

TELECONFERÊNCIA DOS RESULTADOS DO 2T25

Operadora:

Bom dia e bem-vindos à teleconferência da Movida para a discussão dos resultados referentes ao 2T25.

Estão presentes hoje conosco os senhores Gustavo Moscatelli, CEO, Daniela Sabbag, CFO e IIO.

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 elas serão respondidas pela administração durante esta 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.

For those that don't speak Portuguese and want to listen to this presentation in English, it is possible by pressing the Interpretation button, presented on the bottom right corner of the platform and choosing the language properly.

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.

Gustavo Moscatelli:

Bom dia a todos e sejam muito bem-vindos à teleconferência de resultados do 2T25 da Movida. Gostaria de começar agradecendo a nossa gente, mais de seis mil colaboradores, pela eficiência, dedicação e qualidade na execução das entregas dos resultados do 2T deste ano.

Começando com o slide três, gostaria de destacar o principal pilar que tem impulsionado a transformação dos resultados da Movida e transformado a Movida como referência no setor de aluguel de carros no Brasil. Elevamos significativamente o nosso padrão de atendimento, sendo reconhecido diretamente pelos nossos clientes.

Conquistamos o prêmio NPS, da Opinion Box, a maior pesquisa de satisfação de clientes do Brasil, consolidando nossa reputação no mercado. E, além disso, conquistamos também o Selo RA1000 do site da plataforma Reclame Aqui. Estamos investindo constantemente na experiência dos clientes, combinando inovações digitais e melhorias nas lojas físicas. Lançamos o Totem de Autoatendimento, que é uma inovação no setor, e o sistema de senhas de espera, que tem contribuído com uma redução de 30% no tempo de espera do cliente nas lojas para retirar seu carro.

Um dos focos principais é o investimento no desenvolvimento dos nossos colaboradores. Desenvolvemos treinamentos focados em transformar cada interação em uma experiência única e personalizada para os nossos clientes. Como resultado, conquistamos 322 mil novos clientes apenas no 1S, com um crescimento expressivo de 25% no mês de junho de 2025, comparado com junho do ano anterior.

Por fim, reforçamos nosso novo posicionamento de marca, com uma campanha de marketing focada na melhor experiência do cliente, reforçamos nosso novo posicionamento de marca, com uma campanha de marketing focada na melhor experiência do cliente, reforçando nossos diferenciais. Essas iniciativas refletem nosso compromisso contínuo com a inovação, a qualidade e a satisfação dos nossos clientes.

Passando para o slide quatro, 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 15% no 2T25, frente ao 2T do ano passado, alcançando uma tarifa consolidada de R\$ 154.

A segunda, é que seguimos em um patamar elevado de precificação no GTF, com novos contratos tendo *yield* médio de 3,5% ao mês, frente a 3,2% no mesmo período de 2024. A terceira iniciativa refere-se à alocação de capital em contratos de longo prazo. Mantivemos, no 2T, 60% do imobilizado bruto da Companhia no segmento de GTF. Essa iniciativa trará mais previsibilidade e resiliência nos resultados consolidados e na geração de caixa da Companhia.

A quarta iniciativa é a melhoria contínua na otimização da gestão de custos e despesas. Desta forma, conseguimos manter nossas margens de EBITDA em patamares recordes. No *rent a car*, atingimos 68,7% de margem de EBITDA, e no GTF 76,1%. Esses resultados mostram uma melhora na eficiência operacional da Companhia como um todo. Por último, demos continuidade na boa performance de seminovos. No 2T, vendemos 25.917 carros e mantivemos níveis estáveis na margem EBITDA do segmento, em cerca de 1,1%.

Agora, vou seguir com a apresentação dos resultados consolidados, seguindo para o slide número cinco. 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 negócios nos levou a uma verdadeira transformação dos indicadores de rentabilidade no decorrer do ano. No 2T, atingimos uma receita líquida de R\$ 3,7 bilhões, EBITDA recorde de 1,4 bilhão e um EBIT recorde também de 785 milhões. Obtivemos um lucro líquido de R\$ 68 milhões, um aumento de 59% versus o 2T do ano passado.

Com isso, entregamos o melhor ROIC dos últimos dois anos no patamar de 12,7%, que se manteve em expansão, tendo avançado 1 p.p. frente ao mesmo período de 2024 e 4,7 p.p. 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 na receita líquida de locação tivemos um crescimento de 18%, sendo, esta, a maior reportada na história da Companhia.

No mesmo período, o EBITDA e o EBIT de locação cresceram 21% e 22% 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, passando para o slide número seis, 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. No 2T, a margem EBITDA recorde no RAC chegou a 68,7% e no GTF a margem continua elevada em 76,1%, 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 sete, apresentamos a evolução da depreciação de nossos ativos. No *rent a car*, a depreciação analisada por carro operacional no 2T foi de R\$ 6,7 mil por carro ao ano. Este valor está em linha com os últimos cinco trimestres, atingindo o patamar estável e saudável da taxa de depreciação do *rent a car*, 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 analisada por carro no 2T foi de R\$ 10,7 mil por carro, com taxa de depreciação média em GTF estabilizada entre 9% e 10% ao ano, com aumento gradual no valor do carro devido à renovação dos contratos com média de três anos.

Passando agora para o slide oito, vou dar maior abertura a uma das principais estratégias do 2T25 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 2T foi de R\$ 154, 15% superior ao preço do 2T do ano passado.

Na comparação semestral, a variação foi ainda maior, 18%, chegando em uma tarifa consolidada de R\$ 156. 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% no 2T deste ano, o nosso maior patamar de *yield*, sendo ele na sazonalidade mais baixa do ano.

A melhoria contínua na qualidade de 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 maior elasticidade de preço e demanda. Dessa maneira, o produto eventual representou 43% do volume de diárias do *rent a car*, um crescimento de 8 p.p. frente ao mesmo trimestre do ano passado.

Agora, passando para o slide número nove, trouxemos os resultados financeiros consolidados da Movida. A receita líquida foi de 3,7 bilhões, uma evolução de 7,1% frente ao 2T do ano passado. Já a receita de locação cresceu 17,7%. Ressaltamos novamente que a nossa frota cresceu apenas 4% na comparação anual, o que demonstra ganhos de produtividade em nossa

operação. O EBITDA alcançou 1,4 bilhão no trimestre, uma expansão de 20% versus o trimestre do ano anterior e 23% ao comparar o 1S de 2024 e 2025.

Já o EBITDA de locação apresentou um crescimento ainda maior, de quase 21% em relação ao trimestre do ano anterior e 25% na comparação semestral. Como já comentei anteriormente, as margens EBITDA continuam em patamares recordes. Isso demonstra nossa assertividade em todas as ações que implantamos nos últimos tempos, em todas as linhas de locação.

O EBIT no 2T foi de 785 milhões, expandindo 25,2% frente ao mesmo período do ano anterior. Gostaria de destacar, mais uma vez, o nosso lucro líquido deste trimestre, que foi de R\$ 68 milhões, uma expansão de 59,1% frente ao 2T de 2024 e R\$ 146 milhões no 1S, expandindo 60% em relação ao 1S de 2024.

Seguindo agora para o slide número 10, 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 12,7% no 2T deste ano, uma importante evolução de 4,7 p.p. em relação a 2023. Este resultado mostra uma continuidade da expansão da geração de valor aos acionistas, superando o custo da dívida em 3,1 p.p., sendo o melhor retorno dos últimos dois anos. Esta evolução, combinada às ações em andamento, como recomposição do preço, 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 a prévia do resultado de seminovos do mês de julho. Mantivemos o volume de vendas e de margem EBITDA dos últimos 18 meses, mostrando alta previsibilidade e consistência no segmento de seminovos. No mês de julho, o faturamento de seminovos foi de R\$ 572 milhões, com margem de EBITDA de 1%, o que demonstra o amadurecimento da escala de eficiência operacional em todas as etapas do ciclo do ativo.

Esse desempenho está baseado no posicionamento diferenciado e único no setor. Temos menos de 27% do nosso imobilizado relacionado à redução do IPI que ocorreu recentemente. Além disso, a idade média do carro que disponibilizamos para venda é de cerca de 21 meses, o que faz com que a diferença de preço para o mesmo modelo de carro 0km continue elevado entre 15% e 20%, mantendo a atratividade do nosso produto.

Outro ponto importante é a estabilidade no volume de vendas necessária para a Companhia continuar com esse nível de eficiência, tirando qualquer pressão de crescimento de vendas de seminovos e de abertura e investimento em novas lojas. Por último, trouxemos a evolução da tabela FIPE do nosso estoque de carros, onde mesmo depois do anúncio da redução do IPI, tivemos uma apreciação de 0,04% no último mês e uma média mensal de desvalorização no ano de 2025 de 0,3% versus 0,8% em 2024, o que demonstra claramente a assertividade no mix de compra e na gestão do ciclo inteiro do ativo.

Agora, eu vou passar a palavra para a Daniela.

Daniela Sabbag:

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\$ 3.428,00 por mês no 2T, crescimento de 11% frente ao mesmo período do ano passado, e R\$ 3.382 por carro no acumulado de 2025, expandindo 9% em relação ao mesmo período de 2024. Também destacamos que foi a melhor performance de um 2T versus 1T, com crescimento de 2,7%. Lembrando que o 1T é de alta sazonalidade e o segundo é de baixa

sazonalidade. Essa evolução, combinada à otimização do capital investido na operação, nos levou a uma expansão significativa do *yield*, recorde de 4,3% ao mês, no 2T25, versus 4% no 2T do ano passado.

No slide 14, avançamos nos indicadores de RAC. A receita líquida foi de 843 milhões no trimestre, uma expansão de 12,6% em relação ao mesmo trimestre do ano passado. A frota média operacional expandiu apenas 1% na mesma comparação, chegando a 91 mil carros no 2T25. O EBITDA foi de 580 milhões, um crescimento de quase 20% frente ao 2T24. A margem EBITDA alcançou um novo patamar de rentabilidade, sendo 68,7% a melhor margem já reportada pela Companhia, com expansão de 4 p.p. Como consequência, o EBITDA por carro seguiu expandindo e totalizou R\$ 2.122,00 por mês neste trimestre. Um crescimento de 18,5% frente ao ano passado e 13,9% no acumulado do ano, chegando a R\$ 2.043,00 por carro.

Passando para o próximo slide, número 16, temos os indicadores operacionais de gestão e terceirização de frotas. Fechamos o 2T25 com a frota total de cerca de 142 mil carros, um crescimento de 3,4% frente ao 2T24. Nosso *backlog* de receita futura totalizou 7 bilhões no 2T25, crescendo 10% 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 60% do nosso imobilizado em 2025.

No slide 17, passamos para os resultados financeiros de GTF. A receita líquida foi de 996 milhões este trimestre, crescendo 22% frente ao 2T do ano passado, enquanto a frota operacional expandiu em uma velocidade muito inferior, 6,6% na mesma comparação. Tivemos, portanto, um novo aumento sequencial na receita mensal por carro, que atingiu R\$ 2.949,00 no 2T25, aumentando 14,2% ano contra ano. Na comparação semestral, a evolução foi de 16,8% frente a 2024.

O EBITDA deste trimestre apresentou um crescimento de 22,2% versus o mesmo período do ano passado, chegando a 757 milhões, elevando a margem EBITDA do segmento a 76,1%. Consequentemente, o EBITDA por carro também apresentou resultados crescentes no 2T25, com uma média de R\$ 1.999,00 por mês, o que representa um aumento de 14,7% frente ao 2T24. Na comparação semestral, a evolução foi de 18,8% frente a 2024.

A seguir, no slide 19, apresentamos os indicadores de seminovos. Seguimos com uma performance saudável na operação, com uma venda de 25,9 mil carros no trimestre, uma evolução frente ao 1T25 e de quase 51 mil carros no acumulado do ano. Desde o 1S24, temos apresentado um volume de vendas em torno de 51 mil carros por semestre, volume bastante estável, e reforça a maturidade da escala da Companhia nos últimos dois anos.

A receita líquida foi de 1,8 bilhão no 2T. No acumulado do ano, a receita foi de 3,5 bilhões, um crescimento de 3,6% em relação ao mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA se manteve em níveis estáveis ao longo dos últimos cinco trimestres, sendo 1,1% no 2T25. Importante ressaltar nesse slide que a continuidade do patamar de volume de vendas dos últimos 18 meses garante a manutenção da idade média da frota em níveis adequados e previsibilidade da operação.

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. O percentual de carros *hatches* em nosso estoque expandiu sequencialmente mais uma vez, passando a representar 72% do nosso estoque neste trimestre, o que continuará contribuindo para a melhoria no giro do ativo nos próximos meses.

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 cronograma de vencimentos das dívidas e a abertura dos vencimentos trimestrais de 2025 e 2026. Gostaria de ressaltar que temos um cronograma extremamente equilibrado, sem nenhuma concentração relevante nos próximos dois anos. Nossa posição de caixa no 2T foi superior a 3,4 bilhões, suficiente para cobrir mais de 70% do pagamento da dívida bruta até o final de 2026. A dívida bruta no 2T25 totalizou 19,2 bilhões. A dívida líquida atingiu 15,8 bilhões, com custo médio de CDI + 2% ao ano e prazo médio de 3,4 anos.

Gostaria de reforçar nosso amplo acesso a linhas de crédito, com captações que atingiram 3,2 bilhões no acumulado do ano. Além do mix de carros, nós temos um posicionamento diferenciado devido à diversificação de marcas e modelos de maior liquidez. Lojas instaladas em pontos estratégicos, canais de vendas equilibrados entre varejo e atacado e investimento em marketing que estimula o varejo.

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 e EBITDA chegou ao seu menor patamar nos últimos dois anos, 2,9 vezes EBITDA no 2T25, seguindo uma trajetória descendente, sendo 0,3 vezes inferior ao do 2T24.

Se anualizarmos os resultados do 2T25, a alavancagem seria de 2,7 vezes. Além disso, nosso indicador de cobertura de juros, EBITDA LTM, sobre a despesa financeira líquida, se manteve no patamar dos últimos três trimestres, chegando a 2,5 vezes. Ao lado direito, no gráfico de cronograma de pagamento de fornecedores, é importante ressaltar que o saldo de fornecedores passou de 5,1 bilhões em 2024 para 4,2 bilhões no 2T25, uma redução de 873 milhões no período. Além disso, temos 3,5 bilhões de pagamentos remanescentes em 2025, e vale destacar que esse é o mesmo montante da nossa receita de seminovos no 1S deste ano.

Vou passar agora a palavra novamente ao Gustavo Moscatelli para a conclusão da apresentação.

Gustavo Moscatelli:

Obrigado, Daniela. Para finalizar, no slide 24, gostaria de trazer os principais pilares estratégicos da Companhia para o 2S25. Vou começar destacando o reconhecimento como a Empresa com o melhor NPS no segmento em 2025, segundo a Opinion Box, a maior pesquisa de NPS do Brasil. Esse prêmio reforça nosso compromisso com a excelência no serviço a ser entregue aos nossos clientes.

O segundo pilar refere-se à eficiência operacional. Seguimos com as melhores margens do setor, entregando 68,7% no *rent a car* e 76,1% no GTF. Continuamos com a recomposição no preço nas diárias do *rent a car*, com crescimento de 15% frente ao trimestre do ano passado, e ainda ganhamos representatividade nas diárias do produto eventual, agora com uma participação de 43%.

Também seguimos com estabilidade na venda de carros seminovos, tanto em volume quanto na margem, que encerrou o semestre com 1,1%. O nosso retorno sobre capital investido atingiu 12,7%, refletindo nossa capacidade de gerar valor aos acionistas. Isso é resultado de foco contínuo na extração da geração de valor em todas as etapas do ciclo dos nossos ativos.

Com relação à alocação de capital, mantivemos 60% do nosso imobilizado bruto no segmento de GTF, o que contribui para uma performance com alta previsibilidade. Temos o melhor *yield*

mensal do *rent a car* com 4,3% e um *yield* de 3,5% no GTF. Gostaria de reforçar que o foco na elevação do nível de serviço tem gerado fidelização e expansão da nossa base de clientes. Nos últimos seis meses, conquistamos 322 mil novos clientes no *rent a car*, o que demonstra a força da nossa proposta de valor.

Esses pilares – cliente, eficiência, retorno e alocação de capital – mostram como a Movida combina excelência operacional com foco no cliente para gerar rentabilidade sustentável e valor de longo prazo. Como mensagem final, gostaria de reforçar nosso entusiasmo com as entregas da Companhia. Esses resultados nos dão confiança para continuarmos trabalhando com muita assertividade na execução do nosso planejamento estratégico e com foco para seguirmos evoluindo em excelência operacional ao mesmo tempo em que buscamos extrair o máximo de valor de todos os nossos ativos. Isso possibilitará promovermos a geração de valor adequada aos nossos acionistas, com a satisfação dos nossos clientes, garantindo o desenvolvimento sustentável dos nossos negócios.

Estou confiante de que estamos no caminho certo e temos ainda muito o que entregar. Agradeço novamente a nossa gente pela dedicação e por tudo 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.

Sessão de Perguntas e Respostas

Lucas Marchiori, BTG Pactual:

E aí, pessoal, bom dia. Na verdade, tenho mais dúvidas aqui sobre o programa do IPI e obrigado pelas informações sobre esse tópico em específico. Primeiro, vocês comentaram que o carro médio de vocês está com esse *gap* de 15%, 20% versus o preço do novo das respectivas categorias. Vocês não viram por enquanto um efeito cascata, eventualmente o novo cai, os carros intermediários e consequentes vão caindo junto, de forma a ter algum tipo de ajuste no preço usado dessas categorias daqui para frente também?

Eu fiquei curioso com esse dado do estoque médio de vocês subindo aqui, foi pouco, mas ficou de lado, subiu um pouco no mês, queria entender um pouco essa dinâmica: como está passando esses efeitos do IPI no estoque de frota de vocês? E, por último, pergunta mais rápida aqui: se dentro do próprio programa vocês imaginam acelerar a compra, dado que você vai poder eventualmente, imagino, comprar carro com desconto também, o que isso muda um pouco a estratégia de CAPEX de vocês? Se vocês puderem explicar isso, acho que seria legal. Obrigado, pessoal.

Gustavo Moscatelli:

Oi, Lucas, é o Moscatelli. Bom dia, obrigado pelas perguntas! Eu vou começar pela questão do IPI que você comentou. O nosso estoque, como você viu na apresentação, ele teve uma apreciação de 0,04% no mês de julho. Isso é uma questão muito ligada à estratégia que nós adotamos nos últimos dois anos de mudança de mix da frota. Você lembra bem toda a mudança que nós fizemos no mix da frota, era uma frota com ticket médio de R\$ 95 mil, nós a reduzimos para R\$ 79 mil. E o IPI, dado o ciclo do nosso ativo hoje, que está principalmente no *rent a car*, disponibilizando o carro com 21 meses de idade média, ele de fato não teve esse efeito cascata que você comentou.

O 3,27%, ou qualquer percentual próximo a isso que teve de redução em alguns carros de entrada, ele ainda mantém uma distância muito relevante para o carro que nós estamos disponibilizando para venda, nós até comentamos ali entre 15% e 20%. E isso entra numa questão de *affordability* para os clientes. Cliente de fato, que compra um carro de R\$ 58 mil, R\$

59 mil, que é o carro de entrada nosso no varejo, o carro zero quilômetro é por volta de R\$ 71 mil, R\$ 72 mil, com IPVA e documentação no carro zero quilômetro.

Então, é uma questão de *affordability*, dado também a taxa de juros, ele não consegue sair deste carro seminovo que nós estamos vendendo para o mesmo carro novo. Então, nós não sentimos isso, não sentimos esse efeito cascata até o momento, por isso que eu acho que a performance de julho também se mostrou bastante estabilizada, tanto em volume, o faturamento praticamente igual e a margem EBITDA também em 1%, que é o que nós temos como *target*.

Com relação ao CAPEX que você comentou, sem sombra de dúvida isso gera uma oportunidade de você melhorar seu fluxo de caixa futuro, dado que o CAPEX unitário desses modelos específicos vai ser menor. Agora, você não pode fazer isso deliberadamente, porque a consequência disso é você colocar mais pressão na venda dos seminovos. Você tem que forçar a venda para entrar no novo carro. Então, dado que o mercado também não está fácil, nós estamos olhando isso com bastante cautela. O programa vai até dezembro de 26. Então, provavelmente até dezembro de 26 nós devemos trocar a maior parte da frota do *rent a car*.

Então, não precisa ter nenhuma corrida desenfreada aqui e atropelar as coisas. Eu acho que o planejamento está muito bem-feito, bem detalhado e acho que o rigor na execução é o que tem feito a diferença. Mas nós estamos olhando isso também pontualmente como uma oportunidade. Se ficou alguma dúvida, fica à vontade, Lucas. Mas, de qualquer forma, obrigado.

André Ferreira, Bradesco BBI:

Oi, bom dia, pessoal, obrigado pelo espaço, parabéns pelo resultado. Eu tenho dois temas aqui, o primeiro do lado de custos. Eu queria entender alguns pontos aqui. Primeiro, o que mais contribuiu para a queda de 9%, mais ou menos, nos custos sem depreciação do RAC Brasil?

Do lado de GTF, se vocês puderem comentar o que mais pesou para o aumento de 38% no SG&A do GTF. E o segundo tema, voltando ao ponto do IPI, logo depois do anúncio, muitas montadoras anunciaram descontos que, à primeira vista, são maiores do que o corte de IPI esperado em si. Só que nós recebemos o *feedback* da indústria de que eles incluem também bonificações de diversas formas que já refletiam no preço praticado, então eu queria entender com vocês qual a visão do que realmente deve acontecer com o preço praticado dos carros e a que nível de impacto em preço, conforme os meses vão passando, vocês considerariam um *impairment* na frota? Esses dois pontos. Obrigado.

Gustavo Moscatelli:

Oi, André, é o Moscatelli falando aqui. Obrigado pelas perguntas e pela participação. Começando pela parte de custos dos dois segmentos que você comentou. No *rent a car*, você observou uma redução de custo, acho que entre 8% e 9% comparado com o trimestre do ano passado. E eu venho falando nos últimos *calls* que nós implantamos e vimos aprimorando um sistema proprietário nosso de controle e gestão de custos de manutenção que tem se mostrado muito eficaz. E nós vimos reduzindo o custo unitário de manutenção por carro todos os trimestres.

Então, isso é reflexo, principalmente, dessa ferramenta e desse novo modelo de gestão que nós adotamos no custo de manutenção do *rent a car*, e que está sendo implantado agora no GTF. Então, também tem uma expectativa daqui para a frente de colher frutos no GTF, assim como nós vimos colhendo no *rent a car*. Então, acho que tem uma *upside* aqui na margem do GTF, assim como você viu a margem do RAC indo para patamares recorde.

Agora no GTF, você comentou que o SG&A subiu 38% trimestre contra trimestre. Foi uma questão que no 2T do ano passado, nós tivemos uma reversão de PDD de um cliente específico,

era um cliente grande, nós fizemos uma negociação e ele pagou, nós tivemos uma reversão de PDD no ano passado que naturalmente não tivemos esse ano, foi uma questão de *one-off* do ano passado que nós não tivemos esse ano, então parece que o SG&A cresceu 38%, mas se olhar no detalhe das linhas, é uma questão só da provisão de PDD.

O último ponto sobre o IPI, André, acho que o IPI que teve recentemente, acho que, para nós, eu vejo isso de uma forma um pouco diferente do que você comentou. Eu não considero, com todas as informações que nós temos disponíveis hoje, razão para fazer *impairment*. E eu vou te dizer alguns fatores que acho que vai ficar claro para você. Primeiro que nós não temos hoje na Companhia nenhuma pressão em aumentar o volume de vendas que nós vimos executando.

Se olhar nos últimos oito trimestres, nós vendemos entre 8 mil e 8,500 mil carros por mês. E este é o patamar necessário que nós temos de volume de vendas para manter a idade média da frota do *rent a car* onde ela está hoje, que eu acho bastante saudável, entre 10 e 11 meses. Então, este é o primeiro ponto.

Segundo ponto é: o mix da nossa frota, como eu comentei na pergunta do Lucas, ele é um mix muito diferenciado no mercado hoje. Se olhar comparativamente com outras locadoras, o nosso mix é um mix único, com ticket médio do carro mais baixo, o que eu também já comentei, é uma questão muito relevante do ponto de vista de *afordability* do cliente. Ele não consegue, por mais que no preço do carro novo eu vi, sim, as montadoras abaixando o valor do IPI de 3,27, no seminovo esse efeito não ocorreu, dada a distância do preço entre o novo e o seminovo.

Por último, eu enxergo aqui ainda uma oportunidade de ganho de eficiência nos seminovos, dada essa estabilidade de volumes que nós temos e que nós vamos continuar nos próximos trimestres. Nós não pretendemos avançar nesse volume de venda de carros, a operação está estabilizada, nós estamos em voo de cruzeiro. A nossa missão aqui, dado que nós estamos em voo de cruzeiro, como é que nós extraímos o máximo de valor em todas as etapas do ciclo do ativo inclusive na de seminovos.

Então, provavelmente você vai ver daqui para frente ganhos ainda maiores de SG&A, aberturas de lojas pontuais para nós ganharmos um pouco mais de mix no varejo do que no atacado, mas não é uma questão de necessidade, é uma questão de oportunidade de melhorias contínuas. Então, não sei se ficou totalmente claro, mas qualquer coisa eu estou à disposição aqui, André.

Daniel Gasparete, Itaú BBA:

Primeiramente, obrigado, bom dia! São duas perguntas também. A primeira é tentar entender um pouco, Moscatelli, da sua visão em relação ao segmento do RAC, como é que você está pensando agora a estratégia em termos de tarifas? Você vê necessidade de aumentar ainda mais? Agora que o juros já estabilizou... enfim, como é que você está pensando tanto o mix quanto tarifa no RAC?

Segundo, a puxar um pouco do gancho do que você respondeu agora na pergunta anterior: então, implicitamente, o que você está querendo dizer é que o *spread* de comprimento tende a melhorar, você está querendo dizer que o carro novo até cai de preço, mas o preço do carro usado não cai, então implicitamente você está querendo dizer que o carro usado fecha um pouco do *gap* em relação ao carro novo. É mais para entender se é isso que você está vendo, que de fato abriu muito nos últimos anos e se isso de alguma forma deveria ser incorporado nas suas premissas de depreciação para frente, dado que, bem ou mal, é um *spread* de concorrência melhor? Obrigado.

Gustavo Moscatelli:

Bom dia, Gasparete. Moscatelli aqui. Obrigado pelas perguntas. Com relação à tarifa do RAC, eu estou bastante otimista com o 2S, dado o resultado de julho, especificamente. Mas o meu otimismo está atrelado à nossa principal estratégia dos últimos dois anos, que foi se diferenciar do ponto de vista de serviço para os clientes. Nós falamos bastante disso, foi até uma coisa diferente que nós trouxemos nesse material, nós trabalhamos forte nos últimos dois anos e nós já estamos colhendo os frutos disso, de diferenciar a nossa proposta de valor para os clientes e os clientes vêm reconhecendo isso.

À medida que o cliente vem reconhecendo isso, ele está sendo bastante flexível ao preço que nós temos praticado. Você viu, nós não caímos o número de volume de diárias mesmo tendo aumentado a participação do produto eventual, e conseguimos repassar 15% do preço. Então, o preço é uma questão de sobrevivência, dado o nível de taxa de juros, toda a volatilidade que tem no mercado, mas também do ponto de vista de proposta de valor para o cliente, o cliente tem percebido isso e tem sido adepto a esse novo patamar de preço.

Agora, julho, só para dar uma prévia para vocês, nós falamos de seminovos, mas julho foi o melhor julho da história da Companhia. Geralmente janeiro é o melhor mês do ano, pela primeira vez julho foi melhor que janeiro tanto em preço quanto em volume. Então, eu estou bastante contente com o que a Companhia entregou em julho e isso traz uma animação natural para o 2S, que geralmente já é melhor, dada a sazonalidade do 2S.

Então, não estou vendo problema aqui, nenhum *red flag* na tarifa, pelo contrário, eu acho que é a nossa obrigação e nosso dever continuar, primeiro, entregando um serviço diferenciado, para isso contribuir com uma tarifa mais elevada, que é necessária para a Companhia.

Seu segundo ponto sobre o *spread* de compra e venda, você está absolutamente correto. Acho que esse é um benefício que nós deveríamos capturar no fluxo de caixa da Companhia daqui pra frente. Nós ainda não estamos considerando isso nas taxas de depreciação, acho que é um pouco cedo, mas naturalmente, à medida que isso se tornar realidade e ganhar volume no P&L da Companhia, acho que esse pode ser um *upside*, sim, mas eu prefiro ser, como sempre, mais conservador nessa questão de depreciação, se for o caso, até começar a absorver um pouco mais de margem no final do ciclo do ativo, do que fazer alguma redução precipitada e depois ter que corrigir.

Mas a sua linha de raciocínio do *gap* entre compra e venda está absolutamente correto. Se ficou mais alguma dúvida, fique à vontade. Obrigado.

Guilherme Mendes, JP Morgan:

Oi, bom dia, Moscatelli e Daniela, obrigado pelo espaço aqui. Dois pontos também: o primeiro é no ROIC, nós falamos de algumas alavancas de preço, de custo, e nós vimos uma melhora importante aqui no ROIC *spread* neste trimestre. Eu queria pedir a vocês como vocês veem o ROIC *spread* de maneira sustentável, olhando 12 meses para frente, talvez?

E um segundo ponto é mais uma confirmação nessa questão de crescimento, CAPEX, frota. Moscatelli, você comentou que idealmente vocês beneficiariam também no programa do IPI de maneira cautelosa, mas isso ainda implica que a frota ficaria mais ou menos *flat* ano contra ano ou vocês veem algum espaço para aumentar a frota do ponto de vista líquido no ano? Obrigado.

Gustavo Moscatelli:

Oi, Guilherme, é o Moscatelli, obrigado pelas perguntas e pela participação. Com relação ao ROIC *spread*, eu acho que você tem observado uma melhoria contínua a todos os trimestres e o que eu acredito é que seja sustentável, com as informações e com a maturidade da Companhia hoje, buscamos algo entre 4,5 e 6 p.p. de *spread*. Então, acho que nós estamos

no caminho, nós estamos com 3,1 p.p. de *spread* hoje.

Essas melhorias que eu comentei, no mês de julho que eu já dei uma prévia aqui, o 2S, como eu estou vendo, acho que a expansão vai continuar nos próximos trimestres. Nós vamos, provavelmente, continuar nesse *trend* que nós estamos. E você vai ver isso atingir esses patamares, esse *range* entre 4,5 e 6 p.p. nos próximos 12, 18 meses, com certeza.

Com relação à frota, eu comentei bastante no começo do ano e no final do ano passado que a nossa estratégia para esse ano era manter a frota *flat*, com um foco grande na desalavancagem do balanço, dado o patamar de juros disponível hoje no país. E eu acho que assim nós temos feito, então a estratégia não mudou, a taxa de juros está em um patamar elevado e na minha visão, na visão da Companhia, acho que uma importante alavanca de geração de valor é a desalavancagem da Companhia através de geração de caixa e melhorias operacionais, trazendo mais retorno com a mesma base de ativos que nós temos hoje. Então, a estratégia não mudou, ela continua essa, de manter a frota *flat* com mais extração de valor e assim nós vamos fazer no 2S, como fizemos no primeiro.

Felipe Nielsen, Citi:

Oi, pessoal, bom dia! Obrigado por pegarem a minha pergunta. Parabéns pelo resultado. Acho que meus colegas fizeram boa parte das perguntas que eu tinha aqui. Eu tenho só mais duas aqui, uma relacionada ao *follow up* em relação à tarifa, volume, toda essa questão de elasticidade, mas puxando isso um pouco para a parte de competição: como que vocês têm visto a competição reagindo a essa puxada de vocês de conseguir segurar volume expandindo bastante a tarifa, se vocês têm, se a estratégia tem sido meio que atingir mercados que a competição não está atingindo hoje ou está até reduzindo ou se o foco aqui é do mercado inteiro seguindo a mesma tendência de vocês? Só para entender um pouquinho como que está essa dinâmica em relação à competição.

E acho que um ponto em relação à estrutura de capital, vocês têm 1,6 bi mais ou menos de dívida vencendo ao longo do resto de 25. Eu entendo que o EBITDA tem vindo bem forte, mas vocês têm também uma torre de fornecedores grande, queria entender só se vocês têm conversado com o mercado de dívida, como estão as negociações, custo médio, que vocês têm conseguido na margem, se vocês puderem dar uma cor nesse ponto. Obrigado.

Gustavo Moscatelli:

Oi, Felipe, é o Moscatelli falando. Obrigado pelas perguntas. Vou começar aqui com a questão do preço. Sem sombra de dúvidas nós temos tido um protagonismo no mercado com relação à recomposição de preço. Agora, esse protagonismo, como comentei, ele está embasado não numa discussão de preço por preço versus outra locadora, mas uma questão de se diferenciar do ponto de vista de prestação do serviço. Acho que essa é a base de nós termos conseguido aumentar preço sem perder volume. O nosso serviço hoje é diferenciado.

Nós somos uma Companhia que se diferenciou no mercado do ponto de vista de nível de serviço e isso tem feito nós aumentarmos, não só manter, mas aumentarmos a nossa base de clientes. Esse dado é bastante relevante: nós tivemos 322 mil novos clientes no *rent a car* no 1S, subindo o preço, como você viu, em 15%. Então, não é a questão de preço por preço, é uma questão de se diferenciar do ponto de vista de serviço. E eu acho que isso nós temos feito bem-feito, e temos sustentado o preço que a Companhia precisa ter para continuar sustentável com os resultados que você está vendo.

Do ponto de vista de estrutura de capital, como você comentou, nós temos 1,6 bi de dívida a vencer no segundo semestre, é um volume bastante baixo, dada a escala da Companhia hoje. Hoje nós temos três grandes negociações com o mercado de dívida em andamento, que somam

próximo de R\$ 4 bilhões, que devem ser concluídas nos próximos três, quatro meses. Essa não é uma preocupação nossa, pelo contrário. Acho que depois do resultado do 1T, que acho que o mercado como um todo, não só o de *equity*, mas o de dívida, viu que a Companhia, não só do ponto de vista operacional, mas de balanço, continua bastante robusta e tem melhorado todo o trimestre. A alavancagem com *trend* para baixo, agora nós soltamos com 2.9, a menor alavancagem dos últimos dois anos, e isso tem contribuído muito para as conversas com o pessoal de dívida.

Então, hoje nós temos até conseguido ser bastante seletivos do ponto de vista de custo e *duration* das dívidas marginais. Nós ainda não temos, para ser bem transparente, conseguido abaixar o custo médio da dívida nessas dívidas que nós estamos negociando, mas também não temos aumentado. Então, acho que o volume que nós precisamos para refinar a dívida do curto prazo e do médio prazo, acho que, de novo, dada a escala da Companhia, as conversas que nós temos em andamento, não é uma preocupação, pelo contrário acho que mostra que a Companhia está bastante sólida e com portas abertas, tanto no mercado local quanto no mercado internacional.

Eu acho que eu respondi tudo, se ficou faltando alguma pergunta, fica à vontade.

Rogério Araújo, Bank of America:

Olá, bom dia, Moscatelli, Daniela. Obrigado pela oportunidade. Eu tenho três bem pontuais aqui: a primeira com relação à linha de outras receitas e despesas operacionais, que nós vemos lá no ITR. Ela vem um pouco abaixo de 2 milhões, geralmente vem um pouco acima de 30 milhões, se tem algum não recorrente aqui explicando, se puderem dar alguma cor.

A segunda com relação ao custo implícito da dívida, nós pegamos a dívida do fim do trimestre, enquanto vocês tiverem despesa de dívida, nós calculamos CDI + 1,5 um pouco abaixo do 2. Tem algum efeito *on-off* aqui? Talvez seja um efeito do estoque da dívida mesmo aumentando durante o trimestre.

E a terceira é sobre os carros que vocês anunciaram que estão vendendo para a Automob: se é a mesma margem que vocês têm publicado, se é muito parecido esses carros que estão indo para a Automob, se tem alguma diferença, qualquer coisa que vocês conseguirem dar aí também ajuda. Muito obrigado.

Gustavo Moscatelli:

Oi, Rogério, é o Moscatelli falando, obrigado pelas perguntas. Na linha de outras receitas que você comentou, nós tivemos uma despesa de 1,6 milhão contra um crédito no 2T, no passado de 1,9 milhão. Na verdade, até piorou um pouco. Não sei se era bem esse o seu ponto, senão depois nós também podemos ir no paralelo com o time de RI e detalhar essa diferença aqui de uns 2 ou 3 milhões de reais para você.

Com relação ao custo implícito da dívida que você chegou em CDI + 1,5, nós divulgamos CDI + 2, talvez seja uma questão aqui porque o CDI + 2 nosso é *all-in*. Não sei se talvez você esteja considerando só a parcela de juros, nós consideramos todas as despesas para conseguir captar o dinheiro. Então, essa acho que é a visão mais completa. Por isso que nós divulgamos CDI + 2, e não CDI + 1,5, que talvez seja só a taxa mesmo da operação.

E por último, os carros que nós vendemos para a Automob são em condições igualitárias a qualquer outro grande comprador que nós temos no mercado. Isso é auditado, tem um comitê de auditoria com membros independentes. Não teria razão nenhuma para fazermos qualquer coisa diferente disso, então são exatamente as mesmas condições e de vez em quando até sai uma discussão aqui um pouco mais acalorada, querendo melhorar de um lado para o outro,

mas como é um negócio bastante sensível para nós, nós fazemos questão que seja exatamente nas mesmas condições.

Se ficou mais alguma dúvida, nós podemos tratar também. Obrigado.

Rogério Araújo, Bank of America:

Obrigado, Moscatelli. Se eu puder só um *follow-up* na relação dessa linha, o que entra exatamente? Porque se nós pegamos por trimestre, nos últimos três anos a grande maior parte dos anos está acima de 30 milhões. Só para entender o que entra nessa linha exatamente e a dinâmica para frente.

Gustavo Moscatelli:

Rogério, eu não tenho certeza, mas acho que tem uma tabela no ITS, se não tem, depois nós podemos abrir para você, não tem problema nenhum. Mas, nessa tabela entra desde rateio de despesas diversas da *holding*, entra alguma indenização que nós temos que fazer para algum cliente ou algum fornecedor por alguma questão judicial, entra alguma discussão que nós podemos ter tido de contingências, também, no jurídico. Então, são coisas bem granulares, que nós podemos passar depois com mais detalhe para você tirar suas dúvidas, mas é bastante granular, não tem nenhum grande número aqui que me chama a atenção.

Alberto Valério, UBS:

Bom dia, Moscatelli e Daniela, obrigado pela oportunidade. Eu queria, olhando para o futuro, se você pudesse fazer uma pergunta mais estratégica. Vocês aumentaram um pouquinho o ticket médio do carro e também a quantidade de carros comprados neste trimestre. Eu queria saber qual foi o mix, qual que é a ideia, o que vocês estão pensando aí para frente. Obrigado.

Gustavo Moscatelli:

Oi, Alberto, obrigado pela pergunta. Nós compramos um pouco mais de carro SUV e sedã automático no final do trimestre por conta da sazonalidade de julho, que tem uma demanda muito grande desse perfil de carros, mas nada que mude drasticamente nossa estratégia, não. Então, é uma questão pontual, conhecendo o mercado, com as especificidades e sazonalidades que ele tem para ter a melhor aderência e ofertar o melhor carro no melhor momento.

Então, acho que o conhecimento profundo do giro do ativo e das sazonalidades acho que tem trazido benefícios diversos, esse que você pontuou é um deles, saber comprar o carro certo no momento certo para aquela determinada sazonalidade. Então, é por isso que você viu o ticket médio do trimestre um pouquinho maior, mas nada que mude a nossa estratégia. Obrigado pela pergunta.

Operadora:

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

Gustavo Moscatelli:

Bom, queria começar agradecendo a todos que estão aqui, começando pelos nossos colaboradores, agradecer os investidores, analistas que nos acompanham de perto e contribuem com o desenvolvimento da Companhia.

Queria dizer que eu estou muito animado com o desempenho da Companhia do 1S, mas nós começamos o 2S num ciclo novo de geração de valor. Os resultados de julho, como comentei, trazem uma animação adicional para nós, um otimismo adicional, mesmo com toda a volatilidade macroeconômica que nós estamos vendo. A Companhia está muito focada no micro, em extrair valor de todas as etapas do ciclo do ativo, entregando melhorias constantes e sempre com o principal pilar de se diferenciar no mercado para os clientes. Esse tem sido, acho que, a grande mudança no posicionamento da Companhia e é o que tem trazido os resultados da Companhia nesse nível de rentabilidade que vocês estão vendo.

Então, mais uma vez, muito obrigado a todos. Nós nos encontramos no próximo *call* de resultados do 3T e a equipe toda aqui está à disposição de vocês. Muito obrigado e boa tarde.

Operadora:

Isso conclui a teleconferência de hoje da Movida. Muito obrigada pela participação e tenham um bom-dia.

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da Empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de Relações com Investidor (e/ou institucional) da respectiva Companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição”