

TELECONFERÊNCIA DOS RESULTADOS DO 1T26

Operador:

Bom dia e bem-vindos à conferência da Movidá para a discussão dos resultados referentes ao primeiro trimestre de 2026. Estão presentes hoje conosco os senhores Gustavo Moscatelli, CEO, Daniela Sabbag, CFO e IRO, e Camilla Francischelli, diretora de RI.

Este evento está sendo transmitido via Zoom e pode ser acessado no site da companhia em ri.movida.com.br. Informamos que todos os participantes estarão apenas assistindo o evento durante a apresentação e, em seguida, os participantes poderão também enviar suas perguntas na plataforma e as mesmas serão respondidas pela administração durante esta conferência ou pela equipe de relações com investidores da Movidá após o término da conferência.

Gostaria de lembrá-los que o conteúdo apresentado será feito na língua portuguesa com tradução simultânea para o inglês. Para aqueles que desejarem acompanhar o áudio dessa apresentação em inglês, é possível escolher o idioma através do ícone *Interpretation*, que fica na parte inferior à direita da plataforma. A partir de agora, os participantes já estão liberados para enviar perguntas por meio da plataforma Zoom. Vocês precisam apenas clicar no botão de Q&A localizado na barra inferior da tela e digitar sua pergunta.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta conferência, relativas às perspectivas de negócios da companhia, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da diretoria da movida, bem como informações atualmente disponíveis para a companhia. Considerações futuras não são garantias de desempenho. Envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer.

As condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais podem afetar os resultados futuros da empresa e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras. Os resultados que serão discutidos constam no *earnings release* e na planilha de fundamentos disponíveis no site de RI da companhia.

Gostaria de passar a palavra ao Sr. Gustavo Moscatelli. Por favor, Sr. Gustavo, pode prosseguir.

Gustavo Moscatelli:

Bom dia a todos e sejam muito bem-vindos à teleconferência de resultados do primeiro trimestre de 2026 da Movidá. Gostaria de começar agradecendo à nossa gente, mais de 6 mil colaboradores, pela dedicação e qualidade na execução das entregas dos nossos resultados.

Iniciando pelo slide 3, apresentamos os principais indicadores que mostram a continuidade da nossa evolução neste início do ano, sempre pautada nos ganhos de eficiência operacional e na experiência do cliente. Começando pelo RAC, a tarifa média alcançou R\$ 168,00 no primeiro tri, uma alta de 7% frente ao ano passado, sustentando uma recomposição consistente de preços. Esse crescimento veio acompanhado de uma taxa de ocupação de 77%, representando um aumento de 5,6 pontos percentuais, evidenciando a melhora na eficiência do capital investido.

Como resultado, o volume de diárias atingiu 7,1 milhões, um crescimento de 18% em relação ao primeiro tri de 2025, uma adição de 1 milhão de diárias. Um ponto de sustentação importante desta evolução é a experiência do cliente. No trimestre, 87% dos clientes foram atendidos em até 10 minutos, refletindo nossa dedicação em garantir um nível de serviço superior para quem escolhe a movida.

Essa melhoria operacional tem impacto direto na percepção de valor e permite elevar tarifas de forma sustentável, como comprovado pela capacidade da movida em combinar crescimento simultâneo de diárias, ocupação e preço. No GTF, seguimos avançando com foco em rentabilidade e previsibilidade. O *yield* mensal da carteira total dos contratos vigentes de longo prazo passou de 3% ao mês para 3,2% ao mês no primeiro trimestre de 2026.

Já os novos contratos firmados no trimestre apresentam *yield* de 3,7% ao mês, o que sustenta a trajetória crescente com uma convergência gradual dos contratos vigentes para níveis superiores. Como resultado, a receita por carro atingiu 3.162 reais, uma expansão de 11% frente ao trimestre do ano passado. O backlog de receita chegou a R\$ 8,5 bilhões, um crescimento de 25% na comparação anual, reforçando a visibilidade dos resultados futuros.

Falando de seminovos, mantivemos estabilidade e consistência. A margem EBITDA permaneceu em 1,1%, refletindo um giro saudável do ativo e a continuidade da idade média da frota em níveis ideais. Seguimos avançando na estratégia de focar as vendas no varejo, com a expansão da rede de lojas para 122, incluindo 20 novas lojas de Autosshopping, ampliando capilaridade e eficiência operacional. Mesmo nesse contexto de aumento de estrutura, o SG&A representou 5,6% da receita, com redução de 0,3 pontos percentuais, evidenciando a disciplina da despesa e eficiência do ganho da participação no varejo.

Passando agora para o slide 4, conforme já publicado via Fato Relevante, apresentamos a entrega do *Guidance* de Lucro Líquido com que nos comprometemos em nossa última divulgação de resultados. Nosso lucro do 1º trimestre foi de R\$ 125 milhões, 83% superior às expectativas do mercado e 59% maior que o lucro do 1º tri do ano passado, uma evolução que se torna ainda mais relevante num contexto de uma taxa de juros 2 pontos percentuais maior na mesma comparação. Essa trajetória mostra a disciplina com que estamos entregando o planejamento estratégico e fortalece ainda mais a confiança na entrega dos resultados dos próximos trimestres.

Seguindo agora para o slide 5, apresentamos mais um trimestre com novos recordes sequenciais na receita líquida, no EBITDA e no EBIT da companhia, que também já foram antecipados ao mercado através da divulgação da nossa prévia de resultados. A melhora

operacional ao longo do ano resultou em uma transformação consistente dos principais indicadores de rentabilidade.

No 1º trimestre deste ano, alcançamos uma receita líquida de R\$ 3,8 bilhões, um EBITDA de R\$ 1,6 bilhão, um EBIT de R\$ 918 milhões e um lucro líquido de R\$ 125 milhões, o maior lucro trimestral dos últimos 4 anos. Como resultado também da disciplina na alocação de capital, alcançamos um ROIC de 16,4%, um avanço de 4 pontos percentuais em relação ao 1º trimestre do ano passado. Dando um maior detalhamento na composição desses indicadores, analisando apenas as linhas de locação, vemos evoluções ainda mais expressivas.

A frota operacional da Movida avançou 4% em comparação ao mesmo período do ano passado, enquanto a receita líquida de locação cresceu 17%, renovando mais um recorde. No mesmo período, o EBITDA e o EBIT de locação aumentaram 18% e 20% respectivamente, ambos também os maiores já registrados pela companhia. Estes novos patamares de eficiência operacional sustentam a consistência das nossas entregas e a expansão contínua da geração de valor através da nossa operação.

Agora, passando para o slide número 6, mostramos um pouco mais da evolução dos resultados financeiros consolidados. A receita líquida foi de R\$ 3,8 bilhões no 1º trimestre, um aumento de 6% em comparação ao 1º tri do ano passado. Vale ressaltar novamente que a nossa frota cresceu apenas 4,2% na comparação anual, demonstrando ganhos relevantes de produtividade.

O EBITDA alcançou R\$ 1,6 bilhão no trimestre, uma expansão de 17,2% versus o tri de 2025, com margem EBITDA superando a marca dos 70%. O EBIT do 1º tri foi de R\$ 918 milhões, expandindo 20% frente ao mesmo período do ano passado. Com esses avanços, elevamos o patamar dos resultados da companhia, encerrando com lucro líquido de R\$ 125 milhões no trimestre, um crescimento de 59% como já apresentado.

Passando para o slide 7, apresentamos o resultado do trabalho contínuo e das evoluções implementadas pela companhia, refletido no retorno sobre o capital investido. O ROIC atingiu 16,4% no 1º trimestre, um avanço de 4 pontos percentuais em relação ao 1º tri de 2025, e chegando a um nível que supera em 5,3 pontos percentuais o nosso custo da dívida. Este indicador evidencia a continuidade do ganho de geração de valor aos acionistas e ainda vemos diversas alavancas para seguir uma trajetória ascendente do nosso ROIC *spread*.

Avançando agora para o slide número 8, apresentamos o novo *Guidance* de Lucro Líquido para o 2º trimestre de 2026. A projeção reflete mais uma vez a consistência das melhorias dos nossos indicadores operacionais e da qualidade do nosso nível de serviço, que vem impulsionando resultados cada vez mais sólidos. Para o 2º tri, estimamos um lucro líquido entre R\$ 110 e R\$ 130 milhões, o mesmo intervalo que demos para o 1º tri de 2026, que era um trimestre de alta sazonalidade.

Isso mostra a confiança que temos em nossa operação e representa um crescimento, considerando o ponto médio do *Guidance*, de 78% em relação ao lucro do 2º tri do ano de 2025. Quando olhamos para o resultado esperado do 1º semestre de 2026, podemos enxergar um lucro de R\$ 245 milhões, o que representa um crescimento de 67% em relação ao mesmo período do ano passado, mesmo com uma taxa selic praticamente um ponto

percentual maior. Além disso, chamamos atenção ao fato de que o lucro líquido do 1º semestre já representará 77% do lucro líquido gerado no ano inteiro de 2025.

Agora, passo a palavra para a nossa diretora de RI, Camila.

Camila Francischelli:

Obrigada, Moscatelli, bom dia a todos. Nos próximos slides, damos mais detalhes das linhas de negócio.

No slide 10, começando pelo RAC, destacamos a evolução contínua do *yield*, que atingiu um nível recorde de 4,4% por mês no 1º trimestre de 2026. Apresentamos uma trajetória consistente nos últimos três anos, seguindo a risca nosso planejamento estratégico. Ajustamos o perfil de frota, principalmente em 2023, e seguimos disciplinados na recomposição de preços e na distribuição assertiva da frota entre produtos mensais e eventuais.

Passando para o slide 11, como já apresentamos, a tarifa do RAC atingiu R\$ 168,00 no 1º trimestre de 2026, um crescimento de 7% frente ao ano passado. O volume de diárias avançou ainda mais, 18%, com adição de mais de 1 milhão de diárias frente ao 1º trimestre de 2025. A taxa de ocupação foi de 77,3% no 1º trimestre de 2026, crescendo 5,6 pontos percentuais versus o 1º trimestre do ano passado. Esse desempenho reforça a capacidade da Movida de ganhar *market share* através da melhor utilização do capital investido.

No slide 12, apresentamos os demais destaques de RAC. No primeiro gráfico está a frota média operacional de 103 mil carros no 1º trimestre de 2026, que aumentou somente 8% na comparação anual, reforçando a mensagem de eficiência do slide anterior. Já a receita líquida totalizou 1,1 bilhão neste trimestre, um crescimento de 25% no mesmo período. Registramos novamente neste trimestre a maior receita por carro da companhia, R\$ 3.872,00 por mês, um avanço de 16% frente ao 1º trimestre de 2025. O EBITDA atingiu R\$ 715 milhões no trimestre, crescimento de 27% em relação ao mesmo período do ano anterior.

A margem EBITDA se manteve em níveis robustos, alcançando 66,4% no período, um avanço de 1,1 ponto percentual frente ao 1º tri de 2025. Consequentemente, o EBITDA por carro seguiu a mesma trajetória positiva, chegando à média de R\$ 2.319,00 por mês no trimestre, alta de 18% frente ao ano passado.

Passando para o slide 14, mostramos os principais destaques operacionais de gestão e terceirização de frota. Encerramos o 1º trimestre com uma frota total de mais de 131 mil carros, crescimento de 2% em relação ao 1º trimestre de 2025. O backlog de receita futura, que contabiliza os valores de contratos operacionais, totalizou R\$ 8,5 bilhões no 1º tri de 2026, uma expansão de 25% frente ao mesmo período do ano anterior, reforçando a previsibilidade da operação. Seguimos elevando a qualidade da carteira, com novos contratos em patamares superiores de preço.

O yield médio do 1º tri foi de 3,2% ao mês, e ele segue em uma tendência de crescimento à medida que a frota é renovada. O yield dos novos contratos adicionados neste trimestre foi de 3,7% ao mês.

No slide 15, passamos para os resultados financeiros de GTF. A receita líquida atingiu R\$ 1,1 bilhão no trimestre, um crescimento de 10,9% em relação ao 1º trimestre do ano passado, enquanto a frota operacional avançou apenas 1,8% no mesmo período. Apresentamos, portanto, um novo recorde na receita mensal por carro, que foi de R\$ 3.162 por mês no 1º trimestre, alta de 10,7% na comparação anual. O EBITDA no 1º trimestre de 2026 apresentou um crescimento de 10% frente ao mesmo período do ano passado, chegando a R\$ 834 milhões, com margem de 75,7%.

O total representa 53% do EBITDA consolidado de aluguel no período, trazendo estabilidade para o fluxo de caixa. Consequentemente, o EBITDA por carro também expandiu para uma média de R\$ 2.120 por mês, o que representa um aumento de 8,2% frente ao ano passado.

A seguir, no slide 17, apresentamos os indicadores de seminovos. Seguimos com uma performance estável, com receita líquida de R\$ 1,6 bilhão e venda de 20,6 mil carros no 1º trimestre de 2026. O volume de carros vendidos atual é adequado e confortável para mantermos a idade média da frota em níveis ideais para nossas operações. O giro atual nos possibilita focar ainda mais no varejo, com ganhos relevantes de participação em relação ao atacado.

Vale destacar o avanço do nosso novo canal de vendas por meio de Autosshoppings, que reforça a estratégia de capturar novos clientes potenciais e ampliar margens. A margem EBITDA foi de 1,1% no 1º trimestre de 2026 e se manteve em níveis estáveis ao longo dos últimos 7 trimestres. Seguimos otimizando nossos gastos e ganhando eficiência e observamos uma otimização de 0,3 ponto percentual na participação de despesas frente à nossa receita, totalizando 5,6% no 1º trimestre de 2026, mesmo com uma ampliação de nossa estrutura de lojas no período.

O mercado de seminovos segue estável, com a tabela FIPE do nosso estoque de carros apresentando no 1º trimestre de 2026 uma desvalorização média mensal de 0,3%, igual ao mesmo período do ano anterior, contribuindo para a previsibilidade do valor residual da frota, como vamos explorar melhor a seguir.

Passando para o slide 18, mostramos a estabilização de nossas taxas de depreciação. Em RAC, o patamar foi mantido em cerca de 7 mil reais por ano por carro e em GTF, 11 mil reais por ano por carro, mantendo o mesmo intervalo de percentual em relação ao valor de aquisição.

Do lado direito, trazemos a evolução do giro da nossa frota nos últimos 9 trimestres. Até o final do 1º trimestre de 2026, já vendemos 91% da frota total que possuíamos em dezembro de 2023 de maneira extremamente saudável, com a margem EBITDA em níveis ideais de 1,3%, comprovando a assertividade da nossa gestão do valor residual do imobilizado.

Passo agora a palavra para a nossa CFO, Daniela.

Daniela Sabbag:

Obrigada Camila e bom dia a todos.

Começo agora pelo slide 20. As iniciativas de gestão financeira que conduzimos nos últimos trimestres resultaram no cronograma de dívida que apresentamos neste primeiro gráfico. O caixa proforma do 1º trimestre de 2026 foi de R\$ 4,7 bilhões, que mostramos aqui após a entrada de R\$ 750 milhões do aumento de capital privado que anunciamos no dia 5 de março e será concluído nos próximos dias. Dando um pouco mais de detalhes sobre a operação, o valor inicial previsto estava entre R\$ 500 e R\$ 750 milhões e tivemos a satisfação de atingir o montante máximo antes mesmo do encerramento do período de apuração das sobras das subscrições. Além disso, como grande destaque, teremos a participação do BNDESPAR como um acionista relevante após a homologação de todas as subscrições e estamos muito honrados e empolgados em iniciar uma parceria de longo prazo com uma instituição que é referência em desenvolvimento no nosso país.

Além do *Equity*, tivemos a captação de R\$ 4,3 bilhões no 1º trimestre de 2026 com a entrada de recursos do IFC, por exemplo, que também já divulgamos via fato relevante no começo de fevereiro. O acesso a esta e outras fontes de financiamento no trimestre comprovam a diversificação e ampliação do nosso relacionamento com instituições financeiras. Com este montante, concluímos a necessidade de *funding* para 2026 com uma posição extremamente confortável de liquidez.

Nossa dívida foi de R\$ 16,3 bilhões no 1º trimestre de 2026 com custo médio de CDI+1,7% ao ano e prazo médio de 3,7 anos. Tanto os *spreads* quanto os prazos foram beneficiados pelas novas captações, comprovando a qualidade das operações e a receptividade crescente frente à evolução do nosso perfil de crédito, o que tem sido essencial para as boas negociações que já estamos iniciando para endereçar também os vencimentos de 2027, que estão mais concentrados no 2º semestre.

Seguindo para o slide 21, trazemos nossa alavancagem, índice de cobertura e a dinâmica de pagamento a fornecedores. Ao lado esquerdo do slide, destacamos nossa alavancagem de 2,5 vezes medida por dívida líquida sobre EBITDA Proforma após o aumento de capital privado. Este é o menor patamar que atingimos nos últimos cinco anos. Mesmo antes da entrada de capital, a alavancagem do final de março foi de 2,6 vezes estável frente a dezembro e seguiu a trajetória consistente de redução frente ao primeiro trimestre de 2025, ou seja, uma queda de 0,5 vezes EBITDA nos últimos 12 meses.

Do lado direito, mostramos a cobertura de nosso imobilizado líquido em relação à dívida líquida, que aumentou para 1,4 vezes no primeiro trimestre de 2026 com mais de R\$ 6,4 bilhões a mais em valor de carros frente ao valor da dívida. No gráfico abaixo, mostramos que o saldo de valores a pagar para montadoras foi reduzido em quase R\$ 1 bilhão neste trimestre para R\$ 4,5 bilhões. Devido à força da nossa geração de caixa no período, a alavancagem seguiu sua trajetória de queda.

Passo agora a palavra novamente ao Gustavo.

Gustavo Moscatelli:

Obrigado, Daniela.

Finalizando a apresentação, destacamos a execução disciplinada do nosso planejamento estratégico, com evoluções importantes em todas as prioridades que apresentamos para o ano. Em primeiro lugar, a continuidade da recomposição de preços em todos os segmentos. Vemos oportunidades em diversos mercados e seguimos expandindo a receita por carro no primeiro trimestre, recapitulando na ordem de 16% no RAC e 11% no GTF frente ao primeiro tri do ano passado.

Em seguida, um contínuo processo de redução de custos, que avança de forma estrutural via a verticalização dos serviços com abertura de cinco novos pontos do Movida Pit Stop e ganho de escala nos centros de preparação. Essas iniciativas impulsionarão também níveis de ocupação devido à maior disponibilidade da frota, com serviços mais rápidos de manutenção.

No terceiro pilar, destacamos a estabilidade de margens e volumes em seminovos, dado que temos um giro saudável da frota e um alto grau de conforto com a operação. Além disso, enxergamos novas oportunidades para expandir o mix no varejo, com as 20 novas lojas de Autoshoppings que abrimos no trimestre.

A quarta prioridade é a continuidade da geração de caixa, que é o resultado da entrega de todas as eficiências operacionais combinada à nossa gestão financeira disciplinada. Além de seguir a trajetória de redução de alavancagem atingindo 2,5 vezes a menor dos últimos cinco anos, também tivemos o aumento de capital de R\$ 750 milhões, que foi amplamente apoiada pelos investidores, chegando ao valor máximo previsto antes mesmo da conclusão do período de apuração.

Por fim, acreditamos que a evolução dos resultados segue pautada no contínuo foco do encantamento dos clientes, que tem sido reconhecido de forma consistente. Como resultado, tivemos uma forte expansão na base de clientes do nosso programa de fidelidade, atingindo 2,5 milhões de inscritos, um crescimento de 25% frente ao ano passado. Isso deixa claro a assertividade da nossa estratégia e do nível superior de serviço que estamos entregando.

Para finalizar, gostaria de reforçar que estamos muito felizes com as entregas até aqui, mas o que nos deixa mais empolgados é ver as diversas alavancas que ainda temos a conquistar para seguir nessa trajetória de geração de valor. Agradeço novamente pelo comprometimento de nosso time, pela inquietude de buscar melhorias e eficiências operacionais todos os dias para mantermos a evolução contínua da nossa companhia. Aos nossos clientes, acionistas e fornecedores, obrigado pela confiança.

Agora podemos abrir a sessão de perguntas e respostas. Obrigado.

Operador:

A conferência agora está aberta para perguntas inicialmente apenas de analistas e investidores. Portanto, se analistas ou investidores tiverem uma pergunta, por favor clique no botão Levantar a Mão na barra inferior de sua tela, agora ou a qualquer momento após esse anúncio. Se em algum momento sua dúvida for respondida, antes de chegar sua vez, pressione a tecla Abaixar a Mão para sair da fila de espera.

Pedimos que, quando fizerem suas perguntas, falem próximos ao receptor do aparelho para que todos possam ouvi-los com clareza. Os participantes também podem enviar perguntas por escrito através da plataforma. Basta clicar no botão de Q&A localizado na parte inferior da tela e digitar sua pergunta.

Por favor aguardem enquanto coletamos as perguntas de analistas e investidores.

André Ferreira - Bradesco BBI:

Oi, bom dia Moscatelli, Dani e Camila. Parabéns pelo resultado. Obrigado pelo espaço aqui.

Eu queria ver dois temas com vocês. Primeiro, se puderem passar com a gente as premissas para o *guidance* lucro do segundo tri. Que nível aproximado de expansão de ano contra ano de volume e tarifa tem no RAC e GTF? Qualquer comentário de depreciação, de alíquota de IR? E se ele assume o aumento de capital?

E o segundo ponto, se pudessem também explicar um pouco a estratégia que tiveram no RAC para aumentar a utilização, dado que o *yield* se manteve estável tri contra tri e com bastante crescimento contra o ano passado. E se vocês esperam trabalhar com a utilização num patamar mais alto do que o ano passado agora, claro, ajustado para a sazonalidade. Obrigado.

Gustavo Moscatelli:

Oi André, bom dia. Aqui é o Moscatelli. Obrigado pela participação e pelas perguntas. Vou começar com relação ao *Guidance* do segundo tri. A gente obviamente não divulgou as premissas detalhadas, mas você pode assumir sim, começando de trás para frente, uma alíquota de imposto de renda parecida com o que você viu no primeiro tri. Ela deve ser estável ao longo do ano, entre 20% e 25% de alíquota. E de premissas operacionais, a gente não vê arrefecimento no volume de diárias no RAC.

Então, a mesma proporção de crescimento tri contra tri, segundo o primeiro tri, você deve esperar no segundo tri também. E o preço, no mínimo, igual ao crescimento do primeiro tri. Então, acho que esses são os principais *drivers* que a gente tem como premissa do *Guidance* do segundo tri com esse *range* de 110 a 130 milhões que você viu.

Se você quiser mais alguma informação, fica à vontade. Com relação ao segundo ponto, a gente tem olhado com bastante detalhe, cada vez mais, qual que é a melhor hipótese de taxa de utilização e preço para a gente atingir *yield* crescentes. Então, essa é sempre a equação que a gente olha todos os dias para tentar chegar no maior valor de receita por carro e, conseqüentemente, o melhor *yield* para a companhia.

E você tem visto o *yield* crescer todos os trimestres. No primeiro tri, batemos 4,4 versus 4,2 no primeiro tri do ano passado. Então, um crescimento importante sobre uma base de ativos muito grande.

E a nossa expectativa é que isso continue numa tendência crescente. A gente tem sido bastante vocal e eu tenho falado bastante sobre a oportunidade que a gente tem de melhoria de *pricing*, com ferramentas novas que a gente está implantando, com a equipe mais estruturada que a gente contratou. Então, a expectativa e o que a gente tem visto, como foi visto no primeiro tri, é um volume maior e muito maior, a gente viu na casa acima de 15% no primeiro tri, com preço acompanhando.

Agora, o que sustenta isso, o pilar dessas duas coisas, é que o nível de serviço tem sido percebido pelos clientes como um nível de serviço diferenciado no setor. Então, é o nível de serviço que é a estratégia central da companhia. A gente buscar cada vez mais oferecer um serviço diferenciado do que as outras empresas do setor oferecem, é o que tem sido percebido pelos clientes e, por isso, a gente tem aumentado o volume de novos clientes.

A gente tem também fidelizado mais os clientes, a gente trouxe essa informação no último slide, a gente cresceu a nossa base de clientes do Programa de Fidelidade em 25% ano contra ano e isso tem sustentado, obviamente, um volume com uma taxa de ocupação maior e um preço maior, como a gente reportou no primeiro tri. Então, essa é a expectativa, sim, para os próximos trimestres. Obrigado.

Felipe Nielsen - Citi:

Oi, pessoal. Bom dia. Obrigado pelo espaço, parabéns também pelo resultado. Eu tenho duas perguntinhas referentes a Seminovos. Primeiro, eu queria entender um pouquinho como é que está essa venda na ponta, vocês falaram bastante de venda no varejo.

Eu queria entender como que tem sido o mix e se o crédito tem impactado de alguma forma na margem. Vocês têm visto algum tipo de arrefecimento no crédito, se puderem dar detalhes. E a segunda pergunta é relacionada mais ao volume.

Vocês comentaram que essa idade operacional de 11,6 meses está em linha com a estratégia, mas a gente percebe que ela está talvez um pouco acima do histórico. Eu queria entender um pouco qual que é a estratégia por trás, se a ideia é manter essa frota talvez um pouquinho mais, rodando uma idade um pouquinho maior do que o histórico, ou se é voltar isso para perto do histórico ao longo do tempo. Obrigado.

Gustavo Moscatelli:

Bom dia, Felipe. É o Moscatelli. Obrigado aqui pelas perguntas. Começando por seminovos, a gente tem como um dos focos nesse ano aumentar de forma relevante a participação da venda do varejo no mix total da companhia. A gente sempre operou próximo de 45% do total de vendas no varejo e a gente esse ano se propôs internamente em fazer um mix acima de 50%. Obviamente esse número não é um *guidance*, a gente não se comprometeu com o mercado, mas a direção é melhorar pelo menos 5 pontos percentuais o mix que a gente tem acostumado a operar nos últimos anos do atacado para o varejo.

Então isso naturalmente vai melhorar a eficiência operacional do ciclo do ativo inteiro. Isso obviamente pode trazer uma eventual melhoria em taxas de depreciação no futuro, mas por enquanto a gente obviamente não mexeu em nada disso. O primeiro trimestre já se mostrou muito melhor, a gente já passou dos 50%, mas eu acho que ainda tem espaço porque a gente está ainda amadurecendo alguns canais novos de venda no varejo, como as lojas de Autoshopping que a gente já comentou aqui algumas vezes.

Com relação ao crédito que você comentou, a gente não viu nenhum arrefecimento, pelo contrário, está igual ou melhor do que o final do ano passado. Mas nada que mude significativamente a perspectiva de volume e do cenário dos seminovos. A gente acha que tem uma melhora para acontecer, dado talvez uma melhora de taxa de juros, mas ainda é uma hipótese, ainda não tem nada concreto.

Indo para a segunda pergunta, sobre a idade média da frota em 11,6 meses, a gente tem olhado todas as etapas do ciclo do ativo e tentado achar qual é o *sweet spot* do giro do ativo de cada modelo de carro, de cada segmento, para de fato melhorar a rentabilidade em todas as linhas do ciclo. E esse ano a gente decidiu comprar menos carros no primeiro trimestre, de forma planejada, e consequentemente vendemos um pouco menos de carro, porque tinha muito feriado, a gente achou que talvez o varejo não estivesse tão apto para compra quanto, obviamente o atacado sempre está. Então a gente decidiu comprar um pouco menos de carro, a gente elevou a idade média, como você comentou, em um mês na média, mas a estratégia é voltar a partir do segundo trimestre, que geralmente o segundo e o terceiro trimestre são muito fortes de venda de seminovos, a gente vai voltar, já compramos mais carro em abril, a gente vai voltar para a idade média entre 10 e 10,5, que é o que a gente sempre operou.

Então foi uma estratégia planejada, nova, que eu acho que deu muito certo, porque de fato o mercado de varejo não foi tão comprador assim, não piorou, mas também não melhorou, então acho que foi a melhor estratégia. Em abril a gente já viu um cenário diferente, como já era esperado, um cenário mais comprador no varejo, então está tudo dentro do nosso planejamento, mas de novo, a gente deve voltar para 10, 10,5, como a gente operava antes.

Gabriel Rezende – IBBA:

Oi, Moscatelli, Dani, Camila, obrigado pelo espaço aqui. Queria só voltar na discussão do RAC, que chamou bastante nossa atenção aqui, a performance do segmento, quando a gente olha para a dinâmica ano contra ano, a combinação de preço, volume, e utilização, realmente tem surpreendido bastante. Se vocês pudessem detalhar um pouquinho mais, Moscatelli, como o RAC tem se comportado segmento a segmento, se teve alguma inclinação nesse trimestre para algum segmento específico que vocês entendem que ajudou um pouco mais a utilização, e aí talvez faça sentido a gente esperar uma utilização arrefecendo marginalmente nos próximos tris, o que seria um patamar sustentável dessa variável que veio bem alta no primeiro tri de 26.

E também aqui, voltando para o ponto de seminovos, só entender como vocês estão vendo a dinâmica bem recente em relação a preço. Vocês abriram ali no resultado a dinâmica de FIPE da frota de vocês e comentaram agora que o varejo parece mais comprador no segundo tri, mas só entender, enfim, como está a premissa da companhia para a dinâmica

de preço de seminovo nos próximos trimestres. Entendo que tem uma premissa ali que já está calibrando o 2Q, se puderem comentar também, de repente, como está a premissa de depreciação na dinâmica tri, a tri no 2Q, e preço, seminovos para os próximos trimestres, ajuda a gente aqui. Obrigado.

Gustavo Moscatelli:

Bom dia, Gabriel. É o Moscatelli. Obrigado pelas duas perguntas aqui e pela participação. Vou começar aqui pelo RAC. Acho que um dos fatores que tem trazido uma melhoria constante na rentabilidade do segmento é, de fato, o aumento na granularidade da gestão em todos os sentidos, desde o mix da frota, da distribuição entre lojas, da compra dos carros nos momentos certos, da desmobilização do carro também para você ficar sempre com a frota justa para aquela determinada sazonalidade.

Então, de fato, acho que o nome do jogo aqui, por enquanto, é o aumento da granularidade na gestão. E isso tem trazido para a gente benefícios não só no preço, mas como você comentou também, em ocupação, e acho que um volume maior em todos os segmentos. Você pediu para eu destacar um.

Eu, de fato, vou falar para você que o crescimento foi quase que igual para todos os segmentos. Então, isso mostra que a assertividade dessa estratégia com mais granularidade na gestão tem dado muito certo. Então, aqui, o que eu queria te falar é, a companhia vai continuar com o mindset na gestão de extrair o máximo de valor de cada carro.

E isso passa não só por fazer o preço e ficar buscando ocupação, mas saber que carro tem que comprar sem modismo de montadora, sem modismo de modelo de carro. A gente vai comprar o carro que o cliente quer para oferecer o preço justo para o cliente e para a movida se tornar sustentável no segmento. E, a partir daí, ter um ciclo inteiro com uma rentabilidade que a gente considere ótima.

Eu acho que é isso que tem feito toda a diferença. Com relação à segunda pergunta de seminovos, a dinâmica do segundo trimestre de preço e de depreciação, ela deve ser parecida com a do primeiro trimestre. A gente não vê nenhuma mudança.

A gente já terminou abril e abril, como eu comentei, a gente sentiu o varejo um pouco mais comprador do que a média do primeiro tri, então um sinal positivo. Agora, também não é nada que mude o ponteiro de forma relevante. São só sinais, como naturalmente tem o segundo e o terceiro tri, que eu já comentei, com mais volume.

Então, preço e depreciação, a gente não vê nenhuma mudança para o segundo e o terceiro tri, embora os indícios que a gente tem de aumentar o mix do varejo uma austeridade um pouco maior no SG&A de seminovos, isso poderia e pode trazer, eventualmente, uma redução de apreciação futura. Mas, por enquanto, a gente não considera isso. A gente vai preferir ter uma abordagem conservadora e, se for o caso, acabar reportando uma margem de seminovos até um pouco maior do que a gente vem reportando, até a gente ter todos os pontos do ciclo do ativo estabilizados para repensar a questão da apreciação.

Guilherme Mendes - JPMorgan:

Oi, bom dia, pessoal. Obrigado pelo espaço aqui, Mosca, Dani, Camila. Dois pontos aqui. Queria explorar duas dinâmicas um pouco mais de médio e longo prazo. Primeiro, sobre o *spread*. A gente viu uma melhora consistente, sequencial, tri após tri.

Se vocês puderem falar um pouco, como é que vocês veem esse *spread*, entre aspas, normalizado, sustentável, no médio e longo prazo? Qual o nível que vocês estão almejando? E, nesse contexto, pensando mais, talvez, para 27, dado que as prioridades de 26 já estão claras, em que momento que a gente volta a discutir um eventual nível de crescimento de frota e de base de capital? Se isso já está sendo discutido, de alguma maneira, para o ano que vem, ou ainda não? Obrigado.

Gustavo Moscatelli:

Bom dia, Guilherme. Aqui é o Moscatelli. Obrigado pela participação e pelas perguntas. Começando aqui pelo *spread*, a gente tem passado, nos últimos 2, 3 anos, por um processo quase que de *learning by doing*. A gente tem nossos *targets*, a gente persegue eles com bastante disciplina, mas a cada trimestre que passa, você tem acompanhando isso de perto com a gente, a gente tem achado novas alavancas para melhorar a rentabilidade do negócio como um todo, e isso tem trazido surpresas positivas.

Dito isso, o nosso *spread* sempre foi um target de 4 a 6 pontos percentuais, a gente sempre comentou isso, mas confesso que passado esses últimos 2, 3 anos, e com as alavancas que ainda estão em desenvolvimento, acho que no último slide da apresentação a gente mostrou algumas delas, que são relevantes para a rentabilidade do negócio, a gente está olhando mais para de 5 a 7. A gente já está com 5,3 pontos percentuais, então talvez a gente esteja no *bottom* do que a gente atualmente acredita que dá para fazer. Então eu acho que, de novo, é um processo de continuidade na rentabilidade e naturalmente de mudança das expectativas internas nossas e que eu estou dividindo com você. Então está saindo de 4 a 6 de *spread* para 5 a 7 já tendo dentro do *range*.

Com relação ao crescimento da frota para o ano que vem, é uma pergunta que tem vindo bastante, dado que a gente tem ganhado muito *market share*, a gente tem crescido *double digit* nos últimos 2, 3 trimestres com crescimento de preço. Então naturalmente vem a questão se não deveria crescer a frota neste momento. Mas minha resposta é bem objetiva.

Dado que a gente tem, de forma bem clara, algumas alavancas para crescer a rentabilidade sem colocar capital adicional na companhia, esta vai ser a prioridade da companhia neste ano. A gente não deve aumentar a frota neste ano. O *target* da companhia é uma estabilização da frota, mas com uma rentabilidade muito maior, que é o que você já viu no primeiro tri.

Então a consequência disso pode ser uma revisão para o ano que vem ou para o outro de um potencial crescimento. Mas a companhia não está focada nisso, a companhia está focada em melhorar a rentabilidade da base de capital que está investida hoje no nosso balanço.

Rogério Araújo - Bank of America:

Bom dia, Moscatelli, Daniela, Camila. Parabéns pelas entregas. Eu tenho duas aqui da minha parte. A primeira é sobre resultados financeiros. Teve algum *one-off* lá em despesa? A gente estimou um custo implícito de CDI mais 50 bps.

Vocês falam de um spread de 1.7. Faz sentido esse cálculo? O que poderia explicar? E no segundo, um follow-up da... quando vocês falaram de aceleração de venda de seminovos. É só entender para qual nível de venda, de volume de venda. A gente pode esperar um ciclo no RAC de 16 meses? Isso faz sentido? Com isso, a gente estima um nível de venda mais normalizado de 30 mil carros por tri.

É isso mesmo que vocês têm na cabeça? E quando é que seria a expectativa de atingimento desse volume já no segundo ou terceiro tri? É isso. Muito obrigado.

Gustavo Moscatelli:

Bom dia, Rogério. Obrigado pelas perguntas. A primeira pergunta com relação a algum *one-off* na despesa financeira, a gente não teve, não. A gente tem feito de forma recorrente atuações de *liability management* para melhorar o custo médio da dívida da companhia.

Você tem acompanhado isso. Isso faz parte de uma gestão completa do nosso P&L. Eu conversei aqui com o time.

A gente olha desde a receita dos clientes até o imposto de renda na última linha. Então é nossa obrigação olhar oportunidades e absorver isso para os acionistas de forma consistente. Mas não teve nada representativo de *one-off* na despesa financeira.

Depois o pessoal pode passar com você qualquer conciliação que você queira fazer. Com relação ao segundo ponto, a gente não vê o volume de Seminovos indo para 30 mil carros. A gente tem operado entre 20 e 25 mil carros.

E esse é o volume que, com a frota atual, é o necessário para a gente manter o que a gente acha que é o ciclo ideal do ativo, que é uma frota com uma média de 10 a 11 meses de idade média. Então isso deve ver a gente navegar nesse intervalo de 20 a 25 mil, como foram os últimos 10 trimestres. Então não tem nenhuma pressão adicional de venda, pelo contrário.

Acho que essa tem sido uma fortaleza do nosso modelo. Um ciclo bastante controlado, previsível, com volumes já previstos por loja, com granularidade, como comentei. E isso tem feito toda a diferença para a gente ser e buscar uma eficiência a cada trimestre melhor.

Alberto Valério - UBS:

Bom dia, pessoal. Obrigado pela oportunidade. Minha pergunta também aqui no Seminovos. Foi bem forte a venda unitária, tanto no RAC quanto no GTF. E vocês acabaram de mencionar que as lojas do varejo ainda não teve o movimento adequado. Minha pergunta é, com esse movimento do varejo, que deveria pagar mais pelo carro, voltando em abril, segundo trimestre, para frente, haveria espaço para redução da depreciação? Eu vejo

aqui que o *spread* reduziu cerca de 10%, ou melhorou 10% no RAC e uns 6% no GTF, se vocês concordam comigo.

E o *spread*, eu não estou falando sobre o carro novo, não. É o carro que vocês compraram no RAC há 22 meses atrás e no GTF há 34 meses atrás. Se você pudesse dar um pouco mais de cor aí, porque a gente poderia esperar nesse Seminovos.

Gustavo Moscatelli:

Bom dia, Alberto. Obrigado aqui pelos pontos. Excelentes pontos que você trouxe aqui do *spread*.

Qual que é a minha visão? A gente abriu um canal novo de vendas no varejo nos últimos 90 dias, que é o canal de lojas de Autoshopping que a gente não atuava. A gente abriu 20 lojas em 90 dias. Então não é que a performance não está boa, é que as lojas ainda não estão maduras.

Equipe recente contratada, até o negócio engrenar demora pelo menos 90 dias. Então a gente acredita que esse canal, que tem dado sinais positivos, possa ser uma das alavancas para a gente melhorar o mix do total de vendas no varejo. Então esse é um ponto.

E junto com isso tem, como você comentou, uma melhora no *spread*. E essa combinação, sim, pode trazer uma redução de depreciação, que é uma conclusão que está absolutamente correta. Agora, quando nós faremos isso, eu posso te garantir que a gente não vai fazer no curto prazo.

Como já comentei em outra resposta, a gente vai manter uma postura bastante conservadora na depreciação, como a gente manteve nos últimos três anos, para não ter nenhuma surpresa negativa no final do ciclo, como algumas empresas tiveram. Porque aí você tira o mérito de todo o resultado que você gerou ou que você demonstrou ao longo de todo o ciclo do ativo. A gente não vai fazer isso.

A gente até trouxe aqui que, da frota de 2023, a gente já vendeu tudo sem nenhum impairment. Então quer dizer que o ciclo e a taxa de depreciação está correta dos nossos ativos. E assim a gente vai continuar fazendo.

Agora, que essa hipótese pode se concretizar, eu acho que tem grandes chances. E aí a gente vai dividir com vocês com toda a transparência como a gente sempre fez. Porque os indícios são positivos, sim.

Então todo o teu racional está absolutamente correto. Aumentando a participação no varejo e melhorando o *spread* do carro, naturalmente você poderia reduzir a depreciação. Perfeito.

E se permite mais uma, devem entrar agora os 750 milhões do aumento de capital liderado pelo BNDES no segundo trimestre. Acho que você mencionou que não tem a intenção de crescer agora no curto prazo. Eu posso considerar que o *use of proceeds* desse recurso será para repagamento de dívidas?

Alberto, sim. E não só o valor do aumento de capital, mas toda a geração de caixa da companhia desse ano vai ser utilizada para a redução do endividamento dela, assim como nós fizemos no ano passado. Você viu que a gente trouxe um quadro comparativo da geração de caixa do primeiro trimestre do ano passado versus desse trimestre. Melhorou mais de um bilhão de reais.

E tudo isso foi feito sem crescer a frota, ou seja, tudo isso serviu para reduzir a alavancagem da companhia mesmo. E assim a gente vai fazer até o final do ano. Muito obrigado pelos detalhes, Moscatelli.

Operador:

Isso conclui a sessão de perguntas e respostas de hoje.

Gostaria de convidar o Sr. Gustavo Boscatelli para prosseguir com suas observações finais. Por favor, Sr. Gustavo, fique à vontade.

Gustavo Moscatelli:

Bom, queria agradecer a participação de todos, reforçar que a companhia começou o ano com o pé direito e muito focada e executando o planejamento que a gente tem para o ano com muita disciplina.

A equipe tem trabalhado de forma inquieta para entregar resultados melhores e níveis de serviços melhores para os nossos clientes, que é a nossa estratégia central. E isso tem trazido uma melhora significativa na rentabilidade da companhia, que é importante para a continuidade do nosso planejamento estratégico de longo prazo. Então, queria reforçar o nosso compromisso com o *guidance* que a gente deu no segundo trimestre, que é surpreendente, acho que é inédito, a gente reportar um lucro no segundo trimestre na mesma proporção do primeiro tri, dado a baixa sazonalidade.

Isso vem de melhorias operacionais, como comentei, em todas as linhas do nosso P&L. É um esforço grande, mas que tem trazido resultado. E terminar agradecendo a nossa gente, que é quem trabalha todos os dias para fazer tudo isso aqui que eu estou contando para vocês.

Muito obrigado e até a próxima.