

movida 3t25 por

[Palestrante 3]

Bom dia e bem-vindos à teleconferência da Movida para a discussão dos resultados referentes ao terceiro trimestre de 2025. Estão presentes hoje conosco os senhores Gustavo Moscatelli, CEO, e Daniela Sabbag, CFO e IRO. 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. Em seguida, os participantes poderão também enviar suas perguntas na plataforma e as mesmas serão respondidas pela administração durante essa teleconferência ou pela equipe de relações com investidores da Movida após o término da teleconferência. 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 desta apresentação em inglês, é possível escolher o idioma através do ícone Interpretation, que fica na parte inferior à direita da plataforma.

Para uma melhor experiência, clique em Mute Original Audio. Para aqueles que não falam português e querem ouvir esta apresentação em inglês, é possível apertar o botão de interpretação no lado esquerdo da plataforma e escolher a língua adequadamente. Para uma melhor experiência, clique em Mute Original Audio.

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 teleconferência 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 em 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 agora de passar a palavra ao Sr. Gustavo Moscatelli. Por favor, Sr. Gustavo, pode prosseguir.

[Palestrante 1]

Bom dia a todos e sejam muito bem-vindos à teleconferência de resultados do terceiro trimestre de 2025 da Movida. Gostaria de começar agradecendo a nossa gente, mais de 6 mil colaboradores, pela eficiência, dedicação e qualidade na execução das entregas dos resultados do terceiro trimestre deste ano. Agora, vou começar com o slide número 3.

Gostaria de destacar a continuidade das ações que reforçam nosso compromisso com a melhoria na experiência do cliente e a captura de ganhos de eficiência operacional. Esse

pilar tem sido fundamental para consolidar a Movida como referência no setor de aluguel de carros no Brasil. O primeiro destaque está no avanço da expansão da experiência digital dos clientes nas lojas físicas.

Hoje, 10 lojas já contam com tótems de autoatendimento, responsáveis por 26% dos contratos abertos nessas lojas, reduzindo o tempo médio de abertura para apenas 2 minutos e garantindo um NPS de 95%. Nosso objetivo é chegar a 20 lojas até o final deste ano, ampliando ainda mais a conveniência para nossos clientes. O segundo destaque está no lançamento do Movida Pit Stop, nossa primeira oficina de serviços rápidos para atender clientes do rente a car, GTF e carro por assinatura.

Os espaços foram pensados para oferecer maior comodidade para os clientes, localizados em estacionamentos de shopping centers e supermercados, e já apresentam um NPS de 94%. Até dezembro de 2025, planejamos expandir para 10 unidades, garantindo maior controle, gestão e redução de custos de manutenção, além, obviamente, de uma maior experiência para nossos clientes. Um outro item importante foi o lançamento do nosso novo programa de fidelidade da Movida, que já conta com mais de 2,4 milhões de clientes cadastrados.

O objetivo é aumentar a frequência das locações e a preferência pelo uso dos nossos serviços, oferecendo benefícios exclusivos e fortalecendo a relação com nossos clientes. Todas essas iniciativas refletem nosso compromisso contínuo com inovação, eficiência operacional e, principalmente, com a melhor experiência para quem escolhe a Movida. Passando agora para o slide 4, trouxemos um resumo dos avanços estruturais que continuamos apresentando com muita consistência, focando sempre no nosso compromisso com a geração de valor para os nossos acionistas.

A primeira ação relevante é referente à recomposição contínua no preço do Rent-a-Car. O ticket médio cresceu 12% no terceiro TRI deste ano, frente ao terceiro TRI do ano passado, alcançando uma tarifa consolidada a recorde de R\$ 159,00 por diária. A segunda é que seguimos em um patamar elevado de precificação da terceirização de frotas, com novos contratos tendo yield médio de 3,5% ao mês, frente a 3,3% no mesmo período do ano passado.

Em seguida, queria destacar a alocação de capital em contratos de longo prazo. Mantivemos no terceiro TRI 61% do imobilizado bruto da companhia no segmento de GTF. Essa iniciativa continuará trazendo maior previsibilidade e resiliência nos resultados consolidados e também na geração de caixa da companhia.

A quarta iniciativa refere-se à melhoria contínua na otimização da gestão de custos e despesas. Desta forma, conseguimos manter nossas margens EBITDA em patamares recordes. No RAC atingimos 68,8% e no GTF 76,5% de margem EBITDA.

Esses resultados mostram uma melhora na eficiência operacional da companhia como um todo. E por último, demos continuidade na boa performance de seminovos. No terceiro trimestre, vendemos quase 24.500 carros e mantivemos níveis estáveis na margem EBITDA do segmento em cerca de 1%. Agora, vou seguir para o slide número 5 com a apresentação dos resultados consolidados. Divulgamos mais um resultado com novos recordes sequenciais na receita líquida de locação no EBITDA e no EBIT da companhia. A melhora

operacional em todas as linhas de negócio nos levou a uma verdadeira transformação dos indicadores de rentabilidade no decorrer do ano.

No terceiro tri, atingimos uma receita líquida de R\$ 3,8 bilhões, um EBITDA recorde de R\$ 1,5 bilhões e um EBIT recorde também de R\$ 854 milhões. E o lucro líquido totalizou R\$ 70 milhões no período e R\$ 216 milhões no acumulado do ano. Com isso, entregamos o melhor ROIC dos últimos três anos, no patamar de 14,4%, que se manteve em expansão, tendo avançado dois pontos percentuais frente ao mesmo período de 2024 e 6,4 pontos percentuais superior a 2023.

Importante ressaltar a composição da evolução desses indicadores quando analisamos o setor de locação, que é o nosso negócio central. Tivemos uma adição de frota operacional de apenas 4%, enquanto a receita líquida de locação tivemos um crescimento de 15%, sendo esta a maior reportada na história da companhia. No mesmo período, o EBITDA e o EBIT de locação cresceram 19% e 23%, respectivamente, também em patamares recorde.

O nível de eficiência operacional atual se reflete nos resultados positivos da companhia, possibilitando um avanço relevante no ciclo de geração de valor aos nossos acionistas. Agora vou seguir para o slide número 6. Apresentamos a evolução da nossa margem EBITDA das atividades de locação desde 2016, mostrando que chegamos de maneira sustentável nos melhores resultados operacionais desde o IPO da companhia.

No terceiro TRI, como já comentei, a margem EBITDA do Rent-a-Car e do GTF foram recordes, com 68,8% no RAC e 76,5% no GTF, demonstrando consistência na rentabilidade dos segmentos nos últimos trimestres. Este patamar de margens recorde reitera a assertividade das ações implementadas para ganho de eficiência e refletem as ações de redução de custos e despesas que conduzimos desde o início do ano passado, posicionando a companhia para uma nova fase de geração de valor. Passando agora para o slide 7, apresentamos os números da depreciação dos nossos ativos.

No Rent-a-Car, a depreciação anualizada por carro operacional do terceiro TRI foi de R\$ 6,9 mil ao ano. Este valor está em linha com os últimos cinco trimestres, atingindo o patamar estável e saudável de taxa de depreciação para o segmento, como resultado da definição assertiva no mix da frota com a manutenção da taxa de depreciação dos novos carros entre 8% e 9% ao ano. No GTF, a depreciação anualizada por carro do terceiro trimestre foi de R\$ 11 mil, também mostrando uma estabilização nas taxas de depreciação entre 9% e 10% ao ano.

Passando agora para o slide número 8, vou dar maior abertura a uma das principais estratégias do terceiro trimestre referente ao Rent-a-Car. Como podem observar no gráfico superior à esquerda, a precificação das tarifas no segmento de Rent-a-Car vem crescendo sequencialmente, expandindo a rentabilidade do negócio. A tarifa média no terceiro tri foi de R\$ 159,00, 12% superior ao preço do terceiro tri do ano passado.

Na comparação dos nove meses, a variação foi ainda maior, 15%, chegando a uma tarifa consolidada de R\$ 157,00. Um ponto que eu gostaria de destacar é que, pela primeira vez, conseguimos ter, de forma combinada, um avanço importante na tarifa e também uma melhora no volume no número de diárias, mostrando uma assertividade cada vez maior na gestão do negócio. No gráfico abaixo, observamos a evolução do yield ao longo dos

trimestres, mostrando que a estratégia de precificação e composição no mix de vendas elevaram os patamares de yield, atingindo 4,3% ao mês no terceiro trimestre deste ano, o nosso maior patamar de yield já reportado.

A melhoria contínua na qualidade do serviço que estamos entregando aos nossos clientes também está contribuindo para o aumento na participação de diárias eventual no mix da companhia. Essa estratégia tem se mostrado vencedora, uma vez que o produto eventual tem mostrado melhor elasticidade de preço e demanda. Dessa maneira, o produto eventual representou 43% do volume de diárias, um crescimento de 19% frente ao mês do trimestre do ano passado.

Agora, vou passar para o slide número 9, onde trouxemos os resultados financeiros consolidados da movida. A receita líquida foi de R\$ 3,8 bilhões no terceiro trimestre e de R\$ 10,2 bilhões no acumulado do ano, apresentando um crescimento de 7,6%. Já a receita de locação cresceu 15,3% no terceiro TRI.

Gostaria de ressaltar novamente que a nossa frota cresceu apenas 4% na comparação anual, o que demonstra ganhos de produtividade em nossa operação. Já nos nove meses deste ano, a receita de locação cresceu 19,3%. O EBITDA alcançou R\$ 1,5 bilhão no trimestre, uma expansão de 18,5% versus o trimestre do ano anterior e 21% ao comparar o acumulado dos nove meses deste ano.

Como já comentei anteriormente, as margens EBITDA continuam em patamares recordes. Isso demonstra nossa assertividade em todas as ações que implementamos nos últimos tempos e em todas as linhas de locação. O EBIT no terceiro TRI foi de R\$ 854 milhões, expandindo 22,6% frente ao mesmo período do ano anterior.

E por último, o nosso lucro líquido do trimestre, que atingiu R\$ 70 milhões e R\$ 216 no acumulado do ano, expandindo 27,6% em relação ao mesmo período do ano de 2024. Vou avançar agora para o slide número 10. Neste slide, mostramos o resultado de todo o trabalho e das evoluções que a companhia vem entregando através da evolução do retorno sobre o capital investido.

Nosso ROIC chegou a 14,4% no terceiro TRI deste ano, uma importante evolução em relação a 2024 e também em relação a 2023. Este resultado mostra uma continuidade da expansão da geração de valor aos nossos acionistas, superando o custo da dívida em 4,1 pontos percentuais, sendo o melhor retorno dos últimos três anos. Esta evolução, combinada das ações em andamento, como recomposição de preços, evolução dos yields, continuidade na produtividade de seminovos e disciplina na alocação de capital e gestão das dívidas, nos levam a patamares crescentes e sustentáveis de ROIC Spread.

Avançando agora para o slide 11, apresentamos o guidance de lucro líquido e de alavancagem para o quarto trimestre de 2025. Essa projeção reflete a melhoria consistente dos nossos indicadores operacionais, que têm impulsionado os nossos resultados de forma sólida e sustentável. Para o quarto trimestre, projetamos um lucro líquido entre R\$ 75 e R\$ 90 milhões, representando um crescimento de 21% a 45% em relação ao quarto trimestre do ano passado, e de 42% a 70% maior que o consenso de mercado.

Esse será o melhor resultado trimestral dos últimos três anos da companhia. Considerando o guidance do quarto trimestre, o lucro líquido de 2025 totalizará entre R\$ 291 e R\$ 306 milhões, representando um crescimento de 26% a 32% em relação ao ano de 2024. O segundo indicador do guidance refere-se à alavancagem, medida pela dívida líquida sobre o EBITDA.

Encerramos o quarto trimestre do ano passado, de 2024, em 3,0 vezes, e projetamos reduzir para um patamar entre 2,6 e 2,8 vezes no quarto trimestre desse ano, mantendo uma estrutura de capital saudável, sólida e reforçando a nossa disciplina financeira. Com essas projeções, reforçamos nosso compromisso com o crescimento de forma sustentável e geração de valor para os nossos acionistas. Agora, eu vou passar a palavra para a Daniela.

Daniela.

[Palestrante 2]

Obrigada, Moscatelli. Bom dia a todos. Dando sequência na apresentação, entramos nos destaques por linha de negócios.

No slide 13, mostramos os destaques nos resultados de Rent-a-Car. No primeiro gráfico, temos a maior receita por carro da companhia, que chegou ao recorde de R\$ 3.497,00 por mês, no terceiro tri. Crescimento de 7% frente ao mesmo período do ano passado e R\$ 3.421,00 por carro no acumulado de 2025, expandindo 9% em relação ao mesmo período de 2024. Essa evolução, combinada à otimização do capital investido na operação e mix ideal da frota, nos levou a uma expansão significativa do Yield, recorde de 4,3% ao mês, no terceiro tri. Versus 4,2% no terceiro tri do ano passado. No slide 14, avançamos nos indicadores de RAC.

A receita líquida foi de R\$ 874 milhões no trimestre, uma expansão de 14,3% em relação ao mesmo período do ano passado. A frota média operacional expandiu apenas 6% na comparação, chegando a 92 mil carros no terceiro tri 25. O EBITDA foi de R\$ 601 milhões, um crescimento de quase 22% frente ao terceiro tri 24.

A margem EBITDA alcançou um novo patamar de rentabilidade, sendo 68,8%, a melhor margem já reportada pela companhia, com expansão de 4,2 pontos percentuais. Como consequência, o EBITDA por carro seguiu expandindo e totalizou R\$ 2.170 por mês neste trimestre, um crescimento de 15,1% frente ao mesmo período do ano passado e 14,4% no acumulado do ano, chegando a R\$ 2.085 por carro. Passando para o próximo slide, número 16, temos os indicadores operacionais de gestão e terceirização de frotas.

Fechamos o terceiro tri 25 com a frota média operacional de cerca de 128 mil carros, um crescimento de 3% frente ao terceiro tri 24. Nosso backlog de receita futura totalizou R\$ 7,1 bilhões no terceiro tri 25, crescendo 2% em relação ao mesmo período do ano passado. No próximo gráfico, mostramos a representatividade do GTF em nosso imobilizado bruto, que, como falamos, segue fazendo parte da nossa agenda prioritária para o ano.

Essa participação segue em patamar elevado, representando 61% do nosso imobilizado em 2025. No slide 17, passamos para os resultados financeiros de GTF. A receita líquida foi de R\$ 1 bilhão este trimestre, crescendo 16% frente ao terceiro tri do ano passado, enquanto a frota operacional expandiu em uma velocidade muito inferior, 3,4% na mesma comparação.

Tivemos, portanto, um novo aumento sequencial na receita mensal por carro, que atingiu R\$ 3.025 no terceiro tri 25, aumentando 12,2% ano contra ano. Na comparação dos nove meses, a evolução foi de 15,1% frente a 2024. O EBITDA deste trimestre apresentou um crescimento de 17,1% versus o mesmo período do ano passado, chegando a R\$ 791 milhões, elevando a margem EBITDA do segmento a 76,5%.

Conseqüentemente, o EBITDA por carro também apresentou resultados crescentes no terceiro tri 25, com uma média de R\$ 2.057 por mês, o que representa um aumento de 13,2% frente ao terceiro tri 24. No acumulado do ano, a evolução foi de 16,7% frente a 2024. A seguir, no slide 19, apresentamos os indicadores de seminovos.

Seguimos com uma performance saudável na operação, com uma venda de 24,5 mil carros no trimestre. Desde o primeiro tri 24, temos apresentado um volume de vendas em torno de 25 mil carros por trimestre, volume bastante estável e reforça a maturidade da escala da companhia dos últimos dois anos, gerando mais eficiência operacional. No acumulado dos nove meses, vendemos 75,2 mil carros.

É importante destacar a redução da idade média da frota operacional RAC, que caiu de 11 para 10 meses no trimestre e de 12 para 10 meses no acumulado, refletindo a manutenção da idade média da frota operacional em níveis adequados. A receita líquida foi de R\$ 1,8 bilhão no terceiro tri e de R\$ 5,2 bilhões no acumulado do ano. É importante destacar que o preço médio dos veículos vendidos aumentou, saindo de R\$ 67,7 mil para R\$ 73,4 mil no trimestre e de R\$ 67,1 mil para R\$ 71,1 mil no acumulado do ano.

A margem EBITDA se manteve em níveis estáveis ao longo dos últimos cinco trimestres, sendo de 1% no terceiro tri 25. Importante ressaltar nesse slide que a continuidade do patamar de volume de vendas nos últimos sete trimestres garante a manutenção da idade média da frota em níveis adequados e previsibilidade da operação. Por fim, analisando o SG&A, observamos estabilidade no trimestre, 4,9%, tanto no terceiro tri 24 quanto no terceiro tri 25.

No acumulado de nove meses houve um leve aumento, passando de 5,2% para 5,3%, uma variação de apenas 0,1%. Esse resultado demonstra controle das despesas administrativas e comerciais, reforçando a disciplina na gestão de custos. Continuando no slide 20, voltamos a destacar a evolução do mix do nosso estoque, que é um diferencial para a performance positiva de seminovos.

O perfil atual possui maior liquidez e atratividade de vendas com carros mais básicos disponíveis para a venda, com um percentual de carros retes representando 63% do nosso estoque neste trimestre, o que continuará contribuindo para a melhoria do giro do ativo nos próximos meses. Também trouxemos a evolução da tabela FIPE do nosso estoque de carros, que apresenta até outubro uma média mensal de desvalorização no ano de 2025 de 0,4% versus 0,8% em 2024, o que demonstra claramente assertividade no mix de compra e na gestão do ciclo inteiro do ativo. Além do mix de carros, a Movida tem um posicionamento diferenciado devido à diversificação de marcas e modelos de maior liquidez, lojas instaladas em pontos estratégicos, canais de vendas equilibrados entre o varejo e atacado e investimento em marketing que estimula o varejo.

Passando para o slide 22, vou falar sobre o perfil do nosso endividamento. Nesse slide, destacamos o caixa e o cronograma de vencimentos das dívidas, proforma e a abertura dos vencimentos trimestrais de 2026. Gostaria de ressaltar que temos um cronograma extremamente equilibrado, sem nenhuma concentração relevante no próximo ano.

Nossa posição de caixa no terceiro tri foi superior a R\$ 3,3 bilhões, suficiente para cobrir mais de 100% dos pagamentos da dívida bruta até o final de 2026. Também fizemos a abertura do caixa da companhia, sendo representada por 53% em bancos brasileiros de rating AAA, 44% em títulos públicos e o restante em caixa no exterior. A dívida bruta no terceiro tri-25 totalizou R\$ 18,8 bilhões.

A dívida líquida atingiu R\$ 15,5 bilhões, com custo médio de CDI mais 1,9% ao ano e prazo médio de 3,2 anos. Gostaria de reforçar nosso amplo acesso à linha de crédito, com captações que atingiram R\$ 4,3 bilhões ao final do terceiro tri-25 e após o terceiro tri, as captações da 23ª e 24ª emissões de debênture, como destacadas no slide, permitiram alongar vencimentos de 2025, 2026 e 2027 para 5 anos, com menores custos de captação. Seguindo para o slide 23, trazemos nossos indicadores de alavancagem, cobertura de juros e cronograma de fornecedores.

Ao lado esquerdo do slide, a nossa alavancagem medida por dívida líquida sobre EBITDA chegou ao menor patamar nos últimos 5 anos, 2,7 vezes EBITDA no terceiro tri-25, seguindo uma trajetória descendente, sendo uma alavancagem 0,4 inferior ao do terceiro tri-24. Se anualizarmos os resultados do terceiro tri-25, a alavancagem seria de 2,5 vezes. Além disso, nosso indicador de cobertura de juros, EBITDA-LTM, sobre a despesa financeira líquida, se manteve ao mesmo patamar do ano passado, chegando a 2,4 vezes.

Acima, no gráfico de cronograma de pagamento de fornecedores, é importante ressaltar que o saldo de fornecedores passou de R\$ 5,1 bilhões em 2024 para R\$ 4,2 bilhões nos últimos nove meses de 2025, uma redução de quase R\$ 900 milhões no período. Vou passar agora a palavra novamente ao Gustavo Moscatelli para a conclusão da apresentação. Gustavo.

[Palestrante 1]

Obrigado, Daniela. Para finalizar, no slide 24, gostaria de reforçar as principais prioridades estratégicas da movida para garantir eficiência operacional, rentabilidade e geração de valor de forma sustentável. O primeiro ponto é a melhora da taxa de ocupação do Rent-a-car para maximizar a utilização da frota e diluir custos fixos, aumentando a rentabilidade, o que contribui para um maior yield e expansão das margens, que hoje são benchmarks do setor.

Em seguida, temos a continuidade da revisão de repasse de preços, com uso de inteligência artificial e machine learning para capturar o maior valor na alocação de cada carro. Em seguida, temos a continuidade na revisão de repasse de preços, com uso intensivo de tecnologia para capturar o maior valor em cada carro, em cada loja. Outro destaque é a internalização da manutenção com a movida Pit Stop e os centros de preparação, garantindo o maior controle, qualidade e disponibilidade da frota, combinado com a redução significativa dos custos e eficiência no capital investido, além de melhorar a experiência dos nossos clientes.

Também avançaremos na digitalização de processos, buscando redução de SDNA e ganhos de margem por maior automação através de uso intensivo de tecnologia. Por fim, ampliaremos o canal de vendas de varejo em seminovos, com novos modelos de loja e foco em transformar carros com perfil de atacado em carros com perfil de varejo, garantindo o maior retorno sobre o capital investido. Tudo isso reforça que a movida segue com o compromisso de manter um nível de serviço superior para os nossos clientes, que contribui com a fidelização e o crescimento da base de clientes para gerar rentabilidade sustentável e valor de longo prazo.

Estamos confiantes na execução do nosso planejamento estratégico e comprometidos em continuar evoluindo com assertividade, garantindo satisfação aos nossos clientes e geração de valor aos nossos acionistas. Estou confiante de que estamos no caminho certo e temos ainda muito o que entregar. Agradeço novamente a toda a equipe da Movida pela dedicação e por tudo o que ainda vamos construir juntos.

Aos nossos clientes, acionistas e fornecedores, nosso muito obrigado pela confiança. Agora, podemos abrir a sessão de perguntas e respostas. Muito obrigado.

[Palestrante 3]

Obrigado. A teleconferência agora está aberta para perguntas inicialmente 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 tempo após esse anúncio.

Se em algum momento sua dúvida for respondida antes de chegar a sua vez, clique em 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 ícone de Q&A localizado na barra inferior da tela e digitar sua pergunta. Por favor, aguarde enquanto recebemos as perguntas de analistas e investidores. Nossa primeira pergunta vem do Sr. Felipe Nielsen, do Citi. Por favor, Felipe, seu microfone está liberado.

[Palestrante 6]

Oi, pessoal. Bom dia. Obrigado pelo espaço e parabéns pelo resultado.

Eu tenho duas perguntas aqui. Começando com o tópico de apreciação. A gente tem visto os números que vocês colocam de mix, de venda, de preço de FIPE.

Parece que as coisas estão estáveis, o mix ajudando, mas a gente viu nesse trimestre também uma ligeira alta de apreciação, tanto no RAC quanto no GTF, de apreciação, isso por carro. Queria entender se vocês estão vendo algum nível de pressão de apreciação, algum ajuste, ou se essa tendência de alta no tri-a-tri deve reverter ou se estabilizar, mais para entender a trajetória de apreciação. E a segunda pergunta é um pouco mais relacionada ao guidance.

A gente viu que vocês desalavancaram bem nesse trimestre, mas o guidance de alavancagem para o quarto tri não implica uma grande continuidade dessa desalavancagem.

Entendem um pouco dos moving parts, como vocês devem manter a estabilidade de alavancagem, mesmo estando num trimestre sazonalmente melhor e tendo um operacional vindo muito bem. Obrigado.

[Palestrante 11]

Bom dia, Filipe. É o Moscatelli. Obrigado pela participação e pelas perguntas.

[Palestrante 1]

Eu vou começar pela depreciação. Como você comentou, você pode observar um valor de apreciação por carro anualizada ligeiramente acima dos trimestres anteriores, tanto no Renta Car e no GT-F. Isso está atrelado 100% ao preço do carro que a gente vem recompondo à frota.

Você provavelmente notou que o preço de aquisição no segundo tri foi um pouco maior do que no histórico e no terceiro tri também. A consequência disso é um valor de apreciação por carro maior, mas o que mais importa aqui na minha visão é a taxa de apreciação anual, que se manteve estável. Então, como você tem um ticket de médio um pouco maior, dada a inflação que teve no carro nos últimos dois meses, naturalmente o preço de reposição do carro é um pouco maior e aí o valor nominal da apreciação é maior também, mas a taxa de apreciação tem se mantido estável no Renta Car entre 8% e 9% e no GT-F por volta de 9% e 10%.

É só uma questão de ticket médio de compra. Não estou vendo nenhuma pressão adicional de depreciação, como você comentou. Com relação à alavancagem, a gente fez um esforço bastante grande nos últimos dois meses, saindo de 3,1% no terceiro tri do ano passado para 2,7%.

O quarto trimestre é sazonalmente o melhor trimestre do ano para nós e a expectativa, como a gente soltou no Vibes, é muito positiva. Isso pode ter, sim, um reflexo na alavancagem. A gente colocou um intervalo que talvez ainda tenha uma redução frente ao que a gente divulgou no terceiro tri, mas também é um trimestre que a gente cresce um pouco a frota.

Então, o mix dessas duas coisas deve ficar entre 2,6% e 2,8%. Então, tem um upside em cima do terceiro tri, talvez não tão representativo, mas para o tamanho da companhia hoje, qualquer zero ou uma vez EBITDA é bastante coisa. Então, acho que, de toda forma, a gente encerra o ano com uma estrutura de capital muito sólida e com uma alavancagem muito mais saudável frente ao que a gente começou o ano e com um operacional também muito mais redondo.

Então, acho que a conjuntura total é positiva.

[Palestrante 11]

Muito interessante.

[Palestrante 12]

Ficou super claro. Obrigado.

[Palestrante 3]

Nossa próxima pergunta vem do senhor André Ferreira, do Bradesco BBI. Por favor, André, seu microfone está liberado.

[Palestrante 7]

Oi, bom dia, pessoal. Obrigado pelo espaço aqui e parabéns pelo resultado. Eu tenho duas perguntas.

A primeira é sobre o garante do quarto tri de lucro. Se vocês puderem quebrar um pouco o que está por trás. Então, claro, tem a sazonalidade do quarto tri do RAC, mas comentar se tem expansão de margem relevante em IGTF ainda para ser feita.

No RAC, imagino que sim pela sazonalidade, mas se tem mais alguma melhora comparável em eficiência de custos, por exemplo. Se tem aceleração de compra de carro além do já normal do quarto tri. O que tem de suposição de tarifa, de depreciação, enfim, qualquer detalhe que consigam dar.

E a segunda pergunta, só voltando nesse ponto do preço do carro comprado, que aumentou um pouquinho no segundo tri e no terceiro tri. Tanto no RAC quanto no IGTF. Então só comentar um pouquinho qual é essa mudança de mix que está levando a esse aumento do preço.

Enfim, são essas duas. Obrigado.

[Palestrante 11]

Oi, André, é o Moscatelli.

[Palestrante 1]

Obrigado pela participação e pelas perguntas. Vou começar aqui pelo guidance. Você pediu um pouco mais de cor sobre o guidance do lucro para o quarto trimestre.

A gente já tem, obviamente, os números de outubro fechados e novembro a gente já tem uma claridade bastante grande do que vai ser o mês. E esses dois meses foram, do ponto de vista de geração de resultado, muito positivos e acima das nossas expectativas iniciais. Combinado com isso, com a mesma antecedência do que a gente está olhando para dezembro, com o que a gente olhava no ano passado, nosso volume de reservas está entre 15% e 20% maior do que o ano passado.

E com preço também na mesma magnitude que você viu a gente reportar nos últimos trimestres, entre 10% e 15%. Então a combinação disso tudo, principalmente no Rent a car e o GTF, continua crescendo, mas não tem uma volatilidade tão grande que o Rent a car. Então não tem uma grande surpresa no quarto trimestre.

Mas o Rent a car, sim, é o que está impulsionando o resultado do quarto trimestre. E isso fez o pano de fundo todo para esse número que a gente divulgou do guidance. Você comentou sobre aceleração de compra de carro, margem do GTF.

Sim, a gente não tem nenhuma aceleração de compra de carro. A gente está seguindo à risca o nosso planejamento do ano. E a gente se comprometeu a ficar com a frota média no ano flat, obviamente respeitando as sazonalidades para capturar o máximo de valor ao longo do ano.

E assim a gente vai fazer. Então não tem nada disruptivo no quarto trimestre, nenhuma aceleração grande. É exatamente o que a gente se propôs a fazer com o nosso planejamento.

E eu acho que isso que resultou nesse guidance com lucro bastante acima das expectativas. Com relação ao preço de compra que você comentou, linkado à depreciação, André, no terceiro tri a gente comprou já um pouco de carro para a sazonalidade do quarto trimestre. E aí naturalmente nesse tipo de sazonalidade a gente tem uma demanda bastante grande de carros com ticket médio maior.

Sedãs automáticos, SUVs. E a gente teve algumas oportunidades no final do terceiro tri e a gente antecipou um pouco a compra do quarto tri para o final do terceiro tri desse perfil de carro. Mas se olhar o ticket médio de compra do Rent a car, você vai ver ele por volta de R\$ 80.000 a R\$ 85.000, que é o mix que a gente considera hoje ideal para a frota do Rent a car. Então não tem mudança de mix. É uma atuação oportunística que a gente teve para atender a sazonalidade do quarto trimestre. Tá bom?

Se tiver alguma dúvida, fique à vontade, André.

[Palestrante 7]

Muito obrigado. Se eu pudesse só fazer um follow-up do guidance. Nesse guidance com lucro do quarto tri, dá para assumir um impacto positivo de JCP esperado, parecido com o que tivemos no terceiro tri?

[Palestrante 1]

Acho que esse é um bom ponto. Eu achei bom que você levantou porque eu recebi bastante perguntas sobre isso. Acho que ao longo dos últimos dois anos, André, a gente obviamente colocou toda a energia e foco na companhia para melhorar todas as alavancas operacionais que a companhia tinha para geração de valor.

E a gente entrou num período agora de refinamento do P&L inteiro e a Daniela aqui com o time financeiro tem feito um excelente trabalho e a gente não capturava todo o benefício que tinha da companhia distribuir ao invés de dividendos, distribuir parte do seu lucro através de juros sobre capital próprio. Dessa forma, a gente mudou a distribuição para ser tudo via juros sobre capital próprio e a gente daqui para frente vai ter uma liquida efetiva muito parecida com o que o concorrente tem, que sempre foi um ponto que vocês levantaram. Nossa liquida sempre foi por volta de 30% a 32%, do concorrente por volta de 18%.

Então daqui para frente, com essa estratégia de distribuir via JCP, a gente também vai ter uma liquida recorrente por volta de 18% a 20%, que é o que você viu no terceiro TRI. Então você pode considerar essa liquida por quarto TRI e por ano que vem inteiro também.

[Palestrante 12]

É claro. Obrigado, pessoal. Bom dia.

[Palestrante 3]

Nossa próxima pergunta vem do Sr. Lucas Esteves, do Santander. Por favor, Lucas, seu microfone está liberado.

[Palestrante 10]

Bom dia, Mosca e Daniela. Obrigado pela oportunidade e também parabéns pelo trimestre. Acho que a sequência de resultados, de fato, deixa claro o esforço que vocês têm feito para aumentar a eficiência da companhia.

Tem uma pergunta só aqui em relação a seminovos. Me chamou bastante a atenção que o estoque de modelo hatch caiu de 72% para 63% do fim do segundo TRI para o fim do terceiro TRI, indicando que o mix de venda do período pode ter sido mais concentrado nesse tipo de modelo. E mesmo assim, o preço médio de venda avançou substancialmente em 4,3% de contra TRI.

Eu queria entender um pouco mais os drivers desse aumento de preço. Se foi mais efeito de esforços comerciais, melhoria no processo de venda de vocês ou se tem algum efeito mix, canal de venda, idade média que a gente não consegue ver nos números. E também entender como vocês esperam que se comporte o preço médio de vendas no quarto TRI, dado que vocês já têm grande parte da informação do trimestre.

Obrigado desde já e parabéns novamente.

[Palestrante 1]

Oi, Lucas Moscatelli. Obrigado pela participação e pelas perguntas. Com relação a seminovos, essa questão do ticket médio, ela está atrelada a dois fatores principais.

Uma é o que você comentou e eu também já falei um pouco aqui, que é a entrada nos seminovos de carros já comprados com ticket médio um pouco maior, dado a inflação do carro nos últimos, principalmente, um ano e meio. Então a desmobilização já está com esse ticket médio um pouco maior. Mas o perfil entre hatch, sedãs e SUVs, ele mudou um pouco contra o ano passado, mas ele deve ficar estável por volta de 60% no hatch.

A gente não vê muita mudança em relação a isso, dada a frota que a gente tem e dada a desmobilização, como você já comentou, que a gente tem ela toda já praticamente do quarto trimestre feita. Então o ticket médio do quarto trimestre vai ser muito parecido com o terceiro trimestre e o mix também majoritariamente aqui no hatch por volta de 60%. Um outro ponto importante, uma parte desse aumento do ticket médio de venda de SUV, porque de fato a gente, e eu coloquei isso como uma das prioridades daqui para frente, que é aumentar a participação do canal de vendas do varejo no mix total de vendas.

A gente conseguiu aumentar um pouco durante esse ano, mas ainda tem bastante espaço com essas iniciativas que a gente colocou aqui na divulgação. Abertura de lojas em auto shoppings, para capturar carros que a gente hoje considera com perfil de atacado, para um outro público que a gente consegue, talvez, vender no varejo. Então acho que essas iniciativas vão fazer com que o ticket médio da venda seja um pouco maior e junto com isso a rentabilidade também muito maior.

A diferença de preço entre o atacado e o varejo é por volta de 10 pontos percentuais, você tira uns 6% de SG&A e sobra ainda uns 4%, que é bastante coisa em cima do volume de

carros que a gente vende. Então aqui sim tem o começo de uma melhora, mas acho que a grande parte dos benefícios você vai ver daqui para frente com essa estratégia de direcionar mais carro ainda para o varejo.

[Palestrante 10]

Show de bola, Clarice. Obrigado e bom dia.

[Palestrante 3]

Nossa próxima pergunta vem do Sr. Daniel Gasparetti, do Itaú BBA. Por favor, Daniel, seu microfone está liberado.

[Palestrante 4]

Bom dia a todos. Obrigado pela oportunidade. Eu queria só explorar um pouquinho mais, boa parte das minhas perguntas já foram respondidas, mas tem chamado muita atenção essa resiliência do RAC.

Esse volume agora foi impressionante mesmo para a migração por eventual e um crescimento bem grande de tarifa. Então eu queria explorar um pouquinho com você, Mosca, se possível, o que se deve, como é que você está vendo o comportamento do mercado, essa resiliência, você acha que tem mais espaço para aumentar essa tarifa, para onde iria esse rental yield que a gente está trabalhando? E a segunda pergunta é explorar um pouquinho desse gancho que você trouxe agora sobre a quebra do mercado de varejo e atacado.

É impressionante, porque parecia até muito difícil fazer essa migração, mas pelo que você está sinalizando, existe a possibilidade. Faça ou não deve ser, mas só queria que você nos ajudasse a entender um pouquinho mais como você está conseguindo fazer esse aumento de penetração, essa realocação das vendas, por que não era feito antes, por que vai ser feito agora, o que você está desdobrando em termos de capacidade para conseguir fazer isso? Porque, como você falou, uma diferença de preço tão grande que parecia até contra-intuitivo não fazer antes.

Então, são essas perguntas. Obrigado.

[Palestrante 11]

Oi, Gasparetti, é o Moscatelli aqui. Bom dia, obrigado pelas perguntas e pela participação.

[Palestrante 1]

Com relação ao espaço de aumento na tarifa que você começou a perguntar, espaço da tarifa, volume, como é que eu estou vendo isso? Eu acho que a gente está no processo aqui ainda, o Gasparetti, quase que no processo de learning by doing aqui. Então, a gente tem testado novas ferramentas, novas iniciativas e novas estratégias de precificação e de distribuição de carros todos os meses na companhia e aprendendo com os nossos próprios erros, às vezes.

Agora, de fato, a gente, e você viu, uma melhora, e acho que foi a primeira vez que a gente conseguiu ter um aumento representativo de preço e ainda ter, por mais que seja pequeno, mas ainda ter algum aumento de volume. Agora, para mim, está muito claro que o potencial ainda é muito grande, porque a gente, por mais que a gente tenha feito tudo isso e o net de

transformar a frota mais eventual do que mensal, preço, etc., seja muito positivo, a taxa de ocupação ainda, na minha visão, não está numa taxa de ocupação ótima, está por volta de 72%. E eu acho que um dos grandes pontos nossos aqui, não só para os próximos três meses, que é o quarto trimestre, mas para o próximo ano inteiro, é trabalhar para subir a taxa de ocupação para patamares mais saudáveis, pelo menos acima de 77%, com esse mix.

E isso, para mim, está ficando cada vez mais claro que é possível de fazer. Então, como a gente fez essa mudança muito forte do mix entre mensal e eventual, a gente, obviamente, sofreu um pouquinho com a ocupação, mas eu já vejo isso clareando novamente. Então, isso vai trazer mais uma alavanca para a geração de valor, porque você vai colocar muito mais frota, com mais preço, e isso vai trazer, sem dúvidas, mais margem e mais rentabilidade para o business.

O teu segundo ponto sobre a migração para o varejo e por que a gente não fez antes, a gente sempre teve muito cuidado no modelo de carro, no perfil do carro que a gente disponibiliza nas lojas de varejo, para ser um carro atrativo para o cliente, um carro com a percepção de um carro semi-novo, não um carro muito usado, velho, etc. E a gente tem algumas regras de quilometragem, estado do veículo, que restringem uma parte dos carros que a gente desmobiliza para o varejo, para a gente jogar direto para o atacado. E fazendo um deep dive no modelo de negócio e no mercado, a gente percebeu que tem um mercado de varejo que é comprador de carros, por exemplo, com uma quilometragem um pouco maior.

Então, só para te dar um exemplo bem claro, a gente tem uma regra aqui de não vender carros, geralmente nas nossas lojas, com mais de 55 mil quilômetros. Então, tudo que era acima de 55 mil quilômetros, ou quase tudo, a gente disponibilizava para o atacado. A gente percebeu que tem um público de até 80 mil quilômetros, que também é varejo.

Então, o que a gente fez? A gente criou um canal de vendas novo para chegar nesse público. E a gente encontrou esses, não sei se você conhece, os auto shoppings, que são grandes centros de lojas de multimarques que vendem carros usados e tem um perfil de cliente um pouco diferente do nosso perfil de varejo atual.

E a gente está fazendo alguns testes em alguns auto shoppings e tem dado muito certo. E o que a gente percebeu é, esse pode ser um canal de vendas para a gente aumentar a participação do varejo de carros que, até então, para nós, era 100% perfil atacado. Então, eu te dei um exemplo só material para você ver como a gente está pensando e por que a gente acredita que dá para migrar mais carro do atacado para o varejo.

Eu acho que uma outra coisa que ajuda muito a gente ter esses pensamentos, essas reflexões e iniciativas diferentes, é a gente estar com uma operação muito estabilizada, né, Gasparetti? Você vê, a companhia vende 24, 25 mil carros todo trimestre já, quase um ano. Você não tem uma volatilidade na frota de compra, de venda, de desmobilização.

Então, esse perfil de companhia madura, estabilizada, traz benefícios na gestão de reflexão de melhorias constantes que a gente não conseguia, de fato, pensar antes. Então, acho que o combinado de todas essas coisas, acho que tem trazido ações novas que nem nós e nem o setor operava antes e, obviamente, com muito benefício para a rentabilidade do negócio.

[Palestrante 4]

Legal, Mosca. Obrigado pelas respostas, faz todo sentido. Se me permitir, só fazer um follow-up na sua primeira resposta.

Quando você fala aqui a respeito do aumento do preço e a gente nota que o rentabilidade está expandindo, eu queria só entender como é a sua percepção sobre o comportamento desse consumidor. Quer dizer, está ficando mais caro para ele o aluguel do carro e talvez até a percepção dele em relação ao carro em si. Ele antes alugava um carro melhor por um pouco preço, agora está alugando um carro talvez um pouco pior por um preço maior.

E o NPS segue muito forte, segue muito alto. É mais para entender com você o que está acontecendo ali com o consumidor. Ele não tem uma alternativa e aí ele está aceitando colocar o aluguel do carro como parte do budget das férias dele maior.

Como é que acontece? Não tem competição? Como é que você enxerga esse comportamento dele?

E o NPS segue tão forte.

[Palestrante 1]

Acho que esse é um excelente ponto, Vesparetti. Acho que tudo isso que a gente comentou e os resultados, eles estão, de fato, de uma forma bastante consistente por um ponto prioritário para nós aqui, que é melhorar cada vez mais a experiência dos nossos clientes. Você acompanha de perto e deve ter percebido durante esse período que, de fato, as principais iniciativas da companhia nos últimos 12 meses, principalmente, têm sido voltadas para melhorar a experiência do cliente em todos os sentidos.

Tanto de uma forma digital, quanto nos pontos físicos, no pós-venda e etc. E isso tem, de fato, trazido mais fidelidade e um aumento na base de clientes bastante representativa. Bom, combinado com tudo isso, acho que todas essas ações de eficiência que eu comentei têm feito com que o consumidor, na hora de escolher, tenha dado preferência para a movida.

Isso, para a gente, está bastante claro. Agora, quando você pensa no valor de forma isolada, como você comentou, numa viagem, por exemplo, você vê os valores de hotéis, os valores das outras alternativas que o consumidor tem, táxi, Uber, também com uma evolução nas tarifas e nos preços bastante elevada. Então, não dá para você olhar o aluguel de carros de uma forma isolada, quando ele faz parte, talvez, de um orçamento, como você comentou, de umas férias que envolvem todos esses outros atributos que eu comentei.

E, de fato, eu acho que o nosso mercado, o aluguel de carros, ainda está atrás desses outros componentes que consolidam o orçamento dessas pessoas.

[Palestrante 12]

Perfeito. Muito obrigado. Bom dia a todos.

[Palestrante 3]

Nossa próxima pergunta vem do Sr. Guilherme Mendes, do JP Morgan. Por favor, Guilherme, seu microfone está liberado.

[Palestrante 8]

Oi, pessoal. Mosca T.L. e Dani, obrigado pelo espaço aqui. Bom dia a todos.

Mosca, primeiro, um follow-up aqui na pergunta do Gasparetti em relação ao RAC. Só para confirmar o entendimento, você falou que talvez a principal alavanca agora no RAC seria a melhora da ocupação, não necessariamente em detrimento de repasse de tarifa, que seriam duas coisas que andariam juntos, mas talvez mais upside na ocupação. Se confirmasse realmente esse entendimento correto, e pensando especificamente no repasse de preço, eu acho que o número que a gente viu no 3Q tem uma combinação de mix e repasse na mesma base.

Tentando quebrar esse efeito nessas duas vertentes, olhando para a frente, você vê ainda muito espaço para esse repasse de preço na mesma base, sem uma mudança de mix. E um segundo ponto aqui, pensando para 26, esse ano realmente a gente viu um ano de melhor operacional, live lead management, desalavancagem. Se faz sentido pensar em 26 como um ano de crescimento de frota vis-à-vis 25.

Obrigado.

[Palestrante 1]

Bom dia, Gabriel. É o Moscatelli. Obrigado pela participação e pelas perguntas.

Eu vou começar aqui sobre o Rent a Car. De fato, a alavanca para melhorar de rentabilidade através da ocupação, ela é bastante clara e objetiva. A gente está com 72% de ocupação no último trimestre.

Na nossa visão, isso deveria estar próximo de 77%, 78%. E com a frota que a gente tem, isso dá quase 5 mil carros a mais alugados todo dia com essa tarifa que está aí. Então, é fácil de fazer a conta e ver o potencial que tem de melhora na rentabilidade só através da ocupação.

Agora, o preço não fica em segundo plano. Pelo contrário, ele está de forma prioritária junto com a ocupação porque a gente continua com a taxa de juros no patamar que está, a gente continua vendo o preço de carro de zero quilômetro subindo. Então, o repasse de preço é de fato uma questão de sustentabilidade do business, do setor.

Então, o setor precisa continuar com esse repasse de preço frente a, como eu comentei, a taxa de juros e ao preço do carro zero quilômetro que não parou de subir. Então, eu acho que não é primeiro e segundo, eu acho que os dois são em primeiro. Com relação a mix para o ano que vem e repasse de preço, eu acho que você pode considerar o mesmo avanço de preço que a gente teve esse ano para o ano que vem com o mesmo mix, para ficar talvez bastante claro e objetivo.

Eu não vejo muita mudança e razão para a gente mudar o mix nesse momento, entre eventual e mensal. Agora, o repasse de preço nesse mesmo mix deveria ser pelo menos na mesma proporção que a gente teve esse ano. Por último, você comentou sobre crescimento para o ano que vem.

Eu, com o cenário que a gente tem hoje e de forma, acho que, bastante cautelosa, porque neste momento a cautela gera muito valor, eu não vejo razão para a gente colocar mais risco na companhia. Então, colocar mais frota neste momento, com a taxa de juros ainda onde está, eu acho que a gente adiciona um risco desnecessário. Então, por enquanto, e com a visibilidade que eu tenho, a gente vai continuar direcionando toda a geração de caixa para a desalavancagem da companhia, que na minha visão é a melhor geração de valor que a gente tem para fazer, combinado, obviamente, com o ROIC que a gente vem gerando.

[Palestrante 8]

Não, ficou claro. Só me confundiu com o meu concorrente aqui, mas para isso ficou bastante claro. Obrigadão e bom dia para a semana.

[Palestrante 3]

A próxima pergunta vem do Sr. Alberto Valério, do UBS. Por favor, Alberto, seu microfone está liberado.

[Palestrante 9]

Bom dia, obrigado pela oportunidade, bom dia a todo mundo. Tenho duas aqui do meu lado também. A gente está falando aí também de ocupação, da prota operacional.

Também tem a prota operacional versus prota total. Gostaria de saber se teria como reduzir um pouquinho essa diferença, você já reduziu nos crises passados, imagino que tem logística aí no meio, mas agora com a frota mais estável, você falando um pouco menos de crescimento, se teria como reduzir esse ratio aí de frota total do fim do período para a frota operacional. E o meu segundo ponto seria sobre o balanço, o Moscatelli e Daniela.

Se vocês pudessem também falar um pouquinho do planejamento para os próximos crises, para o próximo ano. Vocês fizeram um ótimo trabalho de capital em outubro, há uma taxa muito boa. O que a gente pode esperar aí para o restante?

Tem o fornecedor no quarto trick, vocês mencionaram na apresentação, e também tem as amortizações do ano que vem aí na frente. Obrigado.

[Palestrante 1]

Bom dia, Alberto. Antes de começar a te responder, só vou pedir desculpa aqui para o Guilherme, que eu chamei de Gabriel, mas não se preocupa não, eu sabia que era você aqui, isso foi falha minha, então peço desculpas. Voltando aqui para você, Alberto.

Sem sombra de dúvidas, quando a gente olha a rentabilidade da companhia, a gente olha a ocupação total da frota. A ocupação operacional é um dado que o mercado acompanha bastante, mas do ponto de vista de alocação de capital, sem sombra de dúvidas, a melhor forma de olhar é a frota total. A gente desmobilizou um pouco mais de carro para antecipar um pouco as vendas e estoque para o time de seminovos.

A gente sabe que dezembro não é o melhor mês para vender carros seminovos, nem dezembro, nem janeiro. Então a gente antecipou um pouco isso para dar mais fôlego para outubro e novembro serem meses bons e a gente fazer frente ao que a gente se planejou de vendas para o trimestre. Então, sim, a gente está encobido de melhorar a taxa de ocupação total e ela vai vir dessas duas formas, otimização do estoque de seminovos, mas que foi

feita de uma forma planejada, mas a maior parte através da ocupação operacional que vai impulsionar as duas ocupações.

Com relação ao balanço que você comentou, acho que a Daniela e o time fizeram um excelente trabalho ao longo do ano. A gente praticamente tirou todos os vencimentos que tinham em 26 e reduziu já um pouco de 27. Hoje tem cerca de 2,3 bilhões de vencimentos em 26 e a gente tem um pipeline aqui para liquidação até o final do ano, 1,9 bilhão em duas operações.

A receptividade no mercado bancário está muito boa, a gente não tem visto problema e nem restrição de captar dinheiro, pelo contrário, e acho que, sem soma de dúvidas, a performance que a gente tem divulgado tem ajudado bastante essa agenda também de captação de dívida. Então, você perguntou o que tem para o final do ano, acho que por volta de 1,9 bilhão pelo menos, que já estão bem avançados, e isso vai fazer com que a gente limpe praticamente todos os vencimentos do ano que vem e comece o ano já pensando em 2027.

[Palestrante 12]

Obrigado.

[Palestrante 3]

A próxima pergunta vem do Sr. Rogério Araújo, do Bank of America. Por favor, Rogério, seu microfone está liberado.

[Palestrante 5]

Olá, bom dia, Moscatelli e Daniela. Obrigado pela oportunidade. Se vocês pudessem comentar um pouquinho sobre a recorrência de alguns itens, sobretudo de custo, o primeiro deles com relação ao crédito de piscofins, a gente viu representando 10,1% de receita bruta de aluguel, e se pudesse falar um pouquinho se isso volta para o ano de 2025 e a razão pela qual ela tem aumentado.

O segundo ponto, com relação àquela linha de outros custos da abertura do ITR, veio em 13 milhões, e é uma média de mais ou menos 30 que a gente vê nos dois últimos anos. E, por último, a gente estimou aqui um ganho com recompra de bonde de 27 milhões, se faz sentido esse número, e o que esperar para frente também. Muito obrigado.

[Palestrante 1]

Oi, Rogério, bom dia, é o Moscatelli aqui, obrigado pela participação e pelas perguntas. Eu vou começar respondendo, se eu perdi alguma anotação aqui, você me faz um follow-up, por favor. Primeiro, o crédito de piscofins.

A gente, no final do ano passado, a gente fez uma mudança societária dentro das empresas subsidiárias da Movida para juntar dois CNPJs com o objetivo, além de uma melhora em simplificação operacional, mas também de uma maior eficiência tributária, que é o que você está vendo agora. Então, você viu ao longo do ano de 2025 um crédito um pouquinho maior do que o ano passado, mas é decorrente dessa mudança societária que a gente fez no ano passado de juntar dois CNPJs, um estava tomando crédito e o outro estava pagando piscofins. Então, essa junção das duas empresas, dos dois CNPJs, trouxe esse benefício que é recorrente em todos os trimestres de 2025 e vai ser também daqui para frente.

O segundo ponto, com relação a linha de outros, ela tem alguma volatilidade, às vezes alguma provisão jurídica, alguma reversão de bônus. Então, aqui você viu no primeiro tri, tem 36 milhões, no segundo tri tem 1 milhão, agora voltou para 13 milhões. Então, tem uma certa volatilidade, mas se olhar no P&L inteiro, é pouco representativo.

Então, depois se você quiser mais algum disclaimer do que tem dentro, o time de RI passa para vocês aqui sem problema nenhum. E o terceiro, a questão do JCP. Acho que eu comentei na primeira pergunta que fizeram, na segunda.

A gente, de fato, acho que estava um pouco atrasado em algumas iniciativas de melhorias de base fiscais. E essa é uma. A gente fazia praticamente sempre a distribuição por dividendos e não tomava todo o benefício do JCP.

E a gente decidiu mudar, assim como o concorrente faz, para ser talvez mais fácil de entender, a gente também vai fazer tudo através do JCP e com isso ter uma alíquota quase que compatível do concorrente e muito menor do que a gente vinha tendo. Nossa alíquota média anterior era de 32%. Agora a gente teve que navegar entre 18% e 20%.

Então, daqui para frente, você vai ver essa alíquota também e pode considerar ela no quarto triplo ou no que vem também.

[Palestrante 5]

Obrigado, Moussa Cantera. E se puder, só a parte de potencial recompra de bond, a gente fez um cálculo baseado na média do desconto de face value. Chegamos a 27 milhões de potenciais ganhos no trimestre.

Se faz sentido esse número e se a companhia deve continuar recomprando, aí se vê essa oportunidade. E se eu puder um follow-up também do crédito de piscofins, você falou de uma mudança societária juntando dois CNPJs, mas só para entender, quando a alíquota fica acima de 9,25, você cria um crédito fiscal que você não utiliza? Ou você consegue utilizar para fins de imposto de renda ou qualquer outro imposto que não seja piscofins?

Obrigado novamente.

[Palestrante 1]

Oi, Rogério. Dos bonds, o valor não faz muito sentido não. Na verdade, o terceiro trimestre foi o trimestre que a gente menos conseguiu fazer recompras, não só no mercado externo, mas no mercado interno também, porque os spreads reduziram muito no secundário.

A gente viu os spreads muito abertos no comecinho do ano, que a gente comprou um pouco mais. Agora, no terceiro trimestre, eles fecharam praticamente ao valor da emissão, ao preço da emissão. Então, esse valor não faz muito sentido.

Depois a gente pode conciliar com você. Mas foi o menor trimestre de recompras que a gente fez durante o ano. O segundo ponto, sim, a gente aproveita, mesmo estando acima de 9,25, a gente tem aqui crédito sob insumo de manutenção, sobre a própria depreciação fiscal que você conhece mais, e a gente aproveita, e o que sobra fica como crédito a recuperar, mas com o nosso giro do ativo e a compra do carro estar com ticket mais de maior, você acaba aproveitando quase tudo.

Então, também, se depois quiser um pouco mais de detalhe, a gente também está disponível aqui para fazer todos os pontos de ações com você. Mas, de toda forma, uma brigada por esses pontos menores, que ajudam a esclarecer as dúvidas de muita gente.

[Palestrante 11]

Obrigado.

[Palestrante 5]

Perfeito. Muito obrigado.

[Palestrante 3]

Isso conclui a sessão de perguntas e respostas de hoje. Gostaria de convidar o Sr. Gustavo Moscatelli para prosseguir com suas observações finais. Por favor, Sr. Gustavo, fique à vontade.

[Palestrante 11]

Bom, queria encerrar a nossa conferência de resultados do terceiro trimestre.

[Palestrante 1]

Não poderia deixar de começar agradecendo novamente a todas as pessoas que estão comigo aqui no dia a dia, fazendo essa empresa ser cada dia melhor, atendendo os clientes e mudando, de fato, a percepção do serviço que a gente presta, que é a base de todos os resultados que a gente dividiu com vocês. Além disso, queria reforçar que a gente está muito focado e acho que a gente entrou num processo de disciplina na execução que tem trazido benefícios, como vocês podem ver, em todas as linhas de negócio. A estabilização do volume de venda dos seminovos, a margem dos seminovos estável, a gente não tem pressão na compra de carro, na venda.

Então essa companhia, essa nova companhia, com muito mais estabilidade, tem trazido para nós uma visão muito mais clara das alavancas que a gente ainda não explora para aumentar a geração de valor. E essa é a prioridade da companhia como foi nos últimos anos e vai continuar sendo no quarto trimestre e no ano de 2026. Então, por último, novamente, muito obrigado a todos.

A companhia está 100% disponível para qualquer dúvida que tenha restado. O time de RI está aqui totalmente disponível e a gente se encontra na conferência do quarto semestre. Mais uma vez, obrigado e bom dia a todos.