

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS 1T26**12 de maio de 2026****Operador:**

Senhoras e senhores, bom dia.

Obrigado por aguardarem e sejam bem-vindos à teleconferência para analistas e investidores da MRV sobre os resultados do primeiro trimestre de 2026.

Estão presentes os senhores presidentes Rafael Menin e Eduardo Fischer, e o senhor diretor-executivo de Finanças e RI, Ricardo Paixão. Informamos que todos os participantes estarão apenas ouvindo a conferência durante a apresentação da empresa.

Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas quando mais instruções serão dadas. Para abrir a videoconferência de resultados do primeiro trimestre de 2026, passo a palavra para o presidente Sr. Rafael Menin.

Rafael Menin:

Bom dia a todos. Obrigado pela presença em mais um call de resultados da MRV. Eu começo dizendo que estou muito positivo e convicto de que a MRV está numa posição diferenciada neste contexto atual de mercado.

Nós temos um estoque relevante já construído e não vendido. Temos um landbank adquirido com altíssima eficiência e que vem sendo lançado ao longo dos trimestres. Com a revisão feita, o nosso portfólio está muito mais eficaz e de altíssima qualidade.

Nosso time de produção continua ganhando produtividade a cada trimestre, entregando continuamente custos abaixo da inflação. Nos últimos anos, fizemos um catch-up importante em relação à inflação, repassando preços consistentemente acima do INCC. E essa lógica continua prevalecendo. O mercado segue muito demandante e a marca MRV continua sendo a mais desejada e procurada do setor. E por fim, nosso footprint estratégico nos garante flexibilidade e um grande diferencial competitivo.

Essa combinação de fatores é muito importante. Ela nos dá a proteção no curto prazo e, ao mesmo tempo, sustenta uma operação cada vez mais rentável e mais eficiente em capital. Para 2026, a nossa principal meta comercial é continuar aumentando o volume de vendas líquidas. E, com isso, mais unidades serão repassadas, acompanhando ou superando o volume de unidades produzidas. Essa dinâmica deve sustentar o crescimento da receita líquida trimestre após trimestre.

Do ponto de vista de margem, seguimos confiantes na trajetória de expansão. Encerramos o ano passado com uma margem bruta de novas vendas próxima de 34%. E essa margem continuará expandindo trimestre a trimestre. À medida que novas safras ganham relevância no resultado e as safras antigas saem da base, a margem bruta contábil também seguirá melhorando. E com a receita crescente e a rentabilidade maior, o lucro líquido também apresentará evolução trimestre a trimestre.

A geração de caixa seguirá a mesma tendência. Com melhor rentabilidade, vendas e repasses crescendo, apresentaremos uma geração de caixa cada vez mais forte. Falando agora da Resia, o plano de desalavancagem continua avançando. No primeiro trimestre, anunciamos vendas importantes no portfólio, incluindo Tributary e outros terrenos, com uma geração de caixa de R\$ 360 milhões. Seguimos focados na monetização dos ativos, na redução da alavancagem e na simplificação da operação. Quero reafirmar a nossa confiança que os ajustes estratégicos feitos nos últimos anos e que continuam sendo executados, estão colocando a companhia no caminho da melhor MRV da história. Aproveito também para agradecer ao nosso time, espalhado por todo o Brasil, que vem desempenhando um papel brilhante nessa jornada. Agora eu passo a palavra para o Cacá.

Ricardo Paixão:

Bom dia a todos. Obrigado, Rafa. Começo falando um pouco mais, sobre a operação da MRV Incorporação. Nossa operação segue evoluindo e os dados do primeiro trimestre mostram isto. Os principais indicadores melhoraram quando comparados com um ano atrás. Essa é a comparação mais justa, dado que o primeiro trimestre possui menos dias úteis em função de período de férias e também do carnaval.

Tivemos R\$ 2,5 bilhões de vendas líquidas, 10,5% abaixo do 4T25 e 14% acima do 1T25. R\$ 2,9 bilhões de lançamentos no trimestre, 2,4% acima do 4T25 e em linha com o 1T25. Produzimos 9.747 unidades, 0,9% abaixo do 4T25, 3% maior que o mesmo período do ano anterior. Os volumes de repasses e vendas líquidas no trimestre teriam sido maiores se não fosse a forte concentração de vendas no mês de março. Isso fez com que não tivéssemos tempo hábil para repasses e, conseqüentemente, contabilização das vendas dentro do tri. Esse alto volume de vendas ainda não repassadas criou um importante backlog de unidades a repassar, garantindo um forte início de segundo trimestre.

Passando para os indicadores financeiros, a ROL fechou no 1T26 em R\$ 2,6 bi, crescimento de 17,6% contra 1T25 e uma queda de 8,2% na comparação com o 4T25. A margem bruta ficou em 31%, estável contra o 4T25 e 140 bps acima do 1T25.

Diante do cenário geopolítico atual, optamos por ser bastante conservadores e revisamos para cima a inflação projetada nos orçamentos das obras. Esse ajuste impediu a evolução da margem nesse trimestre. A partir do 2T26, com essa revisão já incorporada, veremos a retomada da trajetória de expansão da margem, que ao longo do tempo, tende a convergir com a margem bruta de novas vendas, atualmente na casa de 34 a 35%.

As despesas comerciais do 1T26 foram de R\$ 245 milhões, impactadas por uma ação de marketing relevante no período. A partir do 2T26, essas despesas voltarão ao seu patamar normal. Já as despesas administrativas subiram menos do que a inflação, garantindo uma diluição com relação à receita. O EBITDA do 1T26 foi de R\$ 476 milhões, crescimento de 38,5% contra 1T25. O lucro líquido ajustado seguiu evoluindo no comparativo anual. No 1T26, alcançamos R\$ 133 milhões.

Passando agora para os indicadores de balanço, resalto a geração de caixa ajustada. Foram R\$ 117 milhões, um crescimento de 7% comparado ao 4T25, revertendo queima de caixa no 1T25. O indicador Dívida Líquida/EBITDA anualizado da operação Brasil caiu para 1,3x. Redução de 26% contra 1,77x do 1T25 e quase metade no comparativo com o 1T24.

Passando agora um pouco para falar sobre as nossas subsidiárias. Na Urba, no 1T26, a gente teve efeitos sazonais, que impactaram negativamente os resultados da subsidiária. A ROL foi de R\$ 56 milhões e a margem bruta de 47,3%, alta de 3,3 pontos percentuais contra 1T25. O resultado esperado para o ano não muda, onde teremos contribuição positiva na geração de caixa e também no lucro líquido. A Luggo conta hoje com três projetos prontos e em fase final de estabilização. E em breve, esses projetos estarão disponíveis para venda. Reforçando nossa disciplina operacional, não iniciaremos novas obras sem que essas antes estejam previamente vendidas.

Falando agora da subsidiária norte-americana. A Resia segue firme com o seu plano de desalavancagem. A geração de caixa da Resia foi de US\$ 69 milhões no trimestre, impulsionada pelas vendas de ativos. No 1T26, vendemos o empreendimento Tributary na Geórgia por US\$ 73,3 milhões e mais dois terrenos pelo valor de US\$ 18,3 milhões, totalizando US\$ 91,5 milhões de ativos vendidos no trimestre, o equivalente a R\$ 480 milhões. Acumulamos até agora a venda de US\$ 241 milhões de ativo versus US\$ 800 milhões planejados para venda até o fim de 2026. Com relação aos projetos, a ocupação segue evoluindo e temos em abril, Razor Ranch 93% de ocupação, Memorial 75%, Ten Oaks 71 e Golden Glades 65%. Esta evolução suporta nosso plano de venda nos próximos períodos. Bom, passamos agora para a sessão de perguntas e respostas.

PERGUNTAS E RESPOSTAS

Herman Lee – Bradesco BBI

Bom dia, pessoal. Tudo bem? Obrigado pelo espaço. Vão ser duas perguntas aqui do nosso lado. É, primeiro, se vocês puderem passar um pouco aí do cronograma da normalização da venda e repasse, que tem impactado aí a geração de caixa. Se puder dar um update nesse sentido, seria bastante útil. E segunda pergunta, as despesas comerciais vieram um pouco mais altas. Assim, entender como deve ser o carry-over no segundo tri e se a gente pode ver alguma diluição ao longo do ano. Obrigado.

Rafael Menin:

Bom dia, Herman. Rafael falando aqui. Bom, em relação à venda e repasse, a gente deu uma abertura no mês de abril. No qual a gente equalizou as vendas e repasses. Tal como a gente fez no quarto tri nós entregamos por volta de 10.000 repasses, por volta de 10.000 unidades construídas e a gente tá bem positivo que no segundo tri, o repasse, ele será em linha com a produção, eventualmente um pouco acima, tá?

A dinâmica da venda bruta, que é o que gera a matéria-prima para o repasse, continua forte, o mercado tá demandante, o programa tá muito positivo, tá? Então a gente tá muito seguro que a dinâmica ao longo do ano, neste ano de 2026, vai ser bem diferente do que foi o ano de 2025. E a gente tá muito positivo que venda e repasse vão caminhar par e passo daqui pra frente e muito possivelmente, inclusive, fazendo um catch-up dessas 1000 unidades que ficaram para trás no primeiro tri. Ok? Então essa é a primeira parte da pergunta.

Em relação ao SG&A, a gente teve um sales um pouco acima do quarto tri, um pouco mais em linha com o que foi o primeiro tri do ano passado. A gente tem feito uma campanha de marca forte no primeiro tri, isso se repetiu no primeiro tri de 26, ok? E olhando para frente, segundo, terceiro e quarto tri, tanto sales como G&A, certamente terão diluição, em relação à ROL do que foi no ano passado, que já foi uma diluição em relação a 24. Ou seja, a linha de despesas SG&A, ano após ano, trará pra gente diluição que, conseqüentemente, será uma alavanca no sentido de melhorar a rentabilidade ou o lucro líquido da companhia. Ok?

Herman Lee:

Bastante claro, muito obrigado e bom dia.

Igor Machado – Goldman Sachs

Bom dia, pessoal. Obrigado pelo espaço aqui para fazer as perguntas. São duas do nosso lado também. Então, se vocês puderem tocar um pouco mais nesse ponto da inflação, né? E falar aqui pra gente quanto foi esse aumento, acho que o número em si vocês não podem falar, mas o quanto foi o aumento que vocês tiveram no orçamento da inflação, se vocês testaram alguns cenários de estresse, qual o impacto que isso podia ter na margem bruta, qualquer coisa que vocês puderem compartilhar aqui já ajuda a gente. E a minha segunda pergunta é em relação às últimas mudanças do Minha Casa Minha Vida. Se vocês já, já realizaram os aumentos de preço relacionados às últimas mudanças e quanto vocês esperam que vocês ainda podem aumentar. Obrigado.

Rafael Menin:

Bom dia, Igor. Vamos lá, em relação à inflação, tá? A gente pode falar sim. A gente provisionou 2% a mais de inflação do que estava previsto. Dois pontos percentuais a mais de inflação do que a gente havia orçado, ok? Sim, a gente fez um teste de estresse, em vários cenários, duração de guerra, valor da energia, tá? É, obviamente a gente tem conversado com a nossa cadeia de suprimentos, para entender qual deve ser a dinâmica daqui pra frente. Mas o ponto mais importante, Igor, é que a gente

vem conseguindo nos últimos três anos ter um custo caminhando, avançando significativamente abaixo da inflação, tá? O que a gente viu no primeiro tri foi a mesma coisa. Dos aumentos solicitados até agora pela nossa cadeia de suprimentos, foi surpreendentemente abaixo da nossa expectativa. Então a gente continua muito seguro que a inflação prevista para o ano, INCC inicial, por volta de 6%, a gente estimou um INCC agora de 8%. Mas a gente tem uma convicção absoluta que o nosso custo real, ele continuará sendo no ano de 26, ou será no ano de 26, muito abaixo do INCC real. Como eu disse anteriormente, essa dinâmica aconteceu em 24, ela aconteceu em 25 e vai acontecer em 26, fruto de boas negociações, mas principalmente em função dos ganhos de produtividade que a gente vem conseguindo implantar nos nossos canteiros a cada trimestre. E concepção de produtos melhores, terrenos mais eficientes, tá? Então, em relação à margem contábil, a gente tá muito seguro que a margem a partir do segundo tri, ela voltará a caminhar na direção positiva. No primeiro tri, ela andou de lado, porque a gente fez, essa alteração conservadora nos orçamentos, né? É aí você segura a recuperação de margem. Daqui pra frente a dinâmica volta a ser positiva.

Quando a gente analisa a margem bruta de novas vendas, que é a margem safrada, a margem do primeiro tri foi melhor do que a margem do quarto tri. A margem de abril é melhor do que a margem de março, tá? Então a gente tem uma segurança absoluta que a dinâmica de margem bruta de novas vendas e margem bruta contábil, a despeito desse novo episódio ou dessa nova variável, tá? A gente tá muito convicto que a margem continua subindo na direção positiva. E aí tem outro aspecto importante, Igor, é, bom, olhar o copo meio cheio ou meio vazio, tá?

O meio vazio é que a gente nos últimos dois anos, a gente vendeu menos do que a gente produziu. Isso retardou a geração de caixa mais forte da companhia. Olhando o copo meio cheio, é que a gente tem muita unidade construída e não vendida, que nesse momento agora, certamente é um head pra companhia, né? O preço, ele tá subindo, porque o mercado tá muito bom. Já emendando com a sua segunda pergunta, do Minha Casa Minha Vida. O novo Minha Casa Minha Vida, ou o ajuste do Minha Casa Minha Vida, ele tem propiciado que a companhia se beneficie de várias formas, com um pouco menos de pro-soluto, um pouco mais de VSO e um pouco mais de preço. Então se a velocidade tá subindo, a VSO tá subindo, o preço tá subindo acima do orçado, o pro-soluto tá caindo e a gente continua vendo a nossa inflação real bem abaixo do INCC, nos leva a crer que o que a gente planejou no começo do ano tá preservado e a gente vai ter um ano, tanto no que diz respeito a indicadores operacionais, mas também indicadores financeiros, cada vez mais saudáveis.

Igor Machado:

Super claro. Obrigado.

André Mazini - Citi

Opa, bom dia, Rafa, é, Fischer e Cacá. Primeira pergunta, é talvez um follow-up, a segunda é um tópico diferente. Então, vocês comentaram, dado esse cenário geopolítico mais incerto, a revisão das premissas de inflação, o que que tá mudando na estratégia comercial para preservar o spread entre o reajuste de preço e a inflação de obra? E quanto é que vocês pretendem repassar acima do INCC nas

novas vendas nos próximos 12 meses, se tem uma meta, desse tipo. E a segunda, vocês comentaram um pouco sobre a despesa de marketing no primeiro tri, foi uma campanha de marketing relevante. Então, se houve alguma mudança estrutural no custo de aquisição de cliente e qual o patamar das despesas de vendas que a gente deveria ver pra frente como recorrente. Obrigado.

Rafael Menin:

Tá, vamos lá, André bom dia. Bom, em relação ao comercial, tá? O que a gente fez de agora até abril, nos primeiros quatro meses do ano, é o preço de venda, ele andou acima do custo, ok? Do que nós recebemos já de aumento de custo, conforme eu respondi na resposta anterior, foi abaixo da nossa expectativa. Vamos lembrar que a gente teve um momento muito duro aí no Covid, que isso ficou como um aprendizado muito forte pra MRV, né? E a gente tem a convicção que o preço será olhado assim com uma lupa absoluta por mim, pelo Fischer, pelo Thiago. Que fazem um acompanhamento diário, que a gente vai andar na frente da curva, tá? E o mercado hoje tá muito saudável. O programa muito saudável. A gente continua com aquela nossa estratégia de fortalecer a House. Isso tem dado super certo. A gente em muitas praças nas quais a gente tá um pouco mais avançado, a dinâmica comercial tá muito forte. As margens altíssimas, né? A gente tem hoje um terço das cidades nas quais a gente atua com margem próxima de 40%. O que a gente quer é continuar incrementando esse desempenho comercial e de preço em outras praças. Então, assim, a gente tá muito seguro que essa balança ou essa equação de custo de terreno, custo de portfólio do produto, custo de executar o produto e o preço de venda, ela continua amplamente favorável para MRV, tá? A gente foi prudente no primeiro trimestre com essa correção, mas vamos continuar executando com uma convicção absoluta que vamos ter uma operação cada vez mais saudável tri a tri, tanto em margem bruta contábil, como em margem bruta de novas vendas. E o mercado, a força da nossa marca, nos propicia, continuar entregando resultados cada vez mais fortes.

Em relação ao marketing, de fato foi uma ação que a gente fez no ano passado, que a gente repetiu. Investimento em marca, a gente acha que é super forte, super importante, ainda mais quando se fala da principal aquisição de uma família. A nossa marca é disparada a marca mais conhecida do setor, Brasil afora. Então a gente entende como uma ação que talvez impactou um pouco o DRE no trimestre, a geração de caixa no trimestre, mas é uma fortaleza para nossa estratégia futura, tá?

E aí respondendo a sua pergunta, olhando o nosso SG&A, não só o comercial, o nosso SG&A sobre ROL, sobre venda, a gente tem certeza que ele será menor do que foi em 25, que foi menor do que foi em 24.

André Mazini:

Ótimo. Obrigado, Rafa.

Luis Wadt – Santander

Oi, bom dia, pessoal. Aqui do meu lado, eu queria perguntar, acho que é até um follow-up da pergunta anterior. Sobre esse estoque mais perto de pronto ou até pronto que vocês têm, vocês enxergam ou vocês acham que tem uma, a capacidade de repasse de preço, nesse estoque é um pouco menor, ou tem alguma diferenciação dele para o estoque que tá mais no começo das obras? Então vocês acham que talvez não consiga repassar um preço tão forte nesse estoque? E a outra, tentar entender um pouco mais sobre o endividamento da população. Vocês estão falando que o repasse de preço tá bom, né? A gente tá vendo o preço de imóvel aumentando, acho que no setor como um todo. Mas vocês estão vendo isso de alguma forma como um, segurando um pouco, talvez um repasse até um pouco mais forte. Tá, é isso.

Eduardo Fischer:

Luiz, tudo bem? Bom dia. Fischer aqui. Vamos lá. Primeira pergunta. De fato, o estoque pronto nosso é muito baixo, né? O pronto mesmo é baixo. O estoque que a gente tem, que é aquele gap que o Rafael comentou no início entre o que a gente construiu e o que a gente repassou, de fato, ele vira um colchão de proteção pra gente. A liquidez desses produtos é exatamente igual. Acho que não tem muita diferença aí. A vantagem que é que nessa safra um pouco mais pronta, a gente tem uma oportunidade de acelerar a margem até. Porque a demanda é igual na média e você tem a chance, um produto que vai ser muito pouco impactado por essa curva nova de inflação, tá?

Então a gente tem a chance de fazer uma liquidez boa com a margem maior. A gente inclusive tem explorado isso comercialmente na linha de que, não há melhor momento pra você comprar o imóvel agora, porque a tendência é que ele fique cada vez mais caro. E a gente consegue fazer isso, o mercado reagir a isso.

Em relação ao endividamento da população, obviamente, isso é uma preocupação grande e a gente tem tentado equilibrar essas variáveis aqui com a demanda. E tem uma ferramenta importantíssima Luis, que é a correção do Minha Casa Minha Vida. Então, ao longo de 25 e agora na entrada de 26, a gente teve alguns ajustes importantes que, independentemente do crescimento do endividamento da população, a gente consegue manter a capacidade de compra dessas famílias. Isso é fundamental na nossa estratégia de liquidez e nossa estratégia agora de precificação além da curva, à frente da curva, como o Rafael comentou aqui numa das respostas. Então, sim, a gente tem monitorado isso, especialmente no que tange à nossa carteira.

A gente tem conseguido, inclusive, tem feito um esforço para que a nossa carteira diminua, especialmente aquela carteira no pós-chaves, onde a inadimplência é maior. Então a gente tem conseguido equilibrar isso de forma saudável. Obviamente, tem uma variável importante que eu comentei, que é o programa dando suporte para que a gente consiga fazer esses movimentos e reagir a essa precificação da forma que a gente precisa. Então, sim, o estoque hoje nos dá uma oportunidade de fazer margens maiores com pouco risco inflacionário. E na outra ponta, uma demanda forte com um programa também bem sólido que nos dá a oportunidade de continuar precificando sem que o

endividamento da população nos prejudique tanto. Tá bom, Luis? Espero que eu tenha te respondido de forma clara aí.

Luis Wadt:

Tá ótimo, obrigado. Bom dia pra vocês.

Tainan Costa – UBS

Bom dia, Fischer, Menin, Cacá. Eu queria ir um pouco lá para, para a US. Ouvir um pouquinho de vocês sobre Resia. Acho que o, o ritmo de locação dos quatro projetos que vocês comentaram, acho que ele vem um pouco melhor do que a gente estava esperando, né? Todos os projetos crescendo bem tri contra tri. Então, acho que a primeira pergunta é ouvir um pouquinho de vocês, o que que eventualmente teve de esforço comercial nesse trimestre, se eventualmente vocês precisaram dar algum nível de desconto no aluguel para acelerar essas locações, ou se tudo ocorreu no nível que vocês estavam esperando. E a segunda acaba sendo uma consequência, né? O cenário de venda para esses três projetos os legados principalmente. O que que vocês estão vendo de timeline? Se eventualmente aquilo que vocês projetaram lá atrás, no anúncio da venda de ativos, né? O guidance que vocês deram de US\$ 800 milhões, se tá em linha com as expectativas, se eventualmente vocês estão vendo um cenário melhor ou pior. Enfim, ouvir um pouquinho de vocês também sobre esse cenário de venda para esses projetos. Obrigado.

Rafael Menin:

Bom dia, Tainan. Vamos lá. O mercado americano, ele tem tido diferenças muito significativas entre cidades, regiões dentro da cidade. E isso tem muito a ver com a oferta que foi criada nos últimos quatro anos e nem tanto com a demanda, tá? A demanda, ela continua super forte, nos três estados que a gente atua, Flórida, Geórgia e Texas, são mercados, são estados com dinâmica econômica forte, com a migração continua impactando os mercados. O que muda é a oferta de produtos que foram construídos entre 2020 e 2023 e 24, que começaram a ser entregues a partir de 23, essas entregas continuam acontecendo. Ok? Então o que a gente vê é o seguinte: o preço, ele tá abaixo do que a gente gostaria, principalmente em dois produtos nossos no Texas, tá? Mas alugando bem, tá? Em Miami, a gente tá alugando exatamente no preço que a gente gostaria, exatamente na velocidade que a gente gostaria. Então assim, olhando a dinâmica de aluguel, a gente tem uma boa segurança que no fim do terceiro tri, todos os produtos estarão estabilizados. Alguns já estão muito próximos, como o Rayzor Ranch, que fica no Texas, inclusive, numa região com muita concorrência. Então esse é um que a gente tem sido um pouco mais agressivo em aluguel. Esse a gente deve estabilizar o produto no fim de maio ou começo de junho. O de Houston, que é o Ten Oaks e o Memorial em Atlanta, a estabilização deve ser mais pro, ali pro fim do terceiro tri. E o de Miami, o Golden Glades, a gente deve estabilizar talvez em agosto. Ou seja, a dinâmica de aluguel, de velocidade de aluguel, ela tá boa, agora chega o mês que é a chegada do verão e as pessoas mudando de cidade, indo para novas universidades, isso traz uma demanda nova, tá? Então, assim, a gente tá confiante com a velocidade de aluguel e, obviamente, o preço de aluguel tá abaixo da nossa expectativa, né?

Então os produtos, todos os quatro produtos, na verdade, os cinco produtos, né? É, vão estar em poucos meses, eu diria, pronto para venda. Alguns um pouco para na frente, outros um pouco mais para trás, né? E naturalmente, a gente entra numa escolha de preço. Quanto mais rápido a gente quiser vender, nós vamos vender com um preço um pouco menor, porque mesmo que o produto esteja estabilizado, leva um certo tempo pra gente estabilizar o NOI daquele produto, tá? Então a gente tá numa discussão, no conselho da empresa nesse trade-off de velocidade, você traz uma geração de caixa muito grande, né?

Esses cinco projetos, desculpa, esses quatro projetos somados, são cinco. Esses quatro projetos somados, tem um VGV em dólar super alto, que a venda deles muda brutalmente a dinâmica de caixa da companhia, mas por outro lado, você deixa um pouco de dinheiro na mesa, né? Então o que a gente tá tentando acertar aqui, qual que é o sweet spot de venda de cada um desses projetos. Mas voltando à sua pergunta, sim, a dinâmica de aluguel, melhorou, tá? Tem melhorado, mas num preço abaixo do que a gente gostaria, do que a gente imaginava há um ano atrás. Com exceção do Golden Glades, que tá cravado com o preço que a gente imaginava há um ano atrás. Tá claro a minha resposta?

Tainan Costa:

Muito claro. Obrigado, pessoal. Bom dia.

João Pedro Rodrigues – XP

Bom dia, pessoal. Tudo bem? Obrigado pela oportunidade de fazer a pergunta. Eu tenho uma só aqui do nosso lado. Acho que vai um pouco também follow-up, não me lembro exatamente quem que perguntou sobre o endividamento das famílias. A gente viu no relatório da concorrente de vocês, da MRV, falando dos distratos, e justificando o aumento dos distratos pelo fim de alguns cheques regionais do Minha Casa Minha Vida Cidade. E falando com algumas empresas, parece que isso, tem estado mais frequente assim, os distratos no Minha Casa Minha Vida por causa do endividamento das famílias. Então a minha pergunta é se vocês estão vendo alguma dificuldade com os cheques regionais, se foi algo pontual, ou se vocês têm alguma preocupação de que isso possa ser um problema ao longo do ano ou potencialmente prejudicando a geração de caixa de vocês. Obrigado.

Eduardo Fischer:

João Pedro, Fischer aqui. Vamos lá, eu já respondi mais cedo sobre o endividamento. Na verdade, a hora que você olha para a dinâmica dos cheques regionais, ela é muito positiva, na verdade. Especialmente nesse endereçamento dessa preocupação em relação ao endividamento. A hora que você tira a pressão da entrada das famílias, ou diminui essa pressão com cheques regionais, isso tem um impacto positivo, inclusive na concessão de crédito, quer dizer, o banco vai olhar para aquilo e sabe que ele tem um subsídio adicional, isso tira um pouco da pressão na concessão de crédito, então era positiva. O que houve no ano passado, especialmente, é como esses programas são recentes, os estados ainda aprendem a como operá-lo, como gerenciar o orçamento que é dedicado àquilo. Houve sim algumas rupturas em alguns estados, mais fortemente lá no Amazonas. Que criou algum problema

para, especialmente para MRV e para outra empresa que trabalha, um concorrente nosso lá, que foi resolvido. Então, assim, eu continuo vendo nas pontas, nos estados, um desejo muito grande de fazer com que esses planos continuem. Ele tem um impacto social importante. E à medida que esses estados aprendem a operar isso, que é algo novo para eles, essas rupturas tendem a diminuir e acabar. Que é o que a gente tem enxergado, estados que operam há mais tempo o cheque regional, dificilmente você vê gargalos e rupturas, então funciona de forma muito fluida, né. E é o que a gente tem visto cada vez mais acontecendo. Então eu aposto na minha, na nossa estratégia aqui, que esses cheques continuem acontecendo e eles são muito positivos, especialmente num cenário onde o endividamento das famílias cresce, tá bom? Então, assim, isso para nós é sempre positivo.

Rafael Menin:

Só complementando uma informação do Fischer. Tinham dois estados mais complicados que a gente não usa mais o cheque, tá? Voltou alguma coisa, alguma iniciativa pequena. A nossa decisão foi vender sem o cheque, tá? Nesses dois estados. E nos outros oito ou nove estados que tem o cheque, a dinâmica é positiva, tá rodando bem, madura, tem funding, ajuda a vender, ajuda a reduzir pró-soluto e ajuda os clientes com renda mais frágil a fazerem a compra do imóvel

João Pedro Rodrigues:

Tá claro, pessoal, muito obrigado.

Considerações Finais**Eduardo Fischer:**

Pessoal, dois pontos importantes aqui pra gente encerrar. Primeiro deles, eu cheguei lá, no nosso MRV Day em março, eu falei sobre o estado de espírito das coisas na operação da MRV. A operação segue melhorando, a gente fez questão de dar o disclosure de abril para mostrar isso. Então, março e abril foram dois meses muito bons para nós. E a gente tá enxergando maio vindo aí no mesmo ritmo que a gente teve nesses dois meses, reforça o nosso otimismo que a operação tá num estágio maduro, cada vez melhor.

E à medida que essas iniciativas que o Rafael comentou logo na abertura aqui, de simplificação, de um portfólio mais enxuto, à medida que isso continue entrando na operação, a gente só tem razão para estar mais otimista. Então eu vejo a operação cada vez mais madura, cada vez se aproveitando melhor desse cenário positivo de mercado, então a gente tá muito seguro que a gente tá fazendo aqui, eu tenho feito ao longo desses últimos dois, três anos, tem dado resultado e vai continuar dando. O cenário, o nosso sentimento aqui é que a operação vai seguir evoluindo mês a mês, tri a tri.

Segundo ponto, só para explorar um pouco o que foi debatido e tá muito, tá muito intenso o debate em relação à inflação, né? Então a gente fez questão de fazer um movimento conservador à frente da curva para que a gente enxergue, tenha a inflação sob controle dentro dos cenários que a gente tem para 26 e para 27, tá? Para efeito de referência, a gente tem um ponto de controle semanal, onde eu participo

toda semana para discutir o que foi renegociado durante essa semana, o impacto disso na inflação dentro das diferentes safras que a gente tem em execução, do lançamento, as que estão sendo concluídas. Pra gente reagir quase que online em relação a isso, tá?

Então a gente tem levado isso bastante a sério e, como eu falei aqui, a gente tem tido um grau de conservadorismo grande. Só para efeito de referência, o impacto que a gente tem até agora no ano, é algo na ordem de R\$ 900 por unidade de custo, que é muito pouco e tá totalmente coberto dentro dos cenários que a gente falou. Então a gente tem levado isso bastante a sério e, como eu falei, com um bom grau de conservadorismo e estando sempre à frente do que a gente imagina que seja essa curva de inflação. Então, de novo, eu tô bastante seguro que a gente tá tratando isso aqui de forma, conservadora e que a gente não vai ter surpresas vindo aí nesse front. Pelo contrário, dentro do cenário que a gente tem hoje, a gente hoje eu até tenho segurança para falar que a gente pode até ter algum ganho se esse cenário não piorar, tá bom, pessoal? Obrigado a todos pela participação e um bom dia.

Operador:

O conference call da MRV está encerrado. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom dia.

