

**Operador**

Bom dia, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à conferência da Automob para a discussão dos resultados referentes ao primeiro trimestre de 2026. Esta videoconferência está sendo gravada e o replay poderá ser acessado no site da Companhia, [ri.automob.com.br](http://ri.automob.com.br). A apresentação também está disponível para download. Informamos que todos os participantes estarão apenas assistindo à conferência durante a apresentação e, em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas.

Antes de prosseguir, aproveito para reforçar que as declarações prospectivas têm como base as crenças e suposições da administração da Automob e as informações atuais disponíveis para a Companhia. Essas declarações podem envolver riscos e incertezas, tendo em vista que dizem respeito a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores, analistas e jornalistas devem levar em conta que eventos relacionados ao ambiente macroeconômico, ao segmento e a outros fatores podem fazer com que os resultados sejam materialmente diferentes daqueles expressados nas respectivas declarações prospectivas.

Está presente nesta conferência o Sr. Sebastian Los, CEO da Companhia, e o Sr. Paulo Prado, Diretor de Relações com Investidores. Gostaria agora de passar a palavra ao Sr. Sebastian, que dará início à apresentação. Por favor, Sebastian, pode prosseguir.

**Sebastian Los (CEO)**

Bom dia a todos, muito obrigado por participarem da teleconferência de resultados do primeiro trimestre de 2026 da Automob. Antes de entrar nos números, gostaria de agradecer aos nossos mais de 5.800 colaboradores, aos clientes, ao Conselho de Administração, à diretoria, aos fornecedores e aos investidores. A todos, pela confiança contínua no nosso plano de transformação e criação de valor.

Neste primeiro trimestre do ano, marcamos um momento importante, porque consolidamos avanços relevantes, com destaque para o crescimento acima do mercado, melhoria do capital de giro e pela resiliência de nosso resultado. Na página 3, gostaria de relembrar quem somos hoje.

A Automob é o maior e mais diversificado grupo de concessionários do Brasil. São 199 lojas, 38 marcas, com presença relevante em veículos leves, caminhões e ônibus, agro e máquinas. Nos últimos 12 meses geramos R\$ 13,8 bilhões de receita bruta e R\$ 532 milhões de EBITDA, com mais de 160 mil veículos vendidos.

Além das lojas que todos já conhecem, dois ativos merecem destaque especial. Temos a maior mesa de avaliação de veículos usados no Brasil, com mais de 131 mil avaliações nos últimos 12 meses, crescimento de 50% ano contra ano. E também a maior mesa de financiamento do país, com R\$ 2,3 bilhões intermediados nos últimos 12 meses, um crescimento expressivo de 24%. Esses dois pilares são diferenciais muito importantes para nossa estratégia. Aceleraram as vendas, fortalecem o relacionamento com clientes e ampliam a rentabilidade do negócio de forma estrutural.

Indo para a página 4, aqui temos as principais mensagens do trimestre. Primeiro, crescemos 7,5% na receita líquida consolidada, atingindo R\$ 3,1 bilhões. A receita de veículos leves avançou 19,5% na comparação anual, contribuindo de forma relevante para a resiliência do nosso portfólio, visto que representa 80% do negócio. O lucro bruto foi de R\$ 453 milhões, com uma margem de 14,5%. E o EBITDA ajustado atingiu R\$ 143 milhões, crescendo 2% ano contra ano, com uma margem praticamente estável.

Muito importante reforçar também que continuamos crescendo acima do mercado. Em leves novos, o crescimento foi de 16,4%, mais de 7 pontos acima do setor. Em veículos usados, um crescimento de 12,7%, em linha com o mercado, mas com um avanço relevante de CHM. Em caminhões e ônibus, mesmo com o mercado em forte retração, nossa queda foi de apenas 6,7%, um desempenho 11,7 pontos superior ao mercado. Isso reflete a resiliência da nossa operação e o diferencial da nossa gente.

Seguimos expandindo em serviços, que é o principal impulsionador da rentabilidade, onde o F&I e pós-vendas já representam 45% do lucro bruto consolidado, com uma receita de F&I por veículo crescendo 36% na comparação anual. Falando de rentabilidade, veículos leves geram R\$ 35 milhões de lucro líquido, e caminhões e ônibus outros R\$ 18 milhões. Ou seja, os segmentos que representam cerca de 93% da receita da Companhia entregaram R\$ 53 milhões de lucro líquido no trimestre. Portanto, o core business segue lucrativo, resiliente e em uma trajetória de evolução estrutural.

Na disciplina de capital, os avanços são concretos. O estoque pago foi reduzido em R\$ 488 milhões na comparação anual, o CAPEX líquido foi de R\$ 22 milhões — o menor dos últimos três anos — e a alavancagem recuou para 3,5 vezes.

Por fim, destaco a gestão ativa do portfólio. Encerramos as 15 lojas da operação Seu Carro em abril, com impacto positivo de R\$ 1,8 milhão por mês no lucro líquido a partir de junho. Optamos por realocar o capital e nossos esforços em frentes com maior potencial de geração de valor e rentabilidade no curto prazo, contribuindo para a evolução dos resultados sem qualquer comprometimento da nossa estratégia em seminovos.

Em resumo, crescimento acima do mercado, expansão de serviços, disciplina financeira e portfólio mais eficiente ajudam a explicar porque, mesmo em um trimestre desafiador para alguns segmentos, seguimos avançando na qualidade do resultado e na geração de valor.

Na página 5 temos a dinâmica do resultado consolidado. O crescimento de 7,5% na receita líquida foi impulsionado por veículos leves, que avançaram 19,5% na comparação anual e representam cerca de 80% da receita total. O lucro bruto cresceu 5% e o EBITDA ajustado 2% na comparação anual, com margens praticamente estáveis. Vale o destaque aqui para a expansão de F&I e pós-vendas e a melhora nas margens de caminhões e ônibus. Esses fatores compensaram quase integralmente a retração das margens de outros segmentos. Por fim, apresentamos prejuízo líquido de R\$ 47 milhões no primeiro trimestre, melhoria de mais de R\$ 14 milhões comparado ao quarto trimestre de 2025, fruto das melhorias operacionais destacadas anteriormente.

Na página 6 tratamos do resultado líquido de forma mais aprofundada. O gráfico ilustra com clareza que o resultado da última linha não se trata de um problema estrutural do negócio, mas sim de uma diferença clara da conjuntura dos diferentes segmentos. Enquanto leves e caminhões seguem gerando valor de forma consistente, o agro passa por momento de ajuste e a holding carrega uma despesa financeira, resultado da reorganização societária que já

concluimos. Leves, caminhões e ônibus têm um lucro líquido positivo de R\$ 53 milhões no trimestre, um patamar saudável que demonstra com clareza a capacidade de geração de valor de longo prazo da Companhia.

Na página 7 vemos a evolução do ciclo de caixa operacional, um dos grandes avanços do trimestre. Essa gestão se traduziu diretamente no ciclo de conversão de caixa, que melhorou 30 dias na comparação anual, de 48 para 18 dias, em linha com nossa prioridade para o trimestre. O estoque pago recuou R\$ 488 milhões na comparação anual e mais de R\$ 173 milhões em relação ao último trimestre de 2025.

Este resultado refletiu uma gestão ativa e disciplinada. Em veículos leves, a redução foi de 35,2%, principalmente pela otimização dos estoques de veículos usados. A lógica aqui é clara: zeramos o estoque de baixo giro para entrar no segundo trimestre de 2026 com maior disponibilidade de veículos seminovos de qualidade, criando condições concretas para acelerar vendas, ampliar receitas de F&I e pós-vendas e recuperar margem. Os benefícios do maior giro de estoque são diversos: mais volume, mais serviços agregados, margens mais resilientes e menor custo de carregamento financeiro, impulsionando a rentabilidade de forma mais sustentável. Em veículos pesados, o segmento agrícola acumula R\$ 330 milhões de redução nos últimos 12 meses, e vale destacar que o primeiro trimestre de 2026 é historicamente o trimestre mais desafiador para máquinas agrícolas do ponto de vista sazonal.

Na página 8 apresentamos nossos investimentos. O primeiro trimestre marcou o menor nível de CAPEX líquido dos últimos 3 anos: R\$ 22 milhões, que representa uma queda de 60% em relação ao primeiro trimestre de 2025. A rede está modernizada. O ciclo pesado de investimentos em infraestrutura ficou para trás, e agora o foco é extrair retorno dos ativos já construídos. Um ponto importante: não paramos o crescimento. Inauguramos, neste trimestre, duas lojas — a Forge Sonar Big Ipiranga, em São Paulo, e a Original BYD, em São Luís do Maranhão — ambas alinhadas ao nosso planejamento estratégico de posicionamento de marca. O pipeline de novas aberturas segue criterioso e orientado ao retorno sobre o capital. Na página 9 temos a estrutura de capital. Tudo o que foi comentado até aqui reflete na redução da dívida líquida em R\$ 113 milhões na comparação com o último trimestre do ano passado. E a alavancagem, medida pela dívida líquida sobre EBITDA, reduziu de 3,7 vezes para 3,5 vezes. O perfil da dívida é confortável. O prazo médio é de 2,7 anos, com um custo de CDI mais 2,4%, enquanto o caixa cobre integralmente os vencimentos ateados de 2028. O fortalecimento da estrutura de capital e a redução da alavancagem são diretrizes claras e seguiremos avançando nessa direção.

Com isso encerro minha primeira parte da apresentação e convido a Paulo Prado, nosso Diretor de Relações com Investidores, para detalhar cada uma das nossas linhas de negócio. Paulo, por favor.

### **Paulo Prado (Diretor de RI)**

Obrigado, Sebastian. A partir da página 11 vou falar um pouco sobre cada linha de negócio, começando pelos resultados de veículos leves novos no varejo, segmento que representa 28% do nosso lucro bruto. Vendemos 13.142 unidades no varejo, um crescimento de 16,4% ano contra ano, o que significa mais de 7 pontos percentuais acima do mercado. A receita bruta transacionada avançou 19,5%, impulsionada pela expansão das vendas diretas, que é uma modalidade que entrega margens superiores e também exige menor capital de giro.

A produtividade por loja também evoluiu: foram 36 veículos novos por loja em média no primeiro trimestre, uma alta de 11,6% desconsideradas as unidades abertas a menos de um ano. A margem bruta recuou 1 ponto percentual para 8,9%, refletindo a estratégia da Companhia de acelerar o giro na venda dos veículos, priorizando o volume e a geração de caixa. Lembrando que a margem não deve ser analisada de maneira individual, mas sim considerando todo o benefício da venda de serviços financeiros e do pós-vendas, que evoluíram também de forma relevante no trimestre.

Na página 12, os veículos leves usados, que respondem por 14% do lucro bruto da Companhia. O volume cresceu 12,7%, em linha com o mercado, e a receita bruta avançou 31%, puxada por um mix com maior participação de veículos de luxo e maior ticket médio. O ticket médio no geral saltou de R\$ 83 mil para R\$ 96 mil, cerca de 16% de aumento na comparação anual. O índice de usados sobre novos foi de 0,6x, visto que a venda de veículos novos acelerou de forma mais relevante no período. O lucro bruto cresceu 10,1%, com queda esperada de margem bruta, em linha com a nossa estratégia de otimizar o giro dos veículos usados. A Companhia iniciou o segundo trimestre com maior disponibilidade de veículos seminovos, em um patamar muito mais favorável, com um estoque mais assertivo — condições necessárias para a aceleração da expansão das vendas e das margens nesse segmento.

Na página 13, temos o F&I, um dos principais impulsionadores da rentabilidade da Automob. A receita bruta cresceu 55% no ano, atingindo R\$ 64 milhões, com uma receita por veículo de cerca de R\$ 3.500, evolução de 36% versus o primeiro trimestre de 2025. Todas as linhas cresceram: financiamento, despachante, seguros, blindagem e consórcio. Nossa mesa centralizada de financiamento responde por cerca da metade dessa receita de F&I, capturando ganhos de escala relevantes. Temos relacionamento com mais de 20 instituições financeiras, o que nos permite entregar melhores condições ao cliente e ampliar o spread para a Companhia. O ganho acumulado desse spread em usados chega a 340 basis points em dois anos, o que demonstra a importância do crescimento das vendas de carros usados para a rentabilidade do negócio. O potencial de expansão continua relevante — nossa referência interna aponta para mais de R\$ 4.000 de receita por veículo vendido. O caminho para chegar lá é continuar padronizando o atendimento e os processos em todas as lojas, disponibilizando novas soluções e novos produtos aos clientes.

Na página 14 temos o pós-vendas, que responde por cerca de 25% do lucro bruto da Companhia. A receita bruta cresceu 8,7% e o lucro bruto avançou 12,5%, com uma margem de 41%, expansão de cerca de 0,6 pontos percentuais na comparação anual. Esse resultado reflete a disciplina de precificação, a maior penetração de serviços e a normalização dos atendimentos após o processo de integração dos sistemas que impactou o último trimestre. O crescimento desse segmento deve continuar contribuindo para a nossa rentabilidade: já temos cerca de 52 mil veículos novos vendidos nos últimos 12 meses, e cada carro novo vendido alimenta a demanda do pós-vendas por alguns anos, sobretudo devido às garantias e à continuidade do relacionamento com o cliente. É um efeito composto que continua se fortalecendo com o nosso crescimento.

Na página 15, um detalhamento maior dessas duas alavancas de valor. O F&I e o pós-vendas são hoje dois dos principais vetores de expansão da nossa rentabilidade. Em F&I já atingimos cerca de R\$ 3.500 por veículo e o nosso objetivo até 2027 é R\$ 3.900, lembrando que ainda há muito espaço — alguns pares internacionais listados chegam a 25% de representatividade

do lucro bruto, enquanto a Automob está em 13% até o momento. Já em pós-vendas, a margem bruta avançou para 41%, se aproximando do guidance de 42%, com receita por colaborador crescendo 20,7% na comparação anual em serviços — indicativo direto de ganho de produtividade e não apenas de volume. A margem de serviços é de 65,8%, evidenciando a qualidade desse mix. O efeito combinado fica mais visível ainda no gráfico que mostra F&I e pós-vendas juntos, que passaram a representar 45% do nosso lucro bruto: uma expansão de 3 pontos percentuais em apenas 4 trimestres.

Passando agora para o segmento de caminhões e ônibus, na página 17. O mercado de caminhões e ônibus recuou 18,4%, enquanto a Automob reduziu seu volume em apenas 6,7%, um desempenho 11,7 pontos acima do setor. A receita bruta recuou 29%, queda superior à queda de volume por dois fatores: o efeito de cut-off — no primeiro trimestre de 2025 foram entregues volumes importantes de caminhões faturados em períodos anteriores, dificultando a base de comparação — e o crescimento das vendas diretas, que entram como comissão e não como receita integral. A margem bruta expandiu de 16,3% para 17,7%, reflexo da maior participação de serviços, peças, acessórios e do crescimento da venda direta. O segmento gerou R\$ 18 milhões de lucro líquido no trimestre, operando de forma lucrativa mesmo em um ambiente mais desafiador.

Vale ressaltar que em janeiro e fevereiro os meses foram penalizados pela maior dificuldade operacional dos bancos comerciais no início do Programa Move Brasil, e em março o crédito iniciou sua normalização e crescemos 8% ano contra ano. Já no final de abril, o governo ampliou o Move Brasil para R\$ 21 bilhões — mais do que o dobro do valor original — incluindo também ônibus e implementos. A Companhia está pronta para capturar essa demanda adicional, com estoque adequado e lojas bem posicionadas, o que indica um cenário mais favorável para o segundo trimestre.

Passo agora para o segmento de agro e máquinas, na página 19. O volume recuou 33,8%, com a receita bruta caindo 17%, queda menor do que o volume por um mix mais favorável e ticket médio mais alto. O ambiente seguiu impactado pelo preço desfavorável das commodities, custos de produção elevados e acesso mais restrito a crédito, o que limita as decisões de compra de máquinas por parte dos produtores. Continuamos com o foco na redução do estoque pago, que caiu R\$ 37 milhões no primeiro trimestre. Lembrando que os primeiros trimestres do ano são mais desafiadores sazonalmente para a venda de máquinas, e na comparação anual — que soma a performance dos últimos 12 meses — a redução foi de R\$ 285 milhões no estoque pago. Vale o destaque também que, a partir de março, passamos a comercializar o estoque das montadoras com margens brutas maiores, com uma nova política comercial que será detalhada pelo Sebastian na sequência.

Com isso encerro a abertura dos resultados por negócio e devolvo a palavra ao Sebastian para as mensagens finais. Por favor, Sebastian.

### **Sebastian Los (CEO)**

Obrigado, Paulo. Na página 21, temos o plano de recuperação do segmento do agro, com três frentes muito concretas. Na gestão do estoque antigo, ainda temos em torno de R\$ 110 milhões em máquinas novas excedentes e uns R\$ 70 milhões em máquinas usadas. Continuaremos com foco e disciplina nessa redução. Também definimos uma nova política comercial para estoque novo: margens fixadas junto às montadoras, compra sob demanda e

operação com nível reduzido de estoque pago. O potencial é uma margem bruta de duplo dígito para vendas de máquinas novas que não estão no estoque, compatível com o histórico já demonstrado pela Companhia em anos anteriores.

Na estrutura operacional, reprecificamos os serviços de revisão, estamos diversificando receitas e convertendo lojas para o formato Dual Brand. Mais três unidades estão previstas para o segundo trimestre de 2026 neste formato, totalizando 10, e trazendo economias de despesas pelo compartilhamento dos custos fixos. Adicionalmente, a possível inclusão de máquinas agrícolas no Programa Move Brasil representaria um catalisador relevante para a demanda do setor — acompanharemos essas oportunidades de perto.

Na página 22, temos as mensagens finais. Encerramos o primeiro trimestre com consistência nos pilares que mais importam para a rentabilidade da Companhia. Veículos novos continuam sendo uma grande fortaleza para a Automob, crescendo acima do mercado com um portfólio de lojas que amadurece e índices de produtividade que melhoram. Desconsiderando as lojas abertas a menos de um ano, temos 36 veículos vendidos por loja, muito perto do nosso Guidance 2027, e continuamos os esforços para superar as expectativas dos clientes e diversificar nossa operação.

Em seminovos, as condições operacionais para acelerar estão prontas: estoque otimizado, lojas preparadas e processos revisados e aprimorados. O índice, particularmente neste trimestre, não evoluiu devido ao forte crescimento em novos, mas estamos com um estoque pronto e otimizado para acelerar ainda mais a partir do segundo trimestre. F&I e pós-vendas seguem em trajetória de aceleração e hoje representam 45% do nosso lucro bruto. Esse mix é o que diferencia uma rede de concessionárias de uma plataforma de serviços automotivos. É nessa direção que estamos construindo a Automob.

Em agro e máquinas, temos uma agenda intensa de recuperação. As ações corretivas estão em curso para neutralizar o prejuízo por meio de redução de estoques, custos e despesas e nova política comercial. Temos convicção nesse caminho de recuperação. No conjunto, o que entregamos no primeiro trimestre de 2026 reforça nossa tese: escala com disciplina de capital, mix crescente de receitas de maior margem e execução orientada ao resultado. Esse é o modelo a seguir e esse é o nosso compromisso. Agradecemos a confiança de todos os acionistas e seguimos à disposição na seção de perguntas e respostas. Muito obrigado a todos!

## **Operador**

Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas para investidores e analistas. Caso deseje fazer uma pergunta, por favor, pressione o botão Reação e em seguida clique em Levantar a Mão. Se a sua pergunta for respondida, você pode sair da fila clicando em Abaixar a Mão. Caso deseje fazer uma pergunta por escrito, por favor, digite sua pergunta no campo de Q&A seguido do seu nome e da sua companhia.

## **Matheus Santana (Bradesco BBI)**

Oi Sebastian, oi Paulo, bom dia. Obrigado por escolher a minha pergunta. Eu tenho uma só. Em fevereiro vocês concluíram a integração dos sistemas às lojas. Eu queria saber se vocês têm alguma ideia numérica do que isso podia trazer de melhora de margem, dado todas as sinergias que isso cria. E também quais são os próximos passos que vocês veem de melhora operacional que estão sendo estudados. Essa é minha pergunta. Obrigado.

### **Sebastian Los (CEO)**

Bom dia, Mateus. Muito obrigado pela pergunta. O primeiro impacto da integração é ter praticamente todo o CRM em um único sistema. Estamos implementando para veículos leves o sistema unificado e isso nos permitirá ter uma visão 360 do cliente — esse é um dos principais impactos. O segundo é o estoque unificado: anteriormente, cada empresa adquirida tinha um sistema legado individual, o que não permitia ter vendas cruzadas nem que cada concessionária visualizasse o estoque em outra. O terceiro ponto é a digitalização.

Respondendo à sua pergunta sobre impactos financeiros: em nossa conta, a digitalização e a integração de processos vai ter um impacto em torno de 0,5 pontos percentuais sobre a receita até o final de 2026, via padronização de processos, padronização contábil, contas contábeis unificadas, o que vai permitir ter eficiência no back-office em torno desse 0,5 ponto.

### **João Ramiro (XP)**

Boa, bom dia Sebastian, bom dia Paulo. Aqui do meu lado são duas referentes a leves. Primeiro em relação a novos: a gente viu aqui os dados de abril da Fenabreve, e eles vieram bem fortes — cresceram 20% ano contra ano — e vocês veem consistentemente outperformando o mercado. Se vocês pudessem dar uma cor de como tem visto a performance de novos nesse começo do trimestre, e também o patamar de margem que a gente pode imaginar, dado que nesse trimestre a gente viu uma queda de 50 bps de margem bruta.

Segundo, em relação aos usados: a gente tem visto a mesa de avaliação de vocês já dando bons resultados — o nível de avaliação cresceu 50% ano contra ano, enquanto o volume de usados cresceu apenas 13%. Queria entender o que tem restringido a conversão dessas avaliações e o que a gente pode imaginar a nível de crescimento de usados olhando para frente, e também o índice de usados sobre novos que vocês esperam atingir no segundo trimestre ou no final do ano. Valeu pessoal.

### **Sebastian Los (CEO)**

Obrigado, João. Se a gente também visualizou esse crescimento forte em novos no primeiro trimestre, vale aqui uma esclarecimento. Se você pega os dados da Fenabreve, o mercado e as montadoras venderam fortemente para as locadoras. Se você tira o efeito da venda das montadoras para as locadoras, o crescimento do primeiro quadrimestre é de um pouco mais de 6%. Com o qual, comparado com a nossa performance, a Automob cresceu acima do mercado, e isso é uma grande fortaleza. Há um ponto para destacar: no Guidance, o nosso foco é incrementar vendas por ponto além de aberturas. Neste trimestre já atingimos 36 vendas por ponto, excluindo as lojas abertas há menos de um ano, que estão em etapa de maturidade. Lembrando que nosso Guidance é de 37 — ou seja, nosso principal segmento de negócios está muito perto do Guidance para 2027.

Referente às margens, reforço a estratégia do grupo de ter um portfólio bem diversificado. Não há novidade em relação à entrada e ao crescimento das montadoras chinesas dentro do portfólio do Brasil. Nós criamos um portfólio diversificado, tanto em marcas como em modelos, e isso nos permite administrar e eventualmente ir corrigindo a rota estratégica para ter resiliência em margens. Olhando para frente, a gente tem um negócio bem resiliente quanto aos impactos de competitividade.

**Paulo Prado (Diretor de RI)**

Complementando, é importante olhar também a margem de maneira conjugada com os outros segmentos de negócio. Não só olhar a margem de novos e usados, mas também considerar o impacto do crescimento dessas vendas em relação ao incremento de F&I e de pós-vendas, que cresceram bastante e são uma das principais metas aqui da Companhia para aumentar a rentabilidade e a resiliência do negócio, tornando-o menos suscetível a ciclos de mercado.

Vale ressaltar que nesse trimestre a gente teve uma estratégia intensa de aumento do giro dos veículos, principalmente nos usados, que vinham com um giro menor. Ressaltar também que a gente entrou o trimestre com um estoque de usados um pouco menor do que o necessário para aumentar essas vendas no patamar desejado. Isso foi recomposto ao longo do trimestre, de forma que já iniciamos o segundo trimestre com uma quantidade de carros mais adequada, com um mix mais assertivo, que vai trazer as condições para acelerar novamente essa venda de usados e, portanto, equilibrar um pouco mais essa margem.

**João Ramiro (XP)**

Beleza, pessoal. Muito obrigado.

**Sebastian Los (CEO)**

João, desculpe que ficou uma parte da sua pergunta sem responder, referente à nossa estratégia da mesa para ampliar a captação. Revisitamos a estratégia: nós tínhamos uma margem muito boa em vendas de carros via mesa e ajustamos o valor de captura — o valor de compra no trading — para captar mais carros. Isso nos permite ter um mix muito mais completo e, como o Paulo comentou, a partir do segundo trimestre a gente já tem um estoque mais robusto para aproveitar as oportunidades de um segmento que vem crescendo muito bem.

**Paulo Prado (Diretor de RI)**

Dou sequência aqui às perguntas que vieram por escrito e a gente responde em seguida.

O Alessio começa perguntando — ele menciona que é de uma região com forte atividade agrícola, no interior de Goiás, e tem uma concessionária Agromob na região. Há um consenso de que a crise na atividade agrícola do país irá passar. Uns veem essa crise como um problema que deixará danos aos negócios, outros veem a crise como uma oportunidade de crescimento. Em qual situação a Agromob está?

**Sebastian Los (CEO)**

Alessio, muito obrigado pela pergunta. Primeiro, concordamos com o diagnóstico do momento do agro: é conjuntural, não estrutural. Já tivemos resultados muito bons no passado. Referente ao nosso momento: nosso foco atual é reduzir o prejuízo. Esse é o nosso principal foco e já estamos trabalhando nisso. Continuamos com disciplina no estoque pago. Fizemos um investimento no terceiro trimestre de 2025 para equalizar o valor dos estoques. Repecificamos neste trimestre o valor de serviços por mecânico, priorizando a rentabilidade. Mudamos a nossa política comercial junto com a montadora para novos equipamentos, com

margem cheia, esperando que no futuro o segmento se recupere. O agro no Brasil vai se recuperar, dado que tem uma demanda reprimida dos últimos anos. Mas no curto prazo, a estratégia da Agromob é clara: redução do prejuízo e melhoria no giro dos estoques.

### **Paulo Prado (Diretor de RI)**

Complementando, Sebastian. Acho que vale dar um panorama do setor para entender como a gente se posiciona e o que a gente vê para frente. No segmento agro, tivemos fatores desfavoráveis — preço de commodities, aumento de custos e também os juros que impactaram o negócio. Por outro lado, a demanda continua reprimida. A gente vê safras crescentes, produtividade crescente e essa demanda latente de 3 a 4 anos em que o produtor não compra a máquina ainda existe e certamente vai voltar quando o cenário se normalizar. O Brasil é extremamente competitivo nesse segmento, com grandes vantagens competitivas em relação a outros mercados. Para a gente é uma questão de tempo até que essa demanda latente retorne, e aí estaremos preparados — com a estrutura mais enxuta, tendo feito o dever de casa em redução de despesas e prontos para capturar essa demanda quando ela voltar. A próxima pergunta por escrito vem do Daniel. Ele pergunta: em pós-vendas, principalmente peças, quais canais — varejo ou atacado — a Automob considera mais estratégicos para atingir o target de crescimento no longo prazo?

### **Sebastian Los (CEO)**

Obrigado, Daniel, pela pergunta. Essa é uma alavanca estratégica e ficou muito claro neste trimestre a força que o pós-vendas tem dentro dos nossos resultados. Eu diria que ambos os canais, varejo e atacado, são estratégicos — o resultado não vem só de um. Isso é consistência em toda parte do nosso core business e da nossa performance acima de mercado em vendas de novos, que também traz clientes e prepara uma carteira de clientes para o futuro. Em paralelo, vamos implementar um CD de peças nos próximos meses para acelerar a venda de atacado, melhorar a eficiência logística nesse processo e ter um poder de negociação maior. Mas todos os canais, varejo e atacado, são importantes — não estamos priorizando um sobre o outro.

### **Paulo Prado (Diretor de RI)**

Pessoal, como não houve mais perguntas, deixo aqui o espaço para o Sebastian fazer o encerramento.

### **Sebastian Los (CEO)**

Obrigado a todos por participarem. Como mensagem final, quero transmitir com muita confiança que estamos no caminho certo. Confiamos em nosso plano estratégico e este trimestre demonstrou que temos um ativo muito robusto para enfrentar oportunidades e momentos desafiantes do mercado.

Outro ponto para destacar é a disciplina que declaramos. Eu, como exemplo, tanto nas primeiras reuniões do ano anterior quanto no nosso Automob Day, declaramos que o capital de giro seria um dos focos da organização como um todo — em todos os segmentos, não só no agro, mas também em leves. E se a gente vê a evolução de um ano, temos uma redução

no ciclo de caixa de 30 dias. Isso quero grafar como exemplo do nosso compromisso: o que a gente declara e transmite para vocês, cumprimos, e seguimos com muita disciplina. Como ponto final, seguimos muito focados na integração e geração sustentável do negócio. Gostaria de agradecer a todos vocês — aos investidores e ao mercado pela confiança que percebemos nas reuniões individuais, e principalmente a todos os colaboradores da Automob, mais de 5.800 colaboradores junto com a liderança que está permitindo e construindo uma Automob muito forte para atingir o nosso Guidance 2027. Estamos muito contentes, entendemos o contexto do mercado, mas estamos confiantes em nosso plano estratégico. Um forte abraço para todos, tenham um bom dia.

### **Operador**

A videoconferência da Automob está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom dia.