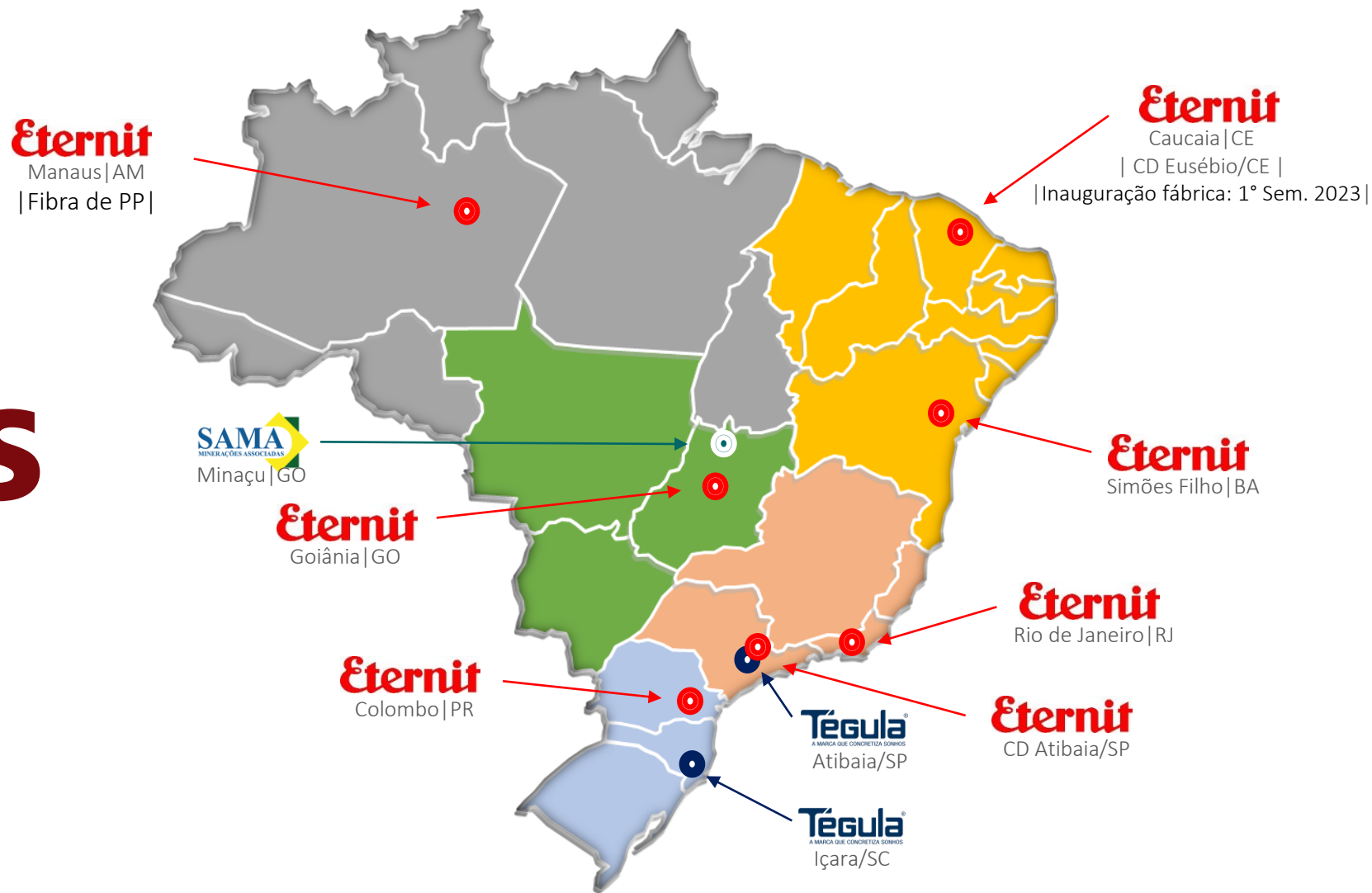
Resultados da
Estratégia Comercial



quem somos

- 📍 **82 anos** de atuação no Brasil
- 📍 **Top of Mind** do segmento
- 📍 **Líder** no segmento de cobertura
- 📍 **Presença** em todos os estados da federação
- 📍 Maior **cobertura geográfica** e **pulverização das vendas** do seu segmento
- 📍 Maior **diversificação de produtos** para o segmento de cobertura

onde estamos



Pilares da estratégia para geração de valor

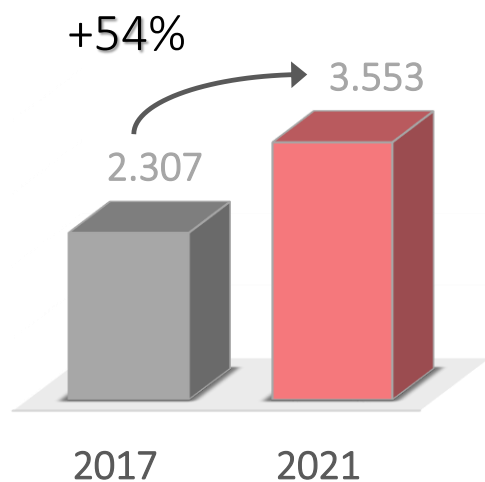
- 📍 ***Pulverização*** nas vendas.
| melhorar a base de clientes e cobertura das regiões próximas às unidades fabris |
- 📍 Gestão de ***pricing e rentabilidade***.
| gerenciar conflitos entre clientes e canais, otimizando preço de venda e margem |
- 📍 Melhora das ferramentas para ***gestão das vendas e assistência aos clientes***.
| qualificação dos gestores e acessibilidade das informações |
- 📍 ***Eficiência logística*** como diferencial competitivo.
- 📍 ***Inovação*** de produtos e mercados.
| por ex.: telhas fotovoltaicas e sistemas construtivos |
- 📍 ***Reengenharia*** completa do time de ***gestão comercial*** adequando o perfil à estratégia.

...disciplina e foco

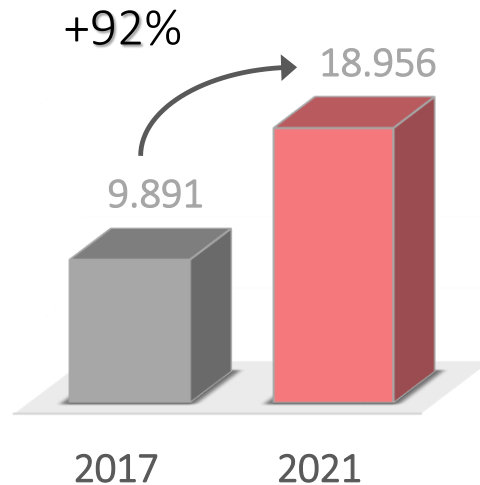
Melhor resultado histórico da Companhia.

- 📍 Avanço relevante na cobertura geográfica com **incremento de 1.246 novas cidades atendidas** de forma direta.
- 📍 Aumento consistente na base de clientes com **incremento de 9.065 clientes atendidos**.

Cidades atendidas



Clientes ativos



Clientes Conquistados



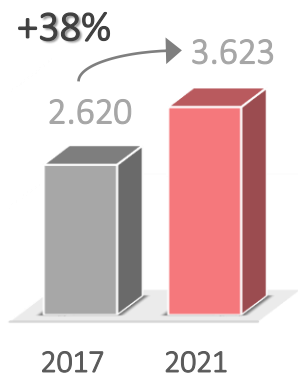
Aumento consistente na *pulverização das vendas*.

- 📍 Foco na eficiência logística: agilidade e proximidade com os clientes.
- 📍 Adequação da estrutura de vendas com perfil para atendimento da estratégia

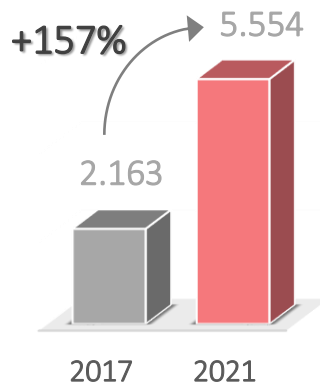
Clientes atendidos

| número de clientes ativos |

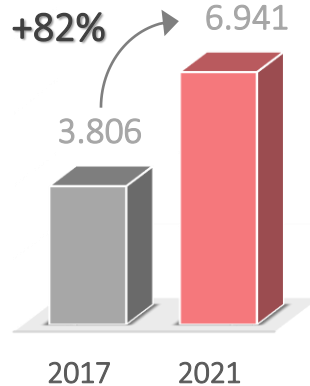
Centro Oeste e Norte



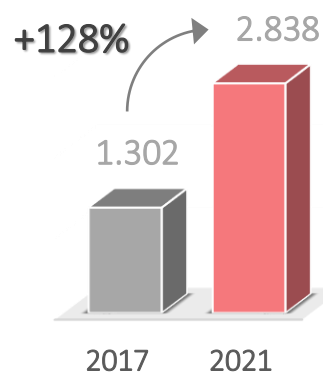
Nordeste



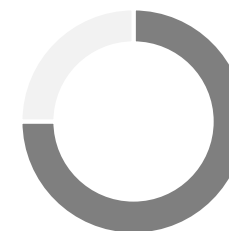
Sudeste



Sul



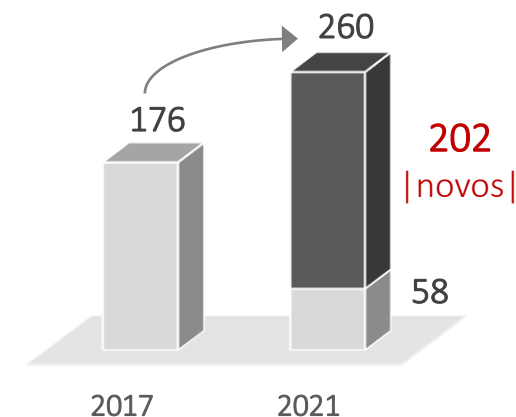
Diferencial competitivo



75% dos clientes e do faturamento estão até 500 km das unidades fabris

Reestrutura da equipe de vendas

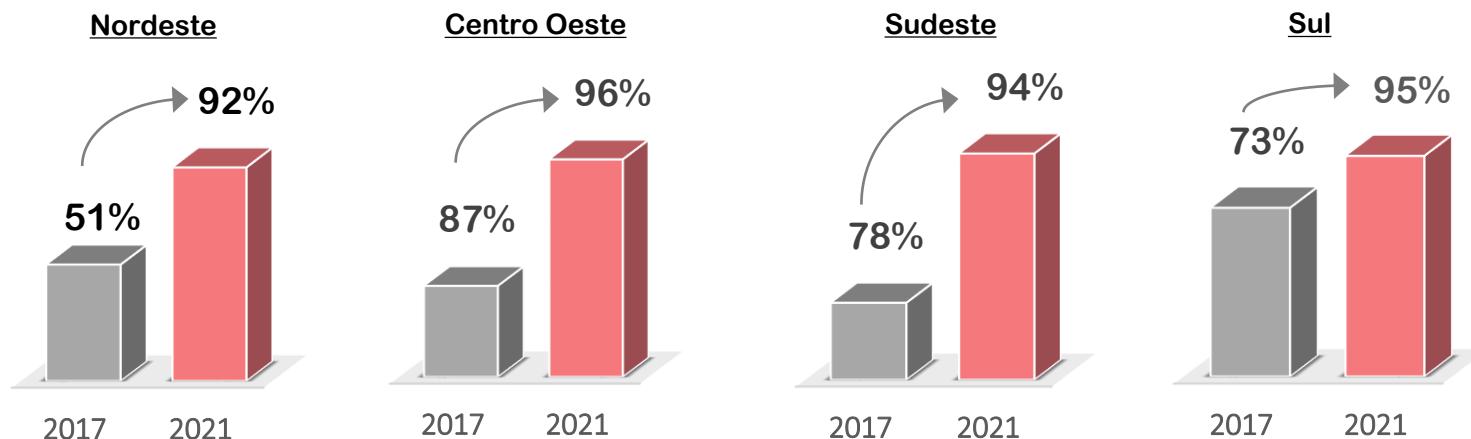
| número de vendedores |



Disciplina e foco para implementação e manutenção da estratégia

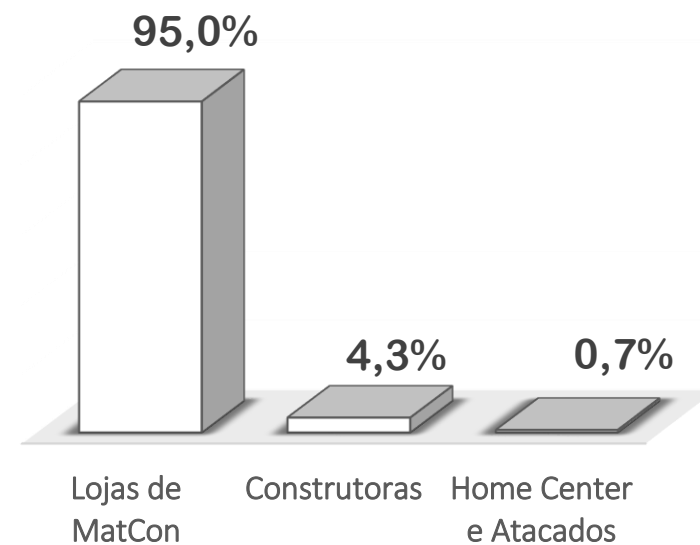
- 📍 Migração consistente da base de clientes com **foco no pequeno e médio varejo**.
- 📍 Menor exposição a grandes contas.
(maior grupo econômico de clientes representa menos de 1,5% das vendas)

Representatividade das lojas de materiais de construção no faturamento



Perfil dos canais de vendas

|Brasil 2021|

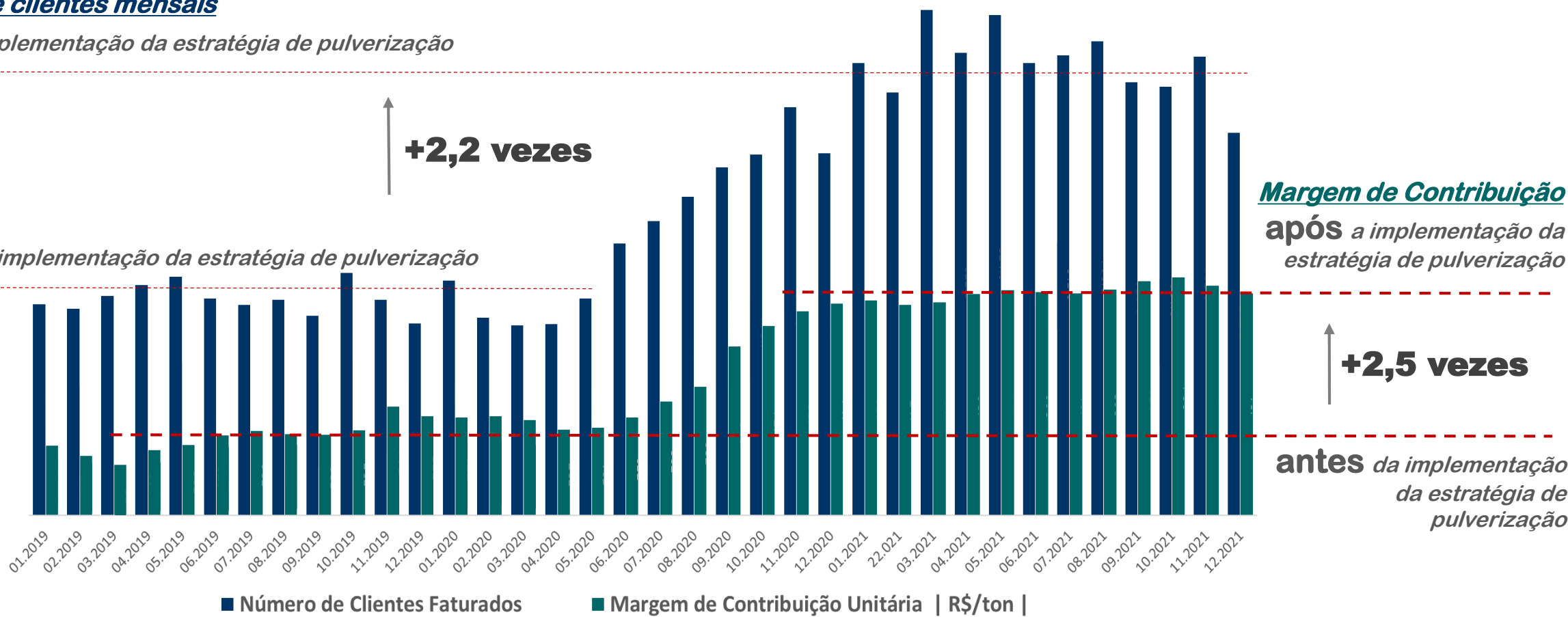


Robusta evolução nas margens unitárias

Número de clientes mensais

após a implementação da estratégia de pulverização

antes da implementação da estratégia de pulverização



Éternit

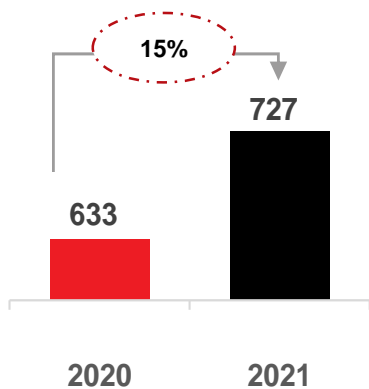
a marca da coruja

Evolução dos
Resultados

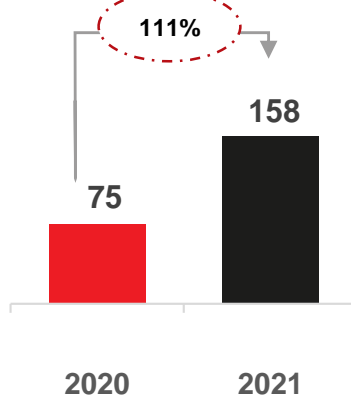


Volume de Vendas (mil toneladas)

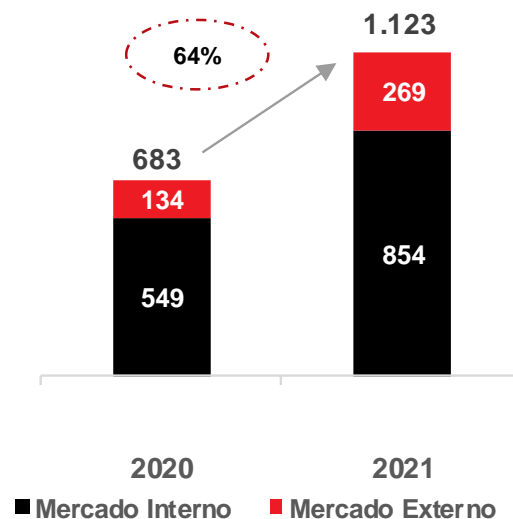
Fibrocimento



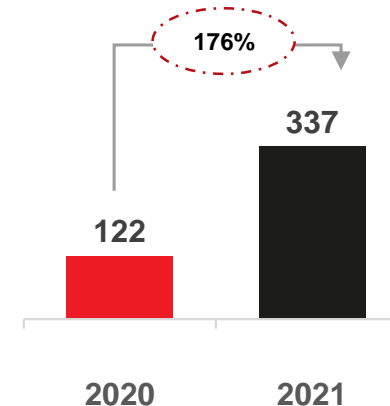
Crisotila



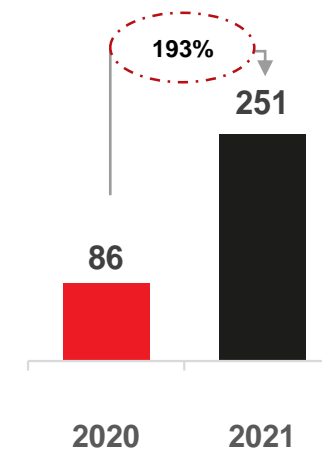
Receita Líquida (R\$ milhões)



EBITDA Recorrente (R\$ milhões)



Lucro Líquido Recorrente (R\$ milhões)

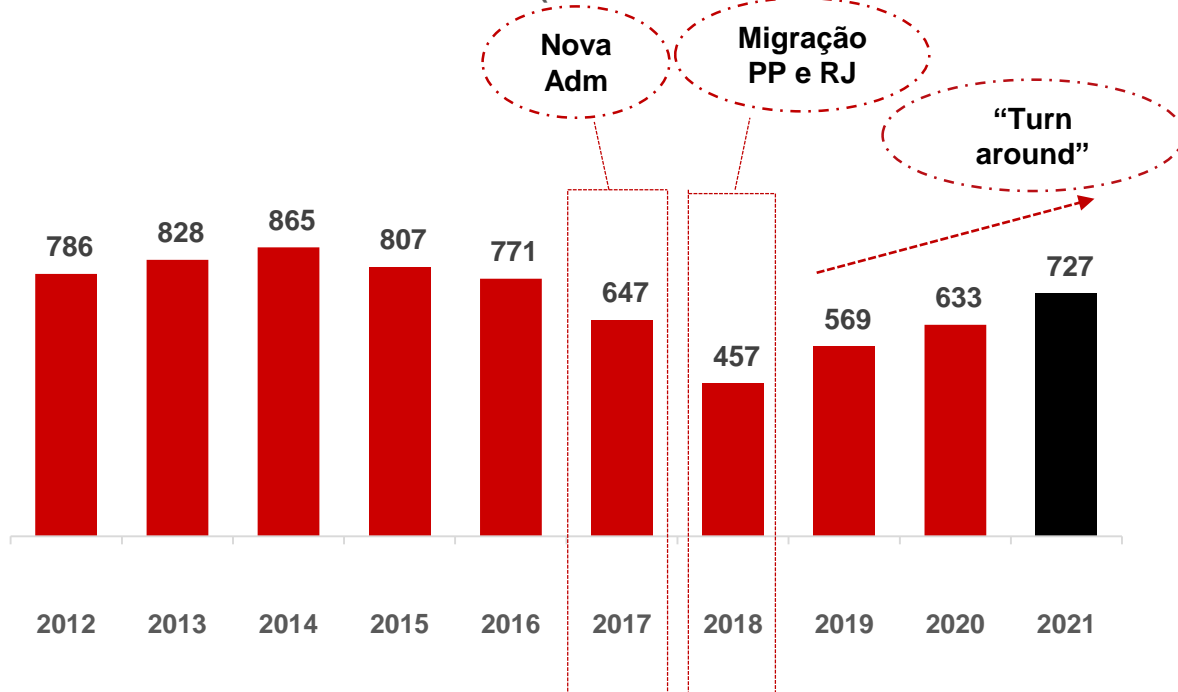


| | Volume de Vendas | | Receita Líquida | EBITDA Recorrente | Caixa Líquido | PL | Market Cap |
|-------------|---------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| | +12% | +10% | +69% | +7,5x | +R\$ 250 milhões | +3,3x | +3,8x |
| 2021 | Fibrocimento 727 mil/ton | Crisotila 158 mil/ton | R\$ 1.123 milhões | R\$ 337 milhões | R\$ 182 milhões | R\$ 563 milhões | R\$ 1.295 milhões |
| 2017 | Fibrocimento 647 mil/ton | Crisotila 144 mil/ton | R\$ 666 milhões | R\$ 45 milhões | R\$ (69) milhões | R\$ 171 milhões | R\$ 341 milhões |

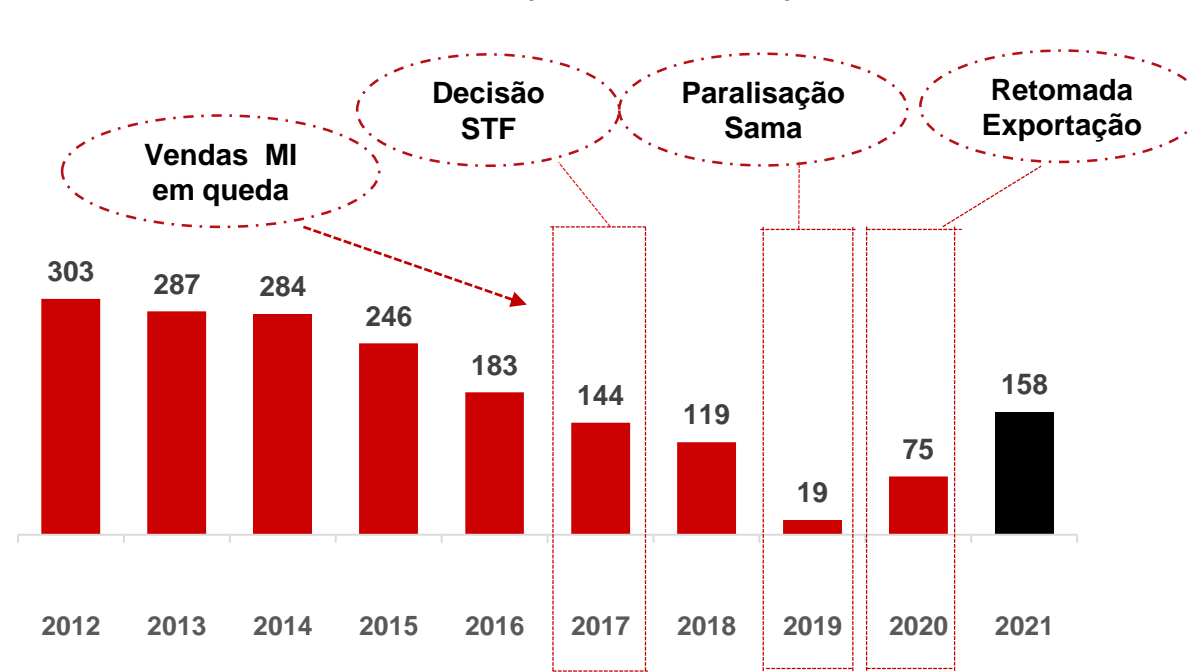
| | Volume de Vendas | | Receita Líquida | EBITDA Recorrente | Market Cap |
|-------------|---------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| | +12% | +10% | +35% | +6,0x | +2,3x |
| 2021 | Fibrocimento 727 mil/ton | Crisotila 158 mil/ton | R\$ 1.123 milhões | R\$ 337 milhões | R\$ 1.295 milhões |
| 2017 | Fibrocimento 647 mil/ton | Crisotila 144 mil/ton | *R\$ 829 milhões | *R\$ 56 milhões | *R\$ 424 milhões |

*IPCA acumulado: 24,5% (jan/18 até dez/21)

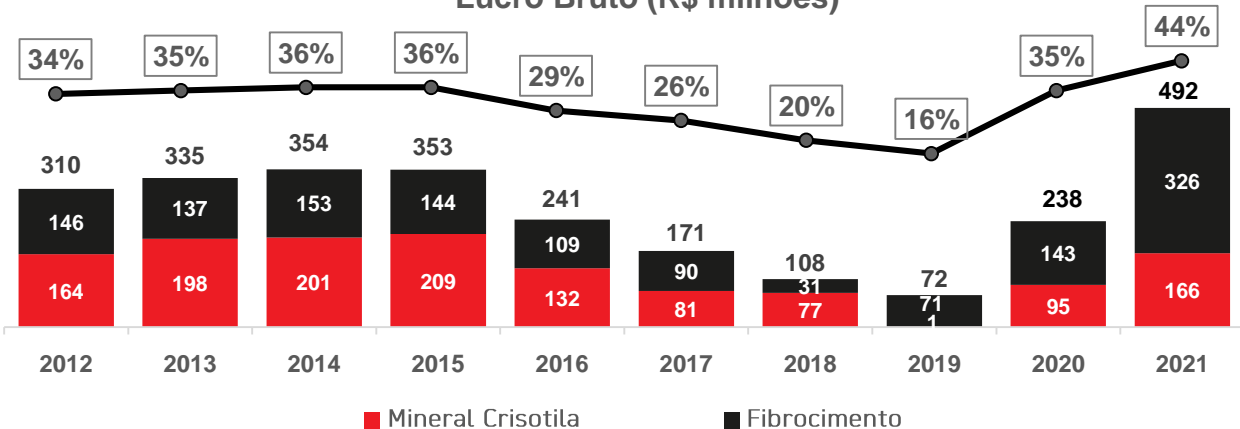
Fibrocimento (mil - toneladas)



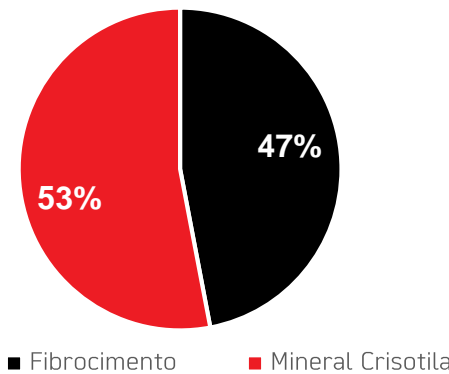
Mineral Crisotila (mil - toneladas)



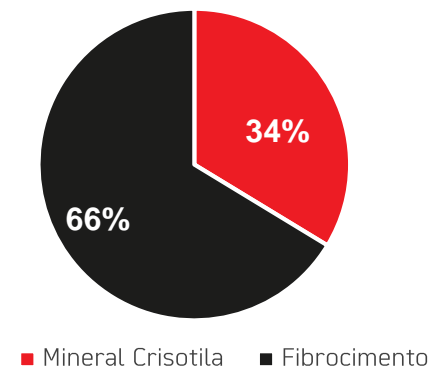
Lucro Bruto (R\$ milhões)



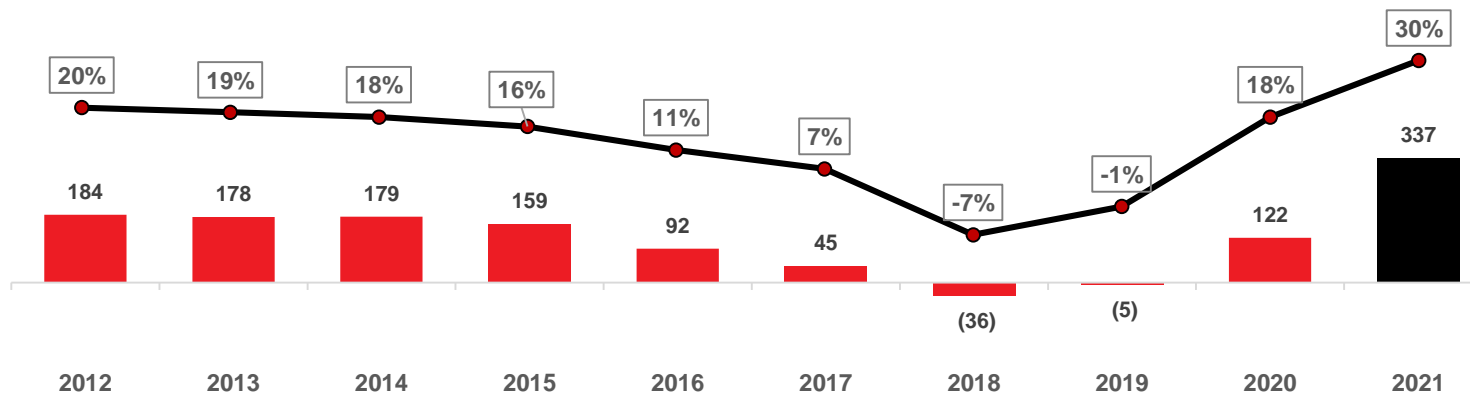
Lucro Bruto - 2012



Lucro Bruto - 2021



EBITDA Recorrente (R\$ milhões)








Éternit

a marca da coruja

Projeto
FOTOVOLTAICO



Inovação e novos negócios, pilares da estratégia de crescimento

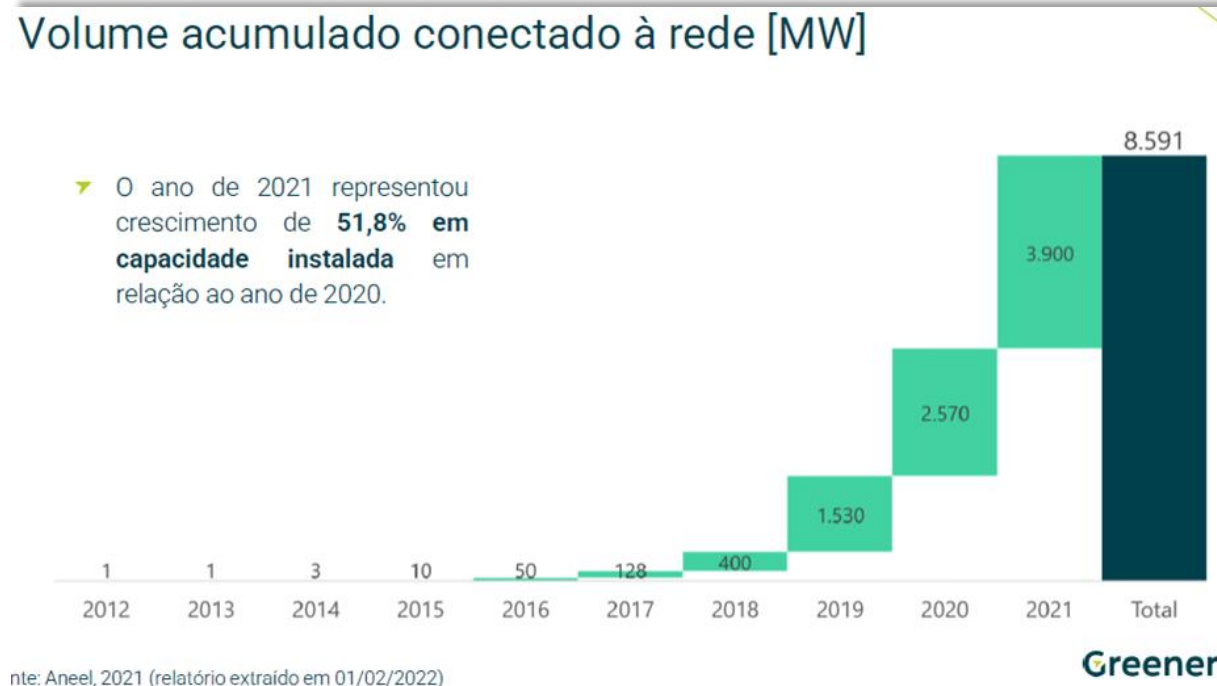
-  *Tendências* globais
-  *Benchmark* Internacional
-  *DNA* Eternit

**origem
do
projeto**



mercado potencial

- 📍 **Consumo e preços** de energia elétrica crescentes
- 📍 **Energia** limpa e renovável
- 📍 **Competitividade** em custo da energia fotovoltaica



**agregar
valor**

Tégula[®]
Solar

Éternit
Solar

- 📍 **Parcerias estratégicas** no desenvolvimento do produto
UFSC – Laboratório Fotovoltaica
USP - Instituto de Energia e Ambiente
- 📍 **Valor agregado** ao telhado
 - Integração do fotovoltaico à cobertura
 - Simplicidade de instalação
 - Produção própria
 - Economia mensal
- 📍 **Condições favoráveis no Brasil**
 - Alta irradiação solar
 - Regulamentação da geração distribuída
 - Padrão construtivo local

Tégula[®]
Solar

📍 Células fotovoltaicas *integradas à telha*

- Melhor estética no padrão brasileiro
- Integração ao telhado
- Modularidade
- Resistência e estanqueidade
- Evita furações e sobrecargas



Telha BIG homologada
INMETRO set/2020

📍 *Inovação* no sistema de dopagem e recobrimento

- Excelente coeficiente de temperatura
- Aproveitamento luz direta e difusa
- Resistência a granizo, trincas



Telha Plana
em desenvolvimento

📍 *Inédito* sistema de cabos e conectores sob o telhado

- Instalação simples e rápida



Telha Fibrocimento
INMETRO dez/2021

Éternit
Solar

Tégula[®]

Solar

📍 *Versatilidade na aplicação* em padrões econômicos e arquitetura de obras diferentes

Telha BIG: 1 telha de 10 Wp = 1,2 kWh/mês

Consumo de energia: **120kWh/mês**

100 telhas = área de 13 m² = potência 1 kWp



Residências com padrão “Casa Verde e Amarela”



Consumo: **240kWh/mês**

200 telhas

área de 27 m²

potencia 2 kWp

Consumo: **840kWh / mês**

700 telhas

área de 93 m²

potencia 7 kWp



Tégula[®]

Solar

Projetos com Telha BIG



- 📍 *Projetos pilotos* em diferentes regiões, climas, padrões e potências
- 📍 *Início das vendas* de forma controlada e limitada as regiões estratégicas

Éternit

Solar



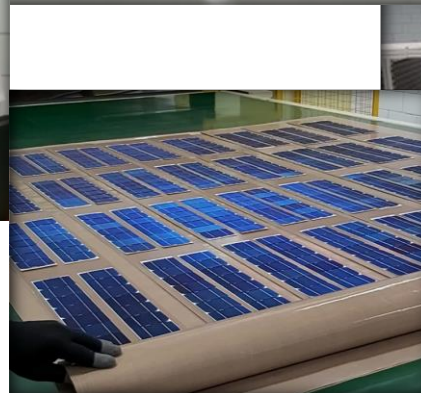
Telha Fibrocimento de 2,44m x 1,10m

1 telha de 140 Wp = 20 kWh/mês

- 📍 **Fácil aplicação** em todos os padrões de residências, galpões comerciais, instalações agrícolas e construções industriais.
- 📍 **Versatilidade**, substitui telhas de fibrocimento comuns sem alteração da estrutura do telhado.
- 📍 **Ondulação universal**, pode ser aplicada em todos os telhados com fibrocimento do mercado.
- 📍 **Próxima etapa do desenvolvimento** será a instalação dos projetos pilotos já identificados.

Unidade fabril fotovoltaica – Atibaia/SP

**unidade piloto
de fabricação
e
homologação
processo fabril**



Éternit

a marca da coruja

