

**Operador:**

Bom dia e bem-vindos à teleconferência da Movidá para a discussão dos resultados referentes ao 3T18. Estão presentes hoje conosco os senhores Renato Franklin, Diretor Presidente; e Edmar Neto, Diretor Administrativo-Financeiro e de RI.

Neste momento todos os participantes estão conectados apenas como ouvintes e mais tarde iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso necessitem de alguma assistência durante a teleconferência queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando *0.

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 Movidá, 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.

Gostaria agora de passar a palavra ao Sr. Renato Franklin. Por favor, Sr. Renato, pode prosseguir.

Renato Franklin:

Bom dia a todos e bem-vindos à teleconferência de resultados do 3T18. Apresentamos aqui os resultados com muito orgulho pois é o quinto trimestre consecutivo que vemos ganhos sequenciais nos nossos resultados. Estamos apresentando mais uma vez recorde de lucro líquido e de EBITDA, tudo isso graças a nossa gente, o nosso maior ativo que reforçamos desde sempre.

Foram R\$41 milhões de lucro líquido, acumulando R\$108 milhões nos primeiros 9M18. Foram cerca de R\$128 milhões quando olhamos para os últimos 12M. Ou seja, mais do que o dobro do lucro do ano passado.

Além disso, alcançamos aqui um ROIC de mais de 10%, também olhando para os últimos 12M, é mais de 2 p.p. acima do mesmo período do ano passado. Isso combinado com o trabalho liderado por Edmar e equipe, sobre a gestão das dívidas nossas e ainda a queda do CDI aumentou a criação de valor da Companhia, atingindo um *spread* de mais de 4 p.p. ROIC sobre o custo da dívida.

Além disso, vamos reforçar que estamos em um *business* de escala, e essa nova fase com esses melhores indicadores tem nos dado conforto para continuar o nosso crescimento. Então, vocês conseguem notar uma adição de cerca de 8 mil carros se



olharmos entre RAC e GTF comparando com o 2T18, totalizando então a frota total da Companhia de 89 mil carros.

Esse crescimento nos ajuda a diluir a estrutura já contratada, tudo o que temos montado para processos robustos, com bastante disciplina de redução e melhoria de eficiência operacional e margem. Com isso, vocês veem o resultado na margem EBITDA de serviços com 3 p.p. de evolução se comparado ao 3T17, chegando agora a R\$119 milhões nesse trimestre.

Estamos entregando, tanto em RAC quanto em GTF, margens diferenciadas de rentabilidade nessas duas linhas de negócio. Se a gente falar um pouco mais do *rent-a-car*, gostaria de destacar aqui um crescimento de 21% no volume de diárias, e que este crescimento tem se dado em linha com o nosso compromisso de rentabilidade e com as técnicas de *yield management* aplicadas, nós contribuímos também com 5% na receita média mensal por carro.

Vale lembrar aqui que implantamos lá atrás, no final do ano, ferramentas de *big data* e de inteligência artificial, além de reforçar toda a equipe de *yield management*. E, esse time junto com a ferramenta, quando falamos de *big data*, nós trabalhamos com o histórico de dados. Então, quanto mais teste nós fazemos mais o sistema e a equipe aprendem e isso evolui nos algoritmos, trazendo captura de ganhos de eficiência operacional tanto em taxa de ocupação quanto em diária média, quanto a inteligência de saber que carro deixar em cada loja, isso tem contribuído com esse aumento da receita média por carro, e a tendência é que continuemos capturando ganhos gradativamente a medida que vão aprendendo e evoluindo os algoritmos.

Em Gestão e Terceirização de Frotas mantivemos o nosso forte crescimento de frotas, com 43% nesse trimestre, mantendo o nosso compromisso com o crescimento coletivo. Vemos a receita média por carro crescendo e a margem operacional também melhorando.

Falando da terceira linha de negócio, os Seminovos, temos um ponto muito importante e esse trimestre é um trimestre chave para os Seminovos. É o relançamento de Seminovos, deixando de ser Movidá Seminovos para Seminovos Movidá, é seminovo com qualidade Movidá, para transmitirmos todo o ganho de posicionamento de marca que a Movidá aluguel de carros conquistou no mercado para a nossa marca de Seminovos.

Com isso, essa transição no mercado, cenário pré-eleitoral, momento de instabilidade; nós atingimos o volume de vendas de 8 mil carros porque optamos por não abrir mão de preço e de margem, igual às vezes o mercado fez um pouco nesse cenário pré-eleitoral, nós tivemos uma demanda forte no *rent-a-car*, conseguimos ocupar esses carros alugando e aproveitar esse trimestre para poder fazer todo o relançamento das lojas, a nova campanha de marketing, o reforço dos processos e do time de vendas para ter realmente um ponto de inflexão. Daqui para frente vocês verão o Seminovos caminhando, assim como as demais unidades de negócio, com a evolução de volume e margem trimestre a trimestre.



Vale reforçar que nesse 3T, como optamos por vender menos, houve principalmente queda de volume, mesmo assim o varejo teve evolução. E, se pegarmos a virada de chave da marca que foi de 31 de agosto a 1 de setembro, setembro já foi o melhor mês do trimestre e outubro foi bem também, mostrando que estamos no caminho certo para continuarmos uma evolução rumo a um novo patamar também em Seminovos.

Tem um plano de trabalho em desenvolvimento, como falamos lá no trimestre passado, sete meses de trabalho, faltam ainda metade das iniciativas, para trazermos bastante retorno aqui em Seminovos.

E, mais um destaque que está cada vez mais relevante no mundo atual, a Movida sempre teve no DNA a questão da sustentabilidade e nesse trimestre temos alguns reconhecimentos importantes, um deles foi o troféu Frotas e Fretes Verdes que reconheceu o nosso produto carbon free como o produto premiado em 2018 na questão de sustentabilidade, no segmento de transportes, de frotas e fretes verdes.

Então, mais um reconhecimento para a Movida, também no âmbito, não só de inovação, de nível de serviço e de atendimento ao cliente, mas também na questão de sustentabilidade, extremamente importante para os negócios no médio e longo prazo e cada vez mais valorizado pelos nossos clientes.

Vou passar então para o slide três para falarmos um pouco das nossas iniciativas de inovação e de marketing. Começando aqui pela questão do *rent-a-car*, vou primeiro destacar que a nossa comunicação, a nossa estratégia de marketing é alinhada com o nosso crescimento seletivo, com foco nos segmentos de maiores margem de contribuição, isso tem possibilitado essa evolução da margem operacional, trimestre a trimestre, priorizando, por exemplo, as vendas para pessoas físicas.

E o canal que traz maior *loyalty*, maior fidelidade é o do nosso aplicativo, porque ele traz mais comodidade para o cliente alugar o carro, fica muito fácil de alugar e, ao invés de ficar cada hora olhando para um fornecedor, ele fica mais fiel a Movida.

Então, temos investido bastante nesse canal que cresceu 45% em relação ao ano passado. Então, é o canal de maior crescimento, acho que de um volume recorde de receita, continua crescendo e vai continuar crescendo.

Isso demonstra a força da nossa marca no segmento online, que, de novo, sempre foi um diferencial da Movida, estar mais próxima dos clientes, não só na questão de aluguel, mas no dia-a-dia todo com todas as campanhas e com a multimodalidade que temos aplicado aos nossos novos produtos e que falaremos com um pouco mais de detalhes posteriormente.

Reforçamos ainda a questão da inovação de trazer sempre novos canais, então em julho desse ano fomos a primeira locadora e uma das primeiras empresas do país a utilizar a plataforma *whatsapp business*, iniciamos por Seminovos, que é uma área de negócio que estamos com bastante foco para atendimento ao cliente e geração de lead através também do whatsapp.



E desde o mês passado, também para o *rent-a-car* mais um canal para o cliente poder tirar dúvidas, poder alugar carro, lembrando que nessa questão de *chat bot* a Movida foi pioneira com quase dois anos de antecedência em relação aos competidores, o *chat bot* do facebook, e o *whatsapp business* assim que foi liberado já estava disponível para os nossos clientes de Seminovos.

Falando em inovação, gostaria de anunciar também informalmente a nossa parceria já divulgada no mercado com a E-Moving, que é a maior locadora de bicicleta elétrica do país, onde a Movida fechou uma parceria com exclusividade, trazendo mais uma alternativa prática de mobilidade, sustentável para a mobilidade urbana e, de novo, nos aproximando dos nossos clientes. Principalmente o público jovem, mas isso já está penetrando em todas as gerações, ele quer poder se locomover de diversos modais e a Movida quer estar próxima sempre em todos os modais, porque sempre que fizer sentido o carro, que é o nosso *core business* continuará a ser o nosso *core business*, ele já estará com a Movida na cabeça, estará próximo da Movida e ele prefere a Movida também para o aluguel de carro.

Então, estamos muito felizes com essa parceria com a E-Moving, que tende a crescer bastante, está muito demandada e com bastante interesse da população, principalmente em São Paulo, mas com potencial de crescimento em todo o Brasil.

Passando para o próximo slide, número quatro, para falar de Seminovos. Aqui é uma mudança, realmente viramos a chave em Seminovos. Então vamos primeiro destacar a nova identidade visual das nossas lojas. Primeiro, vou parabenizar a nossa equipe que conseguiu virar 60 lojas em um final de semana, transmitindo a nova identidade visual ao mesmo tempo para o país inteiro, trazendo agora uma cor com a energia Movida, com a alegria da Movida, com a paixão da Movida por servir os clientes, por atendimento e por fortalecer a qualidade diferenciada dos nossos produtos.

Então, temos como destaque também o nosso selo Seminovos Movida, seminovos com a garantia Movida. Se o nosso carro é tão elogiado no aluguel e em todas as pesquisas de satisfação é isso que nós queremos transmitir para o nosso produto Seminovo. Porque nós não vendemos um carro porque ele começou a dar problema, nós vendemos um carro porque faz parte do modelo de negócio desativar esse carro após um ano de uso, e aí assim disponibilizar para os nossos clientes finais nas nossas lojas de seminovos.

Além disso, estamos com anúncios diferenciados em uma campanha que reforça essa procedência, essa qualidade Movida em diversos canais e principalmente nos canais de classificados, trazendo um crescimento significativo de lead, que se reverterão e tem já se revertido em vendas no varejo, tem crescido de forma gradativa, de acordo com a jornada do cliente, evoluindo as vendas no varejo, o que contribuirá muito no resultado de Seminovos no médio prazo.

Vale reforçar que toda essa campanha que estamos fazendo nesse momento de instabilidade, como falamos, em que o mercado sofreu um pouco em questão de preço, vocês podem ver isso nos números de mercado. Conseguimos manter a nossa margem bruta e mantivemos o nosso investimento em marketing, reforçamos a



depreciação, o Edmar comentará com mais detalhes depois, porque sabemos que precisamos investir primeiro, assim como fizemos no *rent-a-car* e GTF, montamos as estruturas e vocês viram a PDD ou PT, todos os problemas da Companhia sendo resolvidos e evoluindo a margem operacional, que foi destaque de rentabilidade.

É o que estamos fazendo em Seminovos e, reforçando, esse é o ponto de inflexão. Daqui para frente vocês verão a evolução de volume e de margem gradativa em Seminovos, trimestre após trimestre, contribuindo para o resultado consolidado da Companhia assim como as demais unidades têm contribuído.

Vamos passar para o slide cinco para falarmos do *rent-a-car*. Primeiro, eu vou destacar aqui o ponto que temos mencionado desde o IPO, que é a questão da escala da redução dos custos quando falamos de carros por loja. Então, a nossa frota total atingiu 64 mil carros, mas o maior destaque foram os 277 carros por loja. Então, contribuiu bastante no *same-store-sales*, estamos falando de 44% de crescimento nos carros por loja desde o IPO.

Mesmo esse sendo um compromisso nosso, muita gente questionava que dava para crescer, que a Movida já tinha um número diferenciado e continuamos evoluindo nesse indicador, o que é importantíssimo para a entrega da margem operacional e para a última linha da Companhia.

Além disso, destacar do lado direito, que vemos o crescimento da receita em relação ao 3T17 de 20,8%. Notem que a nossa frota cresceu 13% do 3T17 para o 3T18 e a receita cresceu quase 21%. Isso mostra o nosso compromisso com a eficiência operacional, aqui não estamos crescendo o efeito só com adição de carro, mas sim com o melhor uso do nosso ativo, com a seleção dos rendimentos de maior margem de contribuição e maior rentabilidade para a Companhia.

Isso também é reforçado na parte de baixo do slide onde vemos a questão do *yield management*, que já reforçamos as ferramentas de *big data* e inteligência artificial, entregando uma receita por carro bastante destacada, são quase R\$ 1.700 e ainda temos coisas a capturar em termos de *yield management*, para continuar contribuindo e apresentando evolução sobre os períodos interiores. De novo, nosso compromisso é melhorar sempre, de forma gradativa, em relação ao nosso histórico.

E, do lado direito de baixo, fechamos com a evolução da margem bruta, atingindo um recorde de 60,7% quando falamos de LTM, 60,8% no 3T18. De novo, evolução consistente, reforçando a capacidade de execução de toda a equipe Movida e a disciplina de estar sempre buscando melhoria contínua, melhoria operacional, foco em processo, a disciplina de gestão de rotina que foi implantada na Companhia.

Vamos, então, para o slide 6, para podermos falar de Gestão e Terceirização de Frotas. Gestão e terceirização de frotas, como já temos falado há algum tempo, é o foco de crescimento da Companhia, com seletividade, um crescimento seletivo com foco em rentabilidade. Adicionamos 7 mil carros desde 3T17, e vocês podem ver a expansão na receita média mensal por carro chegando agora a R\$ 1.214.

Esse é um reflexo, não é só a receita mensal que conta, mas sim a seleção de uso leve, quilometragem baixa, estamos usando os carros e a quilometragem média do



GTF está bem baixa, ela é inferior ao do *rent-a-car* e isso nos possibilita entregar essa margem bruta realmente diferenciada, a margem EBITDA bem diferenciada em relação ao mercado. Entregamos no LTM 65,5% e, no trimestre, estamos falando de mais de 63%.

Lembrando que essa margem não é impactada o ritmo de crescimento. Nesse trimestre, foram quase 3 mil carros de aumento na frota total. São 2 mil carros de aumento na frota operacional.

Então, esse custo de implantação entra, impacta um pouquinho a margem, mas, se você olha o LTM, você vê a evolução consistente, de novo, você não vê nada pontual, e sim uma evolução consistente, evoluindo o negócio de gestão de frotas, crescendo essa linha importante para a geração de EBITDA da Companhia, para a diminuição de custos fixos e contribuição para o P&L da Companhia.

Vamos passar agora para o slide 7 para podermos falar de seminovos. Em seminovos, aqui fica muito claro o que estamos falando, a questão do ponto de inflexão que é esse 3T18. Então, vocês veem um volume, sim, de vendas no 3T e uma receita líquida menor. Dado esse cenário de mais instabilidade, lembrando que a compra de um carro é um ativo de valor significativo, então, quando as pessoas sentem instabilidade, elas ficam mais receosas de tomar a decisão de comprar um carro.

Você pode sim estimular isso com o preço, mas considerando que tínhamos de demanda no *rent-a-car* e o nosso momento de implantar todos os processos, de treinar todos os vendedores, de fazer a transformação de toda nossa rede de lojas Seminovos Movida, a aplicação da nossa identidade visual, nós falamos “vamos aproveitar esse trimestre, em vez de rasgar preço e implantar muito processo, implantar foco em execução, disciplina de venda e gestão de rotina”, e, com isso, nos demos, sim, um passo atrás em volume.

Vocês veem a margem bruta se mantendo estável, nós não tivemos que entrar na guerra de preços, para que agora entremos, sim, em um novo momento na Seminovos Movida, evoluindo gradativamente, trimestre a trimestre, e contribuindo com o resultado consolidado da Companhia.

Agora, esse é o nosso momento de seminovos. Estamos bastante confiantes com a estrutura organizacional que foi montada, com o plano de trabalho que está em execução, já com metade dele em andamento e com todos os ajustes de distribuição e inteligência de preços que vão nos dar uma capacidade de fazer uma entrega muito diferente em seminovos nos próximos trimestres.

Agora vamos passar a palavra para o Edmar, nosso CFO, para dar sequência à apresentação.

Edmar Neto:

Renato, obrigado. Bom dia a todos. Antes de falar de resultados propriamente ditos, eu queria falar um pouquinho de três itens importantes que têm reflexo importante no desempenho do trimestre.

Eu vou começar pela depreciação na página 8, trazemos os valores unitários dos últimos 12 meses da operação de seminovos para poder ilustrar as bases que sustentam a mudança da depreciação que foi feita nesse trimestre a partir do mês de agosto. Montamos um quadro onde mostramos os valores dos últimos 12 meses de receita, custo e despesa de seminovos. Dá para ver que, em despesa, temos uma



queda de gastos diretos e indiretos, estamos falando de 2/3 e 1/3, como está apontado no quadro.

Segundo o CPC, que é a regra contábil que orienta, a depreciação deve ser suficiente para cobrir os gastos diretos com a venda do ativo. Ou seja, a depreciação deve ser suficiente para cobrir essa diferença que estamos contando entre R\$2 mil de lucro bruto e R\$2,700 das despesas diretas, totalizando, portanto, uma diferença de cerca de R\$700 por carro. Com isso em mente, aumentamos a depreciação por carro nesse trimestre em cerca de R\$100 e em cerca de R\$1 mil pelo GTF, totalizando, respectivamente, R\$1,027 para o RAC e R\$2,400 alto, quase R\$2,500 para o GTF.

Como fizemos a operação a partir de agosto, o efeito nesse trimestre não foi completo, mas antecipo que ele é cerca de R\$4 milhões por mês. Se, tivéssemos feito essa operação a partir de julho, os valores da depreciação anualizada, como o quadro mostra na parte baixa à direita, deveriam ser, aproximadamente, para os carros de RAC R\$1.100 e para os carros GTF R\$3 mil reais.

Nesse momento, pegando carona no que o Renato falou mais cedo sobre seminovos, entendemos que esses ajustes são suficientes e refletem a realidade atual. Como parte da administração da nossa gestão, caso seja necessário e interessar ter mais uma vez, nós o faremos, mas, nesse momento, entendemos que isso é suficiente.

Com o RAC, o grande ponto é o volume que, como o Renato já explicou, coloca um desafio de diluição de despesas. Em GTF tem um ponto importante. No cenário original, considerávamos a possibilidade de renovar a frota em período antecipado, antes do fim do contrato, e, uma vez que o volume não está vindo, achamos por bem, neste momento, considerar que os carros serão vendidos ao final do contrato, e, portanto, esse impacto maior quando falamos da depreciação de GTF. Com isso, acredito que deixemos bastante claro o tamanho da mexida e como nos comportamos daqui para frente.

Passando para o slide 9, tem basicamente dois gráficos que já são do conhecimento de todos e aqui está mais um para mostrar como que as coisas têm evoluído. No primeiro deles, à esquerda, falamos de inadimplência. Hoje estamos com a menor inadimplência do setor e estabilizada em cerca de 1% da receita de serviços. Isso é uma evolução muito grande, vamos chamar assim, do fundo do vale esse negócio chegou perto de 6% e agora nós já vimos rodando a alguns trimestres nessa faixa de 1%, 1, 1,5, eventualmente 2. É um patamar bastante sustentável, uma vez que continuamos crescendo no mercado.

Quando falamos de carros roubados e batidos, como já havíamos traçado também o cenário, as melhoras começam a aparecer agora de maneira mais importante nos 2S18. Então, sequencialmente esse valor é relevante, saímos de 25 milhões no 2T para um número perto de 12, e, quando falamos de margens, de percentual da renda líquida, estamos agregando mais de 3 pontos pelas ações que tomamos ao longo de 2017.

Trouxemos um quadro, de novo, da quantidade de frota rastreada. Já está chegando perto de 70%, e também temos dito publicamente que para 2019 trabalhamos com o número já chegando perto de 90% ao final do período, pelo menos é esse o cenário que temos colocado nos dias de hoje.

Na parte de baixo, falamos um pouco de alíquota efetiva e juros sobre capital próprio porque isso dá impulso ao resultado, uma vez que a alíquota efetiva fica mais baixa.



Então, estávamos rodando inicialmente com 25% de *pay out* em uma alíquota perto de 34%.

A partir do momento em que temos mais visibilidade, a partir do momento em que temos mais consistência e a partir do momento em que temos um novo patamar de resultado, nós aumentamos esse *pay out* para 35%, o que, de fato, gera um ganho de cerca de 12 p.p. na alíquota efetiva de Imposto de Renda. Isso também ajudou o resultado do trimestre, quando falamos *below the line*, ou abaixo do EBITDA.

Para falar um pouquinho em operação, vamos voltar agora para o slide 10, onde tradicionalmente trazemos as quebras por cada uma das linhas de negócio. O EBITDA de RAC, R\$91 milhões, um aumento de 27% sobre o ano passado, margem aproximadamente de 40%; GTF, margem já acima de 70%.

Nesse trimestre, 72,4. como o Renato falou, estamos com um volume de implantação trimestral bastante elevado, como temos apontado nos nossos *releases*, na parte tracejada da frota; nos seminovos, o EBITDA nominalmente é muito parecido, a diferença aqui é um investimento em marketing que temos feito, cerca de R\$3 milhões no trimestre, aí a margem sofreu um pouquinho, 3,8 negativa.

O EBIT é um ponto importante, porque ainda que a depreciação tenha aumentado, mostramos um EBIT consistente em cada uma das linhas de negócio, com os valores nominais avançando de maneira importante. Isso é no trimestre.

Quando falamos de 9M, aí passo para o slide 11, o que temos apontado de maneira importante é que quando falamos sobre serviços, temos apresentado no ano de 2018, as margens mais fortes do setor, demonstrando toda a capacidade de execução da Companhia.

Então, quando falamos de RAC, já estamos com o EBITDA de 9M de cerca de R\$248 milhões, com a margem muito próxima de 39%; no caso de gestão de frota, estamos falando de 138 com uma margem superior a 65%; e em seminovos, nominalmente, a margem piora, por um menor volume de vendas. Entretanto, quando olhamos os valores nominais, estamos praticamente no mesmo patamar do que o ano passado, com um investimento maior em marketing, com um novo perfil de profissional e de loja, como o Renato já comentou anteriormente.

Para falar de EBIT, ou seja, já refletindo um pouco essa mudança na depreciação, vemos também que as margens estão saudáveis, principalmente a parte de serviços, EBIT os mesmos 400 b.p. de evolução de um ano para o outro; na parte de GTF, em que a depreciação foi mais mexida, a margem está estável; e no caso de seminovos, menos de 1% na variação de margem, ainda, de novo, que, nominalmente, os valores estejam andando *flat* ou sem alteração relevante de um lado para o outro.

Quando passo para o slide 12, e aí já estou falando de valores consolidados, mais uma vez reforço aquilo que já vem sendo dito ao longo desse *call*. Nós mudamos a Companhia de patamar no que diz respeito à rentabilidade.

Então, R\$2,4 bilhões de receita, a receita no trimestre caiu 7%, são R\$612 milhões contra R\$657 milhões, mas mostramos uma evolução importante no EBITDA, R\$425 milhões nos LTM, mas já apontando para um patamar muito mais próximo de R\$500 milhões de EBITDA, quando anualizamos o valor de hoje do que os R\$300 milhões que entregamos no ano de 2017. Portanto, quando olhamos semestralmente, a evolução é de 42%.



Quando falamos de EBIT, a evolução também fica perto da casa dos 40%. Então, mais uma vez, é muito importante esse negócio. No trimestre, 91 e nos LTM 368, de novo, se compararmos com 250 que entregamos no ano passado.

O destaque do trimestre é o lucro líquido; a margem chegou a 13%, R\$41 milhões, substituindo um trimestre no ano passado que já apresentava uma evolução pequena, apenas R\$14 milhões, quando olhamos para hoje; o lucro nos LTM 128. Mais uma vez, outro patamar. Como o Renato disse, no ano passado, entregamos 66, então estamos dobrando o patamar de rentabilidade, praticamente isso, em um espaço de tempo muito curto.

Convido vocês para o slide 13, onde trazemos a evolução desde o IPO, mostrando que, de fato, agora retomamos o plano original de crescer, de voltar a crescer como foi feito no RAC, crescer com disciplina, hoje a Movida é a Empresa com melhor alavancagem do setor, daquelas que estão estáveis, mas com incremento relevante e importante em rentabilidade.

Então, como já disse, a receita líquida, nos LTM no trimestre, R\$2,4 bilhões. O EBITDA, 425 com margem de mais de 38%. O EBIT, 338... De novo, um crescimento importante em relação ao ano passado, com margem de serviços de 30%, e margem EBIT, incluindo a venda de ativos, de 14%. E, mais uma vez, o lucro como destaque: nós mostramos uma evolução, saindo de um patamar onde tivemos entre 40 e 47 ao longo de 15 meses, que foi o final de 2016 e o ano de 2017. E agora nós já apontamos para R\$128 milhões. Margem líquida, incluindo venda de ativos, de 5,3%.

No slide 14, eu falo de CAPEX. O CAPEX líquido dos últimos doze meses atingiu R\$927 milhões, principalmente devido à retomada do crescimento em RAC com a estante de 14 mil carros desde o 3T17, sendo 7 mil em cada uma das linhas, seja RAC e GTF. No final das contas, o Seminovos também acaba impactando o CAPEX, dentro do todo, pelo menor volume de vendas.

Daqui para frente, nós entendemos que haverá uma retomada. O fluxo de caixa, antes do crescimento, já foi positivo em R\$139 milhões, principalmente em função do aumento de EBITDA de R\$100 milhões nesse período. Então, com o CAPEX de expansão, isso leva ao fluxo de caixa para cima negativo em R\$619 milhões, como apontamos no slide.

Em outubro, é importante frisar, nós finalizamos o aumento de capital com os 100% dos quase R\$313 milhões propostos em junho. O acionista controlador aumentou a sua participação para cerca de 70%. E o preço da ação que foi estipulado lá atrás – R\$6,26 – já foi superado. Com os ganhos operacionais que temos mostrado, decidimos destinar parte desses recursos que vieram do aumento de capital para a retomada do crescimento.

No slide número 15, eu gostaria de falar um pouco do endividamento. Esse quadro mostra, mais uma vez, todo o trabalho que vem sendo feito aqui na Companhia, de i) alongar prazo e ii) reduzir *spread*. Dá para ver aqui: nós fechamos o trimestre com cerca de R\$800 milhões em caixa. Isso resolve e já endereça todo o ano de 2019. Nós temos, a partir de agora até o final de 2019, R\$457 milhões de dívidas vencendo, então a posição de caixa é bastante confortável.

Ao mesmo tempo em que houve um aumento do prazo médio de 23 meses para 32 meses e uma queda do *spread* que estamos pagando de 2,8 para 1,9, mostrando mais uma vez que a Companhia tem encontrado suporte em sua base de investidores



renda-fixa seja através das *asset managements* e também através do crédito bancário, que tem entendido o que está acontecendo aqui na Companhia.

Quando eu falo do perfil de dívida, mais uma vez, o nosso indicador para *covenant* está em 2,8x, como mostra a nota explicativa das nossas demonstrações financeiras – da nota número 15. 2,8x mostra que, de fato, estamos com um patamar confortável e temos conseguido administrar isso de maneira conservadora.

Falando um pouco da estratégia financeira, na página 16, nós temos trazido esse quadro de forma recorrente para mostrar tudo aquilo que tem sido feito. O compromisso da Companhia com rentabilidade, execução e disciplina, do ponto de vista financeiro.

Só lembrando alguns destaques, nós abrimos o capital em fevereiro de 2017; nós terminamos risco sacado como funding, que era uma dívida mais curta e mais cara; nós já emitimos mais de R\$2,3 bilhões de dívida a mercado e em banco, como já mencionei, com aumento de prazo e redução de *spread*.

Hoje, o aumento de capital mais recente, R\$312 milhões. Somente nos itens que nos afetaram no ano passado, a inadimplência de carros roubados em cerca de um ano, nós melhoramos os resultados em cerca de R\$27 milhões, colocando a Companhia em um patamar, no mínimo, tão competitivo quanto qualquer outra do setor.

E aí nós chegamos ao fechamento daquilo que chamamos de “primeira rodada do ciclo” que nós nos propusemos lá atrás. Ou seja, nós estamos em um processo de maturação de processos. A avaliação das partes de depreciação e consequente alteração fazem parte desse negócio.

Mas, ao mesmo tempo, nós entendemos que agora podemos voltar a crescer um pouco como resultado de tudo isso que tem acontecido e que dissemos que poderia acontecer, uma vez que estivéssemos confortáveis com o que temos feito. Dito isso, eu devolvo a palavra ao Renato para ele continuar a apresentação.

Renato Franklin:

Muito obrigado, Ed. Vamos, então, para a página 17, onde falamos dos dois principais indicadores que sempre reportamos, que é um compromisso nosso – de toda a equipe Movida e de todo o *Management* Movida – desde o início, desde o IPO. Então, primeiro, falando do lucro líquido, e aqui pegamos uma fonte em que o lucro líquido nos 9M17, deu o lucro líquido dos 9M18.

E a principal mensagem aqui é que todas as unidades de negócio têm contribuído com o aumento de lucro líquido. Se você for olhar, realmente, o *rent-a-car*, olhando por EBIT, contribuiu com mais de R\$51 milhões.

Então, nós saímos de um lucro líquido de R\$45 milhões lá; *rent-a-car* contribuiu com um EBIT de R\$51 milhões; GTF, um EBIT de R\$34 milhões; e o Seminovos que, realmente, estamos relançando agora, tem uma contribuição marginal praticamente estável, sem prejudicar o lucro líquido.

Isso é importante para mostrar o seguinte: Seminovos vai evoluir, sim, em volume e em performance de vendas, vai adicionar valor, mas não é o que traz, de forma nominal, ganho relevante para a Companhia. Ele é muito mais para possibilitar o crescimento sustentável da Companhia e o giro de ativo de forma eficiente, gerando



valores e caixa através da locação de carros, seja no *rent-a-car* do varejo, seja na Gestão e terceirização de frotas.

Aí nós vemos o resultado financeiro, apesar da redução do custo de dívida da Companhia, o saldo médio maior nos primeiros 9M, R\$12 milhões de impacto negativo. E a questão de imposto de renda e contribuição social, obviamente, com um lucro maior, nós temos aí um impacto também negativo do ponto de vista fiscal.

Mas por isso estamos mais do que dobrando o lucro líquido, comparando 9M com 9M, com 2,4x em termos nominais. Em termos relativos, se eu pegar a margem de lucro líquido, o ganho de margem geral aumentou. Nós também quase dobrando a margem de lucro líquido da Companhia. Então, de novo, reforçando a capacidade de execução da equipe e o compromisso principal com a rentabilidade.

Vamos, sim, crescer, mas com rentabilidade. Se tivermos que escolher, a escolha será sempre rentabilidade. Mas temos espaço para crescer mercado, com fundamentos positivos, demanda saudável e crescimento seletivo de selecionar segmento com maior margem de contribuição, vamos, sim, continuar o crescimento das unidades de negócio.

Falando da parte de baixo do slide, reforço a rentabilidade sobre o capital investido, estamos trazendo três indicadores: dois de retorno, que é o ROE e o ROIC, e o nosso custo de dívida. Como o Edmar já comentou, nós temos evoluído na geração de valor através do retorno sobre capital investido. Então, vocês veem um ROIC evoluindo trimestre após trimestre, como já comentamos, é o quinto trimestre com evolução consecutiva, atingindo 10,2%.

O ROE, que mede o retorno sobre o nosso *equity*, também evoluindo trimestre a trimestre, atingindo 8,8%. E, obviamente, isso quando olhamos para os últimos doze meses, falando de ROIC e ROE. Se pegarmos a ponta, a Companhia tem evoluído muito. Então, a foto hoje, obviamente, é muito melhor do que 4 trimestres atrás, que também está contido nesse número.

Então, a nossa perspectiva, com bastante confiança, é que entramos, realmente, em uma trajetória cada vez mais ascendente para entregar resultados trimestre após trimestre, gerando valor cada vez maior para todos os nossos acionistas. E o custo de dívida, que caiu bastante, ajudando a aumentar esse *spread* entre o retorno sobre capital e custo de dívida de 4,4 p.p. Esse é um resumo dos indicadores que nos deixa bastante confiantes com o que vem pela frente.

Vamos, então, para o próximo slide para fazermos o fechamento da apresentação e abrir para perguntas e respostas. Aqui, nós deixamos uma mensagem que para nós é bastante significativa. A Movida tem se consolidado como uma empresa bastante diferenciada. Então, nós vemos as margens e os indicadores de rentabilidade colocando a Movida em um posicionamento diferente.

Nós já tínhamos um perfil de macro, mostrando a Movida com um posicionamento de DNA de servir, a nossa paixão por servir os clientes e também a questão de inovação muito forte. E, hoje, a Movida é a única locadora do país que realmente tem uma multiplataforma com soluções de mobilidade urbana. Cada vez com mais sustentabilidade.

Então, nós já falamos da parceria que fizemos com a E-Moving, trazendo a locação de bicicleta elétrica. Você já pode alugar pelo nosso site, inclusive. E a demanda está bastante interessante. Nós temos sido pioneiros em parcerias, como a que fizemos



junto à Eletropaulo. Também oferecendo soluções multimodais nos colaboradores, pensando não só em custo, mas em custo e no tempo do colaborador, com facilidade e até no gosto pessoal, trazendo mais proximidade com a marca.

E o troféu Frota Verde, já colocamos a questão do Carbon Free ter sido premiado, mas eu gostaria de citar um exemplo para mostrar que os consumidores têm se voltado para isso. Isso já era muito comum em alguns segmentos específicos da indústria e está cada vez mais forte, entrada na teia de decisão para a questão de sustentabilidade.

Um case interessante. Eu vou falar que eles divulgaram com um cliente nosso, a L'Oréal. Nós fizemos a renovação do contrato e um dos critérios de seleção foi a sustentabilidade. Então, todos os carros flex, tem uma política de consumo para priorizar etanol; um produto Carbon Free com critério exclusivo da Movida e um diferencial para a Movida trabalhar e para a renovação do contrato. Então, de forma bastante diferenciada.

Adicionalmente, nós também temos iniciativa e implantamos lavagem à seco em grande parte das lojas do estado de São Paulo. Isso tende a ser espalhado para todo o país. Hoje, só com o que já temos implantado, a economia é de 7 mil m³ de água por ano, contribuindo também na questão de sustentabilidade e cuidado do planeta. É um recurso chave, que é a água.

Para fechar aqui, eu gostaria de reforçar, é esse aí, que vocês estão vendo ao longo de toda a apresentação, o DNA da nossa gente. Ou seja, muita inovação, mas com muita paixão por servir os nossos clientes e *stakeholders*, que são os acionistas. Por isso, o compromisso também com a rentabilidade e a eficiência operacional.

Eu gostaria de registrar aqui o meu muito obrigado a cada um de nossos colaboradores pelo empenho e pela dedicação. Também agradecendo aos nossos fornecedores, aos nossos investidores, os apoiadores do sistema financeiro e todos os *stakeholders*. A Movida, agora, com a nossa espinha dorsal cada vez mais fortalecida. Nós temos certeza de que vamos, agora, desenhar uma nova etapa na estrada de geração de valor da Companhia. Essa é a principal mensagem. Então, para todos vocês, Partiu Movida, Partiu MOV13.

Obrigado, novamente, e vamos à sessão de perguntas e respostas.

Lucas Barbosa, Morgan Stanley:

Bom dia, Renato e Edmar. Obrigado pela oportunidade e parabéns pelos resultados. Eu tenho duas perguntas. A primeira é bem rápida. Na conta de fornecedores da Movida, houve um aumento por volta de R\$200 milhões, trimestre contra trimestre. Vocês poderiam dar mais detalhes sobre o que aconteceu na conta de fornecedores? E depois eu faço a segunda pergunta. Obrigado.

Renato Franklin:

Obrigado pela pergunta, Lucas. Basicamente, é o seguinte: você vê aí o crescimento de frota, então nós temos um crescimento grande, tanto no *rent-a-car* quanto no GTF, e, obviamente, a conta que é impactada em um primeiro momento é a conta de fornecedores. Você compra um carro e o valor fica ali na conta a pagar pelo prazo que nós temos com as montadoras. Basicamente é isso.

**Lucas Barbosa:**

Está ótimo, Renato. Muito obrigado. E a segunda pergunta é: nós temos visto alguns concorrentes de vocês crescendo o aluguel do fleet para o Vai Car. Nós estimamos que vocês também têm alguns carros na frota que vem do Vai Car lá no fleet. Vocês podem dar a ordem de grandeza? Nós estimamos que deve ser algo por volta de 3 mil a 4 mil carros que vocês têm na frota com Vai Car. Essa ordem de grandeza faz sentido?

Como vocês enxergam o crescimento desse cliente para 2019? Vocês enxergam algum risco diferente de crédito desse cliente, ou não? Como está o *pricing* desse cliente? É essa a pergunta. Muito obrigado.

Edmar Neto:

Oi, Lucas. Eu gostaria de lhe agradecer pela pergunta porque dá a oportunidade à Companhia de esclarecer um assunto que tem isso muito perguntado e muito ventilado baseado em *fake news* – para usar uma expressão que está na moda. A posição dessa companhia conosco, hoje, é de 100 carros. Eu vou repetir, caso você não tenha ouvido: 100 carros.

Saiu uma notícia na mídia, totalmente *misleading* e totalmente levando a um entendimento errado da coisa. Para fazer qualquer coisa adicional conosco, há uma necessidade de uma variação do crédito que está sob minha responsabilidade e que, portanto, eu garanto a você que não vai aumentar essa posição a menos que tenhamos algum tipo de garantia real colocado com a Companhia.

Então, esses valores que vocês têm repetido no mercado estão totalmente equivocados. O crescimento de frota que tem acontecido na Companhia se dá no *first year*; se dá à empresa multinacional, que o Renato acabou de citar algumas; se dá em frente nacional de primeira linha; e com uma inadimplência, de novo, muito baixa.

Reforçando mais uma vez o que temos colocado: estamos focados em execução de qualidade. Essa questão de sublocação, de jogar para Uber via um terceiro não faz parte da nossa política.

Você fique à vontade para ligar para o Uber e perguntar como está o desempenho da Movida em relação à inadimplência, à fraude, ao roubo nesse segmento, e você entenderá o que estamos fazendo. Mais uma vez, eu gostaria de agradecer pela sua pergunta, pois os seus números estão equivocados – 3 mil, 4 mil é coisa de doido. Estou dizendo a você que a Vai Car, neste momento, tem 100 carros conosco.

Lucas Barbosa:

Ótimo, Edmar. Ajudou bastante. Muito obrigado.

Victor Misusaki, Bradesco BBI:

Bom dia, pessoal. Parabéns pelo resultado. Eu tenho duas perguntas relacionadas ao crescimento e à margem. Com relação ao RAC, vemos no 3T a expansão de margem, mesmo com adição forte de carros e taxas de utilização estável, em torno de 77%, que é mais ou menos o nível do 2T. A minha primeira pergunta é se não houvesse essa adição de quase 5 mil carros no 3T, poderíamos considerar que essa taxa de utilização estaria rodando em torno de 80%?



E a segunda pergunta, também relacionada a crescimento, mas no caso do GTF. Quando olhamos a dinâmica mostrada por vocês na apresentação, a dinâmica de margem bruta e margem EBITDA, dá a entender que a principal diferença, ali, é por conta de ativação de carro. Minha pergunta é: se você não tivesse tanta ativação de carro, tanto crescimento, poderíamos esperar uma margem EBITDA na casa de 70%, que é mais ou menos o que vocês reportaram no 4T e no 1T deste ano?

Renato Franklin:

Obrigado pela pergunta. A primeira pergunta de RAC: a taxa de ocupação de 77%, só reforçar os principais valores. Temos conseguido aumentar a taxa de ocupação, mas aumentando todo trimestre o nosso NPS, que é o principal indicador para medir satisfação do cliente.

Então, a Movida que já era destaque em satisfação do cliente, temos evoluído cada vez mais, e nosso objetivo é realmente trabalhar para sermos reconhecidos como benchmark global em termos de nível de serviço de locação de carro. Se não tivéssemos adicionado carro no *rent-a-car*, provavelmente haveria um crescimento marginal na taxa de ocupação, mas não chegando a 80%, muito provavelmente capturaríamos um ganho adicional em preço.

Então, a receita por carro, sim, seria maior, mas provavelmente com um pouco mais de preço do que mais ocupação, um pouco mais de ocupação e mais preço do que ocupação.

Falando do GTF, realmente temos o custo de implantação, teríamos uma margem EBITDA maior. No entanto, estamos considerando um caso sem crescimento. Mas, com um crescimento normal, estamos falando de 60%, meio de 60, 70% é mais com coisa um pouco ex-temporário.

Então, pelo crescimento, pela nossa estratégia de passar um pouco do ganho, entregar bastante nível de serviço, entendemos nosso compromisso de frete, de ROIC e de rentabilidade, de ROE, com 60%, 65% para cima, já estamos em um patamar bastante confortável para o nosso plano de negócios.

Victor Misusaki:

Só uma última pergunta, Renato. Com relação aos Seminovos, com o relançamento da marca em setembro, você consegue dar algum número do que tem acontecido com o volume de venda mensal desde o lançamento?

Edmar Neto:

Não estamos abrindo número. Setembro foi melhor do que agosto e julho, e outubro foi melhor do que setembro. Então, temos discutido internamente o nível de *disclosure*, porque interfere em estratégia, abrimos bastante por canal no passado e chegamos a sofrer em alguns canais por conta da estratégia chegar às mãos do concorrente.

O que eu posso garantir é que está melhor, está evoluindo. Temos agora um compromisso de entregar todo trimestre uma evolução em volume e margem em relação ao trimestre anterior. Esse é o nosso compromisso que trará o Seminovos para o patamar que ele tem que estar, em linha com o que falamos de estar próximo ao *breakeven* no médio prazo, para podermos entregar todas as métricas de rentabilidade na Companhia, quando olhamos para o consolidado. É basicamente isso.

**Victor Misusaki:**

Ótimo. Obrigado.

Lucas Marquiori, Banco Safra:

Bom dia, pessoal. Dois pontos do meu lado. Primeiro no RAC, Renato, agora que vocês voltaram a crescer e arrumaram a casa na questão dos processos, o que você está vendo de crescimento de volume para o RAC no ano que vem; crescimento do mercado doméstico? Como dá para esperar esse volume se comportando em 2019? Essa é primeira questão.

E a segunda, Edmar, se puder passar para nós um pouco da visão para os Seminovos no ano que vem, mais ou menos, a expectativa de volume que vocês esperam vender no ano que vem, e se podemos manter a nossa estimativa de margem no *breakeven* nos Seminovos no ano que vem. É isso, pessoal. Obrigado.

Renato Franklin:

Obrigado, Lucas. Falando sobre o crescimento do RAC, o mercado ainda é muito 'subpenetrado'. Então, temos trazido mais de 50 mil novos clientes por mês para a nossa base. Então, o que era 30 mil há um ano e pouco, hoje são 50 mil novos CPFs para a nossa base. E temos aumentado ainda a questão da fidelização dos nossos clientes, uma vez que priorizamos os canais diretos, os canais online, um relacionamento muito próximo com o cliente.

Então, o mercado continua positivo. Uma recuperação do ponto de vista econômico tende a trazer uma demanda maior para o setor, na questão de viagens corporativas, que tende a voltar e está em um patamar muito mais baixo do que há três anos, o que tem compensado isso é a questão da mobilidade urbana, a pessoa física, da pessoa que entrou e passou a alugar carro, isso tudo. Então, vemos bastante demanda.

Então, o que eu vejo? Sem dar números, vemos o seguinte – só o *carry over* do nosso crescimento trará mais de 10% de crescimento para o ano que vem. Vamos ter, sim, olhando para o balanço, com disciplina financeira, um crescimento de frota gradativo que contribui para algum adicional de receita, mas o principal ponto aqui é que esse fundamento positivo de demanda nos permite manter a seletividade do crescimento, a priorização do segmento com maior margem de contribuição, evoluindo a margem operacional do negócio de *rent-a-car*.

Edmar Neto:

Com relação a Seminovos, achamos que é possível atingir o *breakeven* de margem no 2S19, com aumento de volume e com uma nova depreciação. Com relação ao volume, como Renato falou, o ponto de pressão é o 3T e, daqui para frente, o volume aumenta. Ainda estamos discutindo o orçamento.

Então, é real, com foco no nosso conselho. Então, adiantar se será mais para um lado ou mais para o outro, ainda está assim. Mas, de maneira geral, sim, você está certo na sua premissa de melhoria de margem. E, dois, o volume aumentará porque a frota aumentou.

Lucas Marquiori, Banco Safra:

Obrigado, pessoal. Bom dia.



Adeodato Neto, Eleven Financial:

Bom dia a todos. Obrigado por pegarem minha pergunta, e parabéns pelos números. Duas coisas bastante objetivas: temos uma tendência de inversão do CDI, mas uma mudança substancial na característica do *business* mesmo, então você acha que traçando uma meta as duas coisas, ainda há espaço para fazer uma troca de dívida, enfim, por todos os meios que estejam disponíveis, que venham a reduzir ainda mais o custo médio do consolidado?

E a segunda pergunta é em relação ainda à operação de Seminovos. É um ponto que eu volto recorrentemente com vocês. Como vocês estão sentindo a concessão de crédito na ponta para o cliente final? E se vocês estão vendo positivamente, uma vez que isso seja verdade, se tem movimento relevante de F&I para agregar nessa operação. Obrigado.

Edmar Neto:

Oi, Adeodato. Obrigado pela pergunta. Eu vou responder às duas. É Edmar falando. Basicamente F&I tem contribuído para essa manutenção de margens de Seminovos em cenário desafiador. Como parte do nosso dever de casa, temos aumentado a penetração. Não damos *disclosure*, mas os resultados do ano têm sido muito positivos. Esse é o primeiro ponto.

O segundo é que não temos sentido, pelo menos no nosso caso, nenhuma retração do apetite a crédito seja de qualquer instituição financeira, seja de banco, de *leasing*. De fato, temos conseguido avançar bastante. Esses são os dois aspectos ligados a Seminovos. Com relação à dívida, conseguimos, ao longo desses 18 meses, transformar boa parte do que era percentual de CDI em CDI mais alguma coisa, em CDI mais spread. Então, esse é o primeiro ponto.

O segundo, como você viu, ficamos com um cronograma muito mais confortável. Terceiro, discutimos constantemente com as agências de *rating* tudo o que fazemos em função dos últimos meses, certamente conversaremos com elas para entender se é possível uma requalificação da Companhia. A nossa expectativa para os próximos meses é positiva. Enfim, mudamos de patamar. Tudo isso nos ajudaria a eventualmente conseguir acessar o mercado e ter coisa mais barata.

A nossa visão é que sim, pode haver um aumento da taxa de juros. Não deve ser nada muito relevante, mas apenas lembrando que construímos essa Empresa – eu não estava aqui na maior parte do tempo – com um CDI de 14% e depois de 8%. Então, se qualquer mexida de um ponto percentual ou coisa assim, certamente conseguiremos mexer no que for preciso, seja do ponto de vista do custo, seja do ponto de vista da receita, para poder acomodar. De novo, o compromisso é rentabilidade.

Então, empacotando tudo que eu acabei de falar, vamos continuar ativos em mercado, estamos olhando as oportunidades e olhando sempre para requalificar o *rating* da Companhia e, consequentemente, reduzir o custo de captação. Somos capital aquecido. É isso.

Vou ler algumas perguntas da internet, para não deixar as pessoas desassistidas. Rapidamente. O Ricardo perguntou sobre a Avis. Estamos aguardando uma manifestação do CADE. Na realidade, temos uma expectativa positiva, mas ainda é cedo para dizer. De novo, estamos esperando a aprovação.



Há uma pergunta do Rodrigo sobre dividendos. Para nós, dividendos substituem os juros sobre capital próprio, como eu já falei. Estamos aumentando o *payout*, que era de 25 e passou para 35, com pagamento em abril de 2019. Então, basicamente essas são as perguntas que estamos enxergando aqui.

Lucas Barbosa, Morgan Stanley:

Oi, pessoal. Obrigado por pegarem mais uma pergunta. Vocês comentaram um pouco sobre a dinâmica do RAC, que vocês seguraram alguns carros justamente para reestruturar o Seminovos e aproveitar o bom momento do mercado. Por causa disso, a idade média da frota do RAC ficou razoavelmente equipável trimestre contra trimestre, na comparação trimestral, mesmo tendo um investimento forte na compra de veículos. Eu gostaria de entender o que vocês estão enxergando para o 4T18 e para o 1T19? Se a frota envelhecerá um pouco mais, ou não? E, caso a frota envelheça um pouco mais, vocês acham que isso afeta o custo de operação de veículo ou o preço de venda de veículo? A pergunta é basicamente essa. Muito obrigado.

Renato Franklin:

Obrigado pela pergunta, Lucas. Basicamente é o seguinte: a idade média é um fator que usamos para ter uma noção do estado da frota, mas vale lembrar que a precificação de um seminovo, um mês ou um mais usado, dois meses, isso muda muito pouco. O que muda muito é a quilometragem. Então, nosso foco para o giro do ativo é realmente desativar os carros que estão com média de quilometragem um pouco mais alta.

Com isso, conseguimos, apesar de ter uma idade média um pouco crescente, reduzimos um pouco a quilometragem média da nossa frota, que é o que mais impacta o custo de manutenção. Então, o que vemos para frente, conseguindo manter essa estratégia de reduzir a quilometragem média da frota e, com isso, não ter impacto em custo de manutenção.

E, como já dissemos, Seminovos agora começa a evoluir em volume e margem, contribuindo para o giro do ativo e para mantermos a idade média próxima desse número. Ela deve crescer um pouco, mas mantendo a quilometragem média daqui para baixo, que é um fator importante para o NPS e para a valorização do seminovo.

Lucas Barbosa:

Está ótimo, Renato. Ajudou bastante, muito obrigado.

Pedro Bruno, Santander:

Bom dia, pessoal. Obrigado pela pergunta. É só um *follow-up* com relação à alíquota efetiva de imposto. Desculpem-me se vocês comentaram no início, mas eu queria só entender qual nível vocês enxergam como recorrente agora, depois da mudança do *payout* e do JCP. Este trimestre foi bem baixo. Vocês até mostram na apresentação o nível nos últimos 12 meses e a cada trimestre. Apenas para ter uma ideia do que vocês imaginam por trimestre e como recorrente para frente. Obrigado.

Edmar Neto:

Oi Pedro. Como eu costumo dizer, isso é o que tem para hoje. Em função dos resultados, a decisão do Conselho foi aumentar o *payout*, e para mudar isso, depende da dinâmica de resultados, das decisões do Conselho e de liquidez. Mas, uma vez que



estamos em um cenário positivo, esses 35% serão mantidos daqui para frente. Qualquer coisa adicional depende obviamente de decisão do Conselho.

Mas é para mostrar que estamos em um patamar. É diferente, isso ajuda na redução do capital investido, portanto no cálculo de ROIC. Nós entendemos que é uma maneira de retornar o dinheiro aos acionistas que têm nos apoiado ao longo do tempo. Então, acredito que é uma boa notícia para todo mundo.

Pedro Bruno:

Sem dúvida. Obrigado, Edmar. Só um *follow-up* rápido com relação à alíquota efetiva de IR em si para os próximos trimestres. Você tem alguma ideia que possa nos dizer? Obrigado.

Edmar Neto:

O que está é 22% Se mantivermos os 35% de *payout*, ficaremos em 20% ou abaixo.

Pedro Bruno:

Perfeito. Obrigado.

Operadora:

Não há mais perguntas. Passo a palavra ao *management* da companhia para as considerações finais. Por favor, podem prosseguir.

Renato Franklin:

Pessoal, eu gostaria de agradecer a presença de todos. Sem dúvida alguma, quem está acompanhando a história da Movida desde o IPO, é fácil notar que os dados mostram a evolução consistente em entrega, execução, maturidade do *Management* da Companhia. Realmente estamos bastante confiantes com a equipe que foi montada, com o trabalho que tem sido feito e com os resultados que temos a entregar.

A grande mensagem é: entregamos bastante, mas teremos muito mais a entregar. Muito obrigado pela confiança, e “partiu, Movida!” Obrigado.

Operador:

A teleconferência da Movida está encerrada. Agradecemos a participação de todos. 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”.