

Resultados do 1T20
Rodobens (RDNI3 BZ)
14 de maio de 2020

Operadora:

Bom dia. Sejam bem-vindos à teleconferência da RNI referente aos resultados do 1T20. Estão presentes os senhores: Carlos Bianconi, Diretor Presidente e de Relações com Investidores; e Felipe Rodrigues, Gerente de Relações com Investidores.

Informamos que este evento está sendo gravado e traduzido simultaneamente, e que, durante a apresentação da Empresa, todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas apenas para analistas e investidores, quando mais instruções serão fornecidas. Caso alguém necessite de assistência durante a teleconferência, por favor, solicite a ajuda de um operador, digitando *0.

Este evento também está sendo transmitido simultaneamente pela internet via *webcast*, podendo ser acessado no endereço ri.rni.com.br, onde se encontra disponível a respectiva apresentação.

Gostaríamos de esclarecer também que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência relativas às perspectivas de negócios da RNI, projeções e metas operacionais e financeiras constituem-se em crenças e premissas da Diretoria da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis. Elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, da indústria e outros fatores operacionais podem afetar o desempenho futuro da RNI e conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Carlos Bianconi, que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. Carlos Bianconi, pode prosseguir.

Carlos Bianconi:

Bom dia a todos. Sejam todos muito bem-vindos ao nosso *call*. É muito importante estar levando até vocês a nossa mensagem e os detalhamentos dos números e do comportamento da Companhia neste 1T20.

Vamos aos destaques. Nos principais destaques da Companhia, temos vendas do Minha Casa, Minha Vida crescendo nas comparações trimestrais. Então, como já dito em eventos anteriores, nossa estratégia de massificação e predominância no produto do Minha Casa Minha Vida vem sendo cumprida. Então, tivemos um crescimento nas vendas deste produto.

Em nosso *land bank*, atingimos R\$5 bilhões de VGV ao final do 1T20. Então, tivemos mais um crescimento nessa linha. E esse *land bank*, também, é predominantemente direcionado ao Minha Casa Minha Vida Faixa 3, prioritariamente, 2 e 2,5.

Outro ponto é o resultado financeiro, que totaliza R\$6,8 milhões. Ele foi impulsionado principalmente pelo IGP-M, que andou até em percentuais de crescimento em relação aos outros meses e ano, é a equalização anual.

A taxa média da dívida de produção apresentou redução, então tivemos uma queda no custo financeiro de produção, do plano empresário e os fundings direcionados à execução, de 2 p.p. quando comparamos ano a ano.

Na margem do resultado futuro, margem REF, rompemos os 30%. Então, a estratégia da Companhia vem em linha com os produtos, que tendem a andar entre 28% e 30%, 31%. Então, já conseguimos emplacar os 30% para resultado futuro, onde, na medida em que formos executando as obras, estamos fazendo as vendas. Vocês notarão mais à frente que, em grande parte dos empreendimentos, ainda não iniciamos as obras. Então, por conta disso, ainda não estão na DRE. Mas essa margem REF está sendo constituída e, tão logo iniciemos o PoC, começamos a tangibilizar isso nos resultados.

Vou passar a palavra agora para o Felipe, para dar prosseguimentos aos resultados operacionais e financeiros. Felipe?

Felipe Rodrigues:

Bom dia. Vou começar pelos resultados operacionais, no slide seis, falando de lançamentos. No trimestre, fizemos apenas um lançamento – na verdade, foram dois, mas um empreendimento, High Redentora, e apenas a quinta fase de um loteamento em Goiânia.

Falando especificamente sobre o High Redentora, ele é um SBPE econômico, que fica no bairro Vila Redentora, em São José do Rio Preto. Este empreendimento foi lançado em janeiro, com VGV de R\$56 milhões. Atualmente, no final de abril, já se encontrava 35% vendido.

Tínhamos também mais dois empreendimentos para lançar, ambos dentro do Minha Casa Minha Vida, um em Goiânia e outro em São Paulo, Capital, porém esses dois nós suspendemos devido à pandemia do coronavírus. Nesses empreendimentos, temos feito *meetings* virtuais, temos acompanhado a demanda dessas praças e, tão logo melhorem as condições, lançaremos os dois produtos.

No slide sete, temos algumas fotos do High Redentora. Ele é um SBPE econômico, seu ticket médio gira em torno de R\$340.000.

Já no slide oito, falando um pouco sobre vendas líquidas, tivemos um crescimento razoável nas vendas líquidas em relação aos últimos três trimestres: R\$76 milhões no 1T, e conseguimos recuperar VSO de 7% para 10%. Os destaques do trimestre foram justamente o High Redentora, que lançamos em janeiro, e os lançamentos do 4T19.

Alguns destaques importantes dessa venda líquida: 2/3 dela referem-se a produtos recém-lançados ou sem obra iniciada, e apenas 6% de estoque concluído. Mais à frente entenderemos por que essa informação é importante.

A boa notícia de venda é que os lançamentos que fizemos em 2019 estão com uma boa velocidade de vendas, e por isso houve esse crescimento aqui.

Passando para o slide nove, estoque. O estoque andou de lado em relação ao fim do ano passado, uma queda de 2%, impulsionada principalmente pela queda de 9% no estoque do Minha Casa Minha Vida. Como não houve lançamentos, e uma boa velocidade de venda dos produtos nesse segmento, o estoque no Minha Casa Minha Vida caiu 9%.



Por outro lado, o estoque do loteamento saiu de R\$54 milhões para R\$65 milhões, um crescimento de 22%, impulsionado por esse pequeno lançamento da fase de um loteamento em Goiânia, mas, principalmente, pela venda líquida negativa que reportamos no segmento de loteamento.

Porém, quando olhamos os gráficos de baixo, o estoque por ano de lançamento, vemos um estoque muito recente ainda. Metade dele foi lançada de 2019 para cá e 70% de 2018 para cá, já sob a nova estratégia.

Esse estoque é apenas 14% concluído, e 70% dele têm entrega prevista de 2022 em diante, o que significa que, apesar de o estoque ter andado de lado, ele ainda é muito novo. A maior parte desse estoque ainda está em andamento. Então, estoque concluído para a Companhia, hoje, não preocupa.

Agora falarei rapidamente sobre os resultados financeiros do trimestre. No slide 11, temos um comparativo da DRE do 1T20 em relação ao 1T19. A receita líquida sofreu uma queda de 29%, e essa é a dor da contabilidade do setor.

Primeiro, o fato que eu dei, de que 66% das vendas líquidas referem-se a produtos recém-lançados ou sem início de obra, produtos que ainda têm um baixo nível de PoC, o que significa que a receita proveniente dessas vendas virá na margem REF. São resultados futuros, que serão apropriados conforme essas obras andarem.

Outro ponto que afetou a receita: paralisação de obras devido à pandemia. Algumas obras pararam no final de março, início de abril, e isso afeta, também, a evolução de obra desses empreendimentos.

Três: os empreendimentos que lançamos ao final de 2019, tínhamos o início de obra deles previsto agora, para o 1T20, e também não iniciamos. Isso também afetou o recebimento deles.

E, por último, apenas 6% das vendas foram de estoques concluídos. No 1T19, 36% foram de estoque concluído. Estoque concluído é aquele em que você vende receita integralmente, no ato da venda, e esse índice foi muito baixo no 1T20.

Por outro lado, enquanto temos a receita caindo 29%, o lucro bruto andou de lado; até cresceu 2%. O que isso significa? Que a rentabilidade dos produtos, da nova estratégia, esses novos produtos estão com rentabilidade maior. A margem bruta crescendo 6 p.p., justamente comprovando que esses novos produtos têm a rentabilidade que esperamos. E conforme eles vão ganhando corpo dentro do resultado e o legado vai saindo, essa margem bruta vai crescendo ao longo do tempo.

Um destaque negativo na DRE: equivalência patrimonial, R\$-2,5 milhões. O Recanto das Emas, que é um empreendimento com parceiro, reportou venda líquida negativa. É um empreendimento concluído; então, toda vez que ele tem um distrato maior que a venda, ele afeta muito a linha de equivalência patrimonial, e isso aconteceu no 1T.

Mais do que compensando isso, o resultado financeiro, o IGP-M é sempre M-2, como consideramos. Então, os IGP-Ms de novembro e dezembro foram muito fortes, e isso impulsionou nossa carteira de recebíveis e, portanto, nosso resultado financeiro foi muito bom no trimestre.



Tudo isso junto levou, então, ao prejuízo líquido do controlador de R\$7,3 milhões, 25% abaixo do prejuízo do 1T19.

No slide 12, trouxemos justamente isso, como essa queda na receita pode ser justificada pelo *mix* de vendas; vendas de produtos com baixo PoC gerarão menos receita e mais resultado no exercício futuro, que é aquele que vai apropriando ao longo da obra.

O slide 13 é muito interessante de analisar. A linha verde é a margem bruta REF, e a linha azul, a margem bruta ajustada. Hoje, a margem bruta ajustada é justamente o que era a margem bruta REF ao final do 1T19, o que significa que a margem bruta REF é uma tendência do resultado futuro. Ou seja, o que é a nossa REF, hoje, será nossa margem bruta ajustada no ano que vem, na apropriação desses resultados.

Ou seja, conforme a margem bruta REF avança – ao final do trimestre ela rompeu 30% –, é um indicativo de que o resultado tende a ultrapassar essa margem, ou pelo menos atingi-la conforme esses produtos avançaram; ou seja, ao longo do ano que vem.

E isso se comprova no slide 14, justamente a evolução da margem bruta REF ao longo do tempo, conforme os novos empreendimentos são lançados e vão integrando o resultado do exercício futuro.

Por último, falando de caixa e dívida, o saldo de caixa do 4T19 para o 1T20 sofreu um tombo relevante. Isso ocorreu devido a uma operação que realizamos no mês de março. Compramos um CRI tomado em 2017 e faríamos uma nova emissão logo na sequência. Eram duas pernas de operação.

Porém, a primeira perna ocorreu na semana da pandemia, e a segunda perna, que seria o reembolso, acabou ficando suspensa, porque todos os bancos ficaram restritivos, ninguém entendeu o cenário, e aí essa segunda perna da operação não aconteceu, e por isso fechamos o trimestre com esse saldo de caixa tão baixo.

Porém, essa operação já está em via de ser desembolsada. São R\$40 milhões que entrarão no caixa agora, em maio, e esse caixa deve normalizar.

Além disso, a RNI também fez a captação de CCB em abril, no total de R\$50 milhões, por conservadorismo e buscando proteção financeira para passar por essa pandemia, que ainda não sabemos mensurar por quanto tempo e qual será sua intensidade.

No período, tivemos um consumo de caixa de R\$50 milhões, natural para a operação. Estamos em um momento de entressafra, e esperamos que esse caixa se normalize ao longo do ano. Esperamos um equilíbrio de caixa no ano de 2020, apesar desse consumo no 1T.

Vale lembrar que temos três entregas de SBPE – uma já aconteceu no 1T – ao longo do ano. Então, esperamos um volume forte de entrada de dinheiro proveniente do repasse desses empreendimentos.

Com relação à carteira de crédito, temos acompanhado casa a caso, todas as solicitações de *waiver* e solicitações de distrato. Obviamente, a inadimplência deve começar a se mexer, mas a RNI tem um comitê de crise. Todas as medidas financeiras e de proteção de caixa estão sendo tomadas.



Então, apesar de ser um momento muito complicado, muito difícil, do qual ninguém sairá ileso, estamos preparados, sempre monitorando e buscando mitigar os efeitos.

Por último, para fechar, queríamos enaltecer o apoio que a Empresa tem recebido da Abrainc e da Caixa Econômica Federal com as medidas. Isso tudo tem ajudado muito o setor, de maneira geral.

Os resultados da RNI foram esses. Vou devolver a palavra agora para o nosso CEO, Bianconi, para ele fechar com a mensagem final. Obrigado a todos, e até mais.

Carlos Bianconi:

Obrigado, Felipe. Como mensagem final, queria passar alguns pontos que entendemos que são os pilares para condução dos negócios dentro do contexto que estamos vivendo hoje.

O primeiro ponto da minha mensagem final é: nós constituímos um monitoramento efetivo durante o início da pandemia, e isso vem se mantendo, com reuniões sistematicamente toda semana. Esse monitoramento é efetivo para enfrentar o COVID, e é feito através desse comitê de crise. Discutimos negócios, discutimos muito a questão de caixa, porque caixa é um mandamento importante e temos que preservá-lo, constituir atividades e diretrizes na Companhia para que se preserve o caixa, o que, em momentos de crise, é o principal mandamento. Obviamente, devemos manter o cuidado com todas as frentes.

Os *meetings* virtuais. Como vocês podem ter notado na matéria que saiu hoje no Valor, nosso desempenho em vendas voltado pelo canal digital. Estamos tendo uma originação muito grande, e uma conversão muito grande, também, em função da nossa condição de empresa que já estava com todo o seu portfólio na plataforma digital para operar.

Então, estamos operando desde a originação de um *lead* até a transformação desse *lead* em um cliente final, em uma vida. A assinatura do contrato, inclusive, é feita de forma eletrônica. Estamos desenvolvendo nossas atividades, todas elas amparadas pelo canal digital, transmitindo e mantendo toda a segurança necessária para o cliente. O cliente, de dentro da sua casa, pode realizar desde a experiência virtual, o tour virtual, tudo isso, conhecendo a unidade, olhando o decorado, tudo pelo seu smartphone; e a conclusão e assinatura da venda, também.

Amparados por esses *meetings* virtuais, estamos fazendo dois pré-lançamentos: estamos fazendo uma avaliação de mercado através de pré-lançamento, pré-venda, e não o lançamento efetivo. São os produtos de Nova Jaconã, em São Paulo, e Estação RNI, em Goiânia.

Estamos nos utilizando dessas ferramentas, e estamos evoluindo muito bem através desse canal. A tendência é intensificar cada dia mais. É um canal eficiente, produtivo e com custo muito interessante.

A capacidade digital, de manter ativa e motivada a força de vendas. Nós trabalhamos com *house* e parceiros. Nós temos imobiliária *house*, própria, e as imobiliárias parceiras em todas as cidades em que atuamos.

E estamos conseguindo essa transformação digital de forma bem dinâmica, bem rápida. A motivação da força de vendas tem, em alguns pontos, até superado nossas expectativas. Nós



imaginávamos que teríamos alguma resistência, mas muito pelo contrário, a aderência está sendo quase que unânime.

Em paralelo, nós temos também o apoio da Caixa Econômica Federal e Abrainc, que têm auxiliado muito o setor. Elas têm tido conquistas importantes, têm conseguido evoluções muito importantes para o nosso setor da construção civil. E nós, principalmente, por conta do Minha Casa Minha Vida, e as regiões em que atuamos também; sempre deixamos muito claro que, em função da nova estratégia, que traçamos a partir do início de 2019, as macrorregiões e regiões em que estamos atuando são todas mais voltadas para o interior do Brasil, agronegócio etc. E o produto Minha Casa Minha Vida tem sido muito resiliente. Até o econômico horizontal tem mostrado um desempenho muito satisfatório.

As vantagens competitivas da nossa Companhia, da RNI: estamos fora dos grandes centros; os produtos Minha Casa Minha Vida e SBP horizontal têm se mantido resilientes, como eu disse há pouco, e rentáveis. Entendemos que temos um déficit habitacional no país, predominantemente situado no produto Minha Casa Minha Vida, que é a primeira moradia, exatamente onde nós entramos, e no SBP horizontal, que são unidades de preço médio de R\$280.000 a R\$350.000, e que tem tido um desempenho satisfatório em vendas e rentabilidade.

Múltiplos atrativos. Nós somos uma Companhia que ainda oferece uma condição em relação aos pares do setor de *price to book value*, o RDNI3, hoje, influenciado por tudo que está acontecendo em termos de bolsa de valores e comportamento no mercado de capitais, em 0,4x. Somos uma Companhia que tem muito mais a oferecer do que essa relação de 0,4x. Continuamos sendo uma empresa muito atrativa para quem quiser investir.

Era isso que eu tinha para passar aos senhores.

Felipe Rodrigues:

Bianconi, antes de abrir para o Q&A, posso ler duas perguntas que chegaram pelo *webcast*?

Carlos Bianconi:

Por favor.

Felipe Rodrigues:

O Christian Borges perguntou sobre equivalência patrimonial dos loteamentos em Goiânia, justamente esses R\$-2,5 milhões na DRE. Ele pediu para comentar um pouco como a RNI enxerga isso nos próximos trimestres.

E o Marcelo Maturano, também acionista, pergunta, dentre as macrorregiões delineadas pela Companhia, quais delas já reativaram a economia?

Carlos Bianconi:

Vamos para a primeira pergunta, então, do Christian. Obrigado pela pergunta. Realmente, esse empreendimento de Goiânia é um loteamento de baixa renda. O que provocou essa reversão de equivalência? Foi que tivemos um distrato de 100 lotes lá. Distratamos, no mês de março, 100 lotes, e vendemos quase nada. Foi um mês de reposicionamento. A carteira desses 100 lotes deteriorou, a inadimplência aumentou, e foram distratados.

Quando você distrata, é um empreendimento que tem uma margem muito elevada, é uma margem grande, e automaticamente, por ele já estar pronto, entregue etc., qualquer distrato que você faça e não tenha a venda equivalente prejudica o resultado.

É um empreendimento com sócio, onde temos 50%, e essa carteira tende, acreditamos, até em função do momento que estamos vivendo, a manter esse comportamento de renegociações e alguns distratos. Não nessa proporção, mas imaginamos que haja algum movimento nesse sentido. Mas, já em abril, vendemos 24 unidades. Então, em abril, já tivemos um comportamento positivo no loteamento.

É uma característica desse produto. Você fica vinculado ao *behavior* do cliente. Você tem essa carteira e, às vezes, ela corrói um pouco o resultado. Vimos acompanhando isso, e fazendo um acompanhamento de renegociação e de condição do cliente muito em cima. É um acompanhamento diário de uma célula de cobrança.

Sobre a segunda, obrigado, Marcelo, pela pergunta. Das macrorregiões em que temos atuação, as que já havíamos ativado, em que já lançamos produtos, que são as do Centro Oeste, no caso, Cuiabá, Rondonópolis, Várzea Grande, essas macrorregiões estão bem reabilitadas. Estamos tendo desempenho de vendas dentro do esperado. Não tivemos queda, até porque são regiões que têm certa resiliência, por conta do agronegócio.

Goiânia é onde está esse loteamento, e esse loteamento é gestão do sócio, não é nossa, mas estamos também já testando um produto na praça, como já veiculamos no jornal e eu comentei um pouco atrás; um produto Minha Casa Minha Vida. Estamos notando que tem mercado, o mercado está habilitado, e estamos fazendo os testes. Pela volumetria da procura e o cadastramento de clientes, temos notado que temos um desempenho satisfatório.

Vale lembrar que não tínhamos produto nenhum. Adquirimos a área no ano passado, aprovamos o projeto, e agora estamos prontos para lançar o primeiro produto.

Nas demais, que são Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo – interior do estado de São Paulo –, São Paulo já vem se mantendo sistematicamente. Nós temos produtos. Em São José do Rio Preto especificamente, temos o São Marcos, que está performando, que é Minha Casa Minha Vida, vertical; temos o Green Home, que, como o Felipe antecipou, é um dos produtos SBPE que estamos entregando agora, e está bem vendido. Vamos acompanhar agora a conversão dessas vendas em repasse bancário, para amortização do PJ, como é de praxe.

Temos o Rondonópolis também, que é um produto vertical, outro da performance deste ano, e que vamos converter as pessoas físicas repassando as chaves agora, para amortização de PJ; e Arvo Lacerda Franco, de São Paulo.

Então, de maneira geral, falando sobre essas principais macrorregiões, estamos mais na linha de constituir REF. Exceção dos produtos que já vimos acompanhando a evolução, que são vendas e execução de obras, estamos muito confiantes de que, caso não tenhamos danos maiores por conta da pandemia, e esperamos que o Brasil se reabilite o mais rápido possível, vemos uma possibilidade de constituição de resultado consistente, sim.

Haja vista que, lá na curva de vendas para trás, como o Felipe demonstrou, 66% das vendas são de produtos de obras ainda não iniciadas. Nós temos Ourinhos aí no meio, temos

Palhoça, que é Santa Catarina, temos Cuiabá, que é Minha Casa Minha Vida, temos Rondonópolis.

Em todos esses produtos, iniciariamos as obras agora, e nós adiamos o início das obras, conforme tem uma série de concessões. A própria Caixa Econômica Federal criou um *waiver* de seis meses para acomodarmos em virtude de tudo que está acontecendo no país. Então, essas obras começarão por volta de setembro. A partir daí começaremos a ter a sensibilidade na DRE, no PoC desses produtos.

De maneira geral, até por estarmos explorando bastante o canal digital, por uma conversão importantíssima, imaginamos as macrorregiões se sustentando e contribuindo para geração de resultado global na Companhia.

Felipe Rodrigues:

Temos uma pergunta do Regis, também. Ele pergunta: “em tempos de juros baixos e COVID-19, qual é a visão da RNI com relação ao imóvel voltar a ser um ótimo ativo de investimento?”.

Carlos Bianconi:

Obrigado pela pergunta. É uma pergunta muito boa, porque o imóvel, a casa do brasileiro, a nossa casa passa a ser porto seguro. Sempre foi, mas, mais do que nunca, agora, pelo evento da pandemia, estamos todos em home office, todo mundo trabalhando de casa; algumas atividades específicas sendo desenvolvidas fora de casa, mas com muito acompanhamento, com acompanhamento sanitário importantíssimo. E isso está acontecendo, inclusive, nas obras que estão em execução. Estamos apenas com uma obra suspensa, que é a de Pacatuba. Todas as outras obras estão rodando normalmente, com todos os acompanhamentos.

Hoje, nosso principal produto é condomínio horizontal de casas de baixa renda, do Minha Casa Minha Vida faixa 3. As casas por si só, agora estão tendo utilização intensa, por conta do home office. Mas também, o home office intensificou ficarmos trancados no escritório.

Os nossos condomínios de casas proporcionam uma descompressão. Então, o cliente está trabalhando em casa, ele está na unidade habitacional, mas ele pode usufruir de uma área comum, o que é importantíssimo para ele fazer a descompressão. Então, ele sai da casa, dá uma volta, tem área comum. Diferentemente de uma unidade habitacional vertical, em que ele acaba ficando um pouco mais restrito, e muito focado no home office.

Então, estamos pensando muito nessa questão da descompressão, que já existe no condomínio horizontal, mas estamos criando ambientes específicos para isso, que são ambientes que tenham um pouco mais de verde, um pouco mais de natureza, onde o cliente pode respirar ares diferentes e voltar para sua produtividade dentro de casa.

Então, a unidade habitacional é uma unidade inteligente, é uma unidade otimizada. São metragens características do setor, unidades habitacionais em torno de 44 a 50 m², mas que proporcionam todo esse bem-estar por conta do espaço que elas têm no quintal, e até na área comum, de maneira geral.

Temos pensado muito nisso. Já vínhamos pensando nessa qualidade de vida para o cliente do Minha Casa Minha Vida que adquiriu uma unidade habitacional da RNI, que onde, em termos de área exclusiva dele, ele tem um lote médio de 119 a 121 m², onde normalmente



ele faz alguma ampliação no fundo, uma área de lazer específica dele; e também, ele tem toda a outra área, que é a área comum de todos os condôminos, para usufruir.

Nesse ponto, o valor agregado para o cliente é muito grande, tratando-se de um cliente de baixa renda, que é importantíssimo para a nossa Companhia que ele tenha uma utilização do imóvel de forma inteligente e saudável.

Felipe Rodrigues:

Temos uma última pergunta, do Fernando. Ele perguntou se as obras continuam paradas, e você já respondeu, mas, além disso, ele perguntou se a RNI já verifica algum aumento na taxa de juros cobrada nos financiamentos.

Carlos Bianconi:

Quanto a obras, eu gostaria de ratificar novamente, nas nossas obras, temos zero episódio de acontecimento relativo ao COVID. Temos a medição de temperatura de todos os prestadores de serviço, todos os colaboradores. São feitos os monitoramentos. Se temos um colaborador novo, um terceirizado novo que comece a atuar na obra, antes de atuar, ele passa por uma triagem. Dependendo das pessoas com quem ele interage quando ele sai da obra, familiares, ele tem um tratamento diferenciado. Então, estamos obedecendo 100% dos protocolos da saúde, mesmo.

Com respeito às taxas, não tenho informação exata, mas pelo comportamento que tivemos da queda da Selic no último Copom, e a expectativa de mais uma queda, temos ouvido alguma coisa nesse sentido, e eu acredito que as taxas, em vez de aumentarem, tendem a se manter, ou até, em algum momento, terem alguma redução. Não temos essa informação, mas a expectativa é essa, até por conta de que o custo do financiamento diminuiu.

Já esperávamos uma redução nas taxas do Minha Casa Minha Vida por conta do descasamento com SBPE. As taxas de Minha Casa Minha Vida vêm desde o lançamento do programa, em 2009, que são 8% e 6%. A expectativa é que se reduzam consideravelmente.

Mas como estamos vivendo esse momento de pandemia, e a cada dia tem uma nova expectativa em termos de futuro, eu prefiro trabalhar com o que temos hoje, que é a capacidade creditícia do cliente de hoje, a capacidade de renda, e as taxas que estão rodando nas esteiras dos bancos, principalmente Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil.

Operadora:

Obrigada. Não havendo perguntas, gostaria de passar a palavra para o Sr. Carlos Bianconi, para as últimas considerações. Por favor, Sr. Carlos Bianconi, prossiga com suas últimas considerações.

Carlos Bianconi:

Queria agradecer a todos que estão nos ouvindo. Dizer que continuamos firmes na linha de desenvolvimento e crescimento do produto; a massificação do produto e consolidação da rentabilidade, como vemos nos números, ainda não refletidas em nossa DRE, mas por conta do PoC, que começa a ser intensificado a partir da execução de obras, como eu disse, a partir de setembro.

E temos as obras que estão em andamento que ainda não são 100% produto da nova estratégia. Temos ciclos acabando e ciclos iniciando.

E a nossa condição, hoje, de estoque pronto baixo, como vimos na apresentação, nossa proporção de unidades prontas, que é realmente o que custa, estamos falando em 14% do estoque, R\$93 milhões, contra 86%, que são os R\$579 milhões de unidades em produção.

Hoje, somos uma Companhia preparada para o digital, estamos atuando na frente digital, proporcionando para o nosso cliente maior comodidade e facilidade para realização de negociações; obviamente, obedecendo os parâmetros dos programas e dos bancos.

Temos tido uma evolução muito grande nesse sentido, e esperamos evoluir muito mais, porque esse é um caminho que sabíamos, como brasileiros, como empresa brasileira, que teríamos pela frente, mas não imaginávamos potencializar a utilização dele como fizemos nos últimos 60 dias, e estamos muito felizes. Nós temos tido vários cases, os clientes também, os feedbacks são muito fortes no sentido de que estão satisfeitos com o desempenho da Companhia.

Hoje, estamos preparando empreendimentos para lançar. Obviamente, vamos sempre obedecer às pesquisas, a disponibilidade do share, para colocarmos o empreendimentos nas ruas com muita segurança.

Nos nossos estandes, temos sempre a possibilidade física e a possibilidade virtual. O cliente que quer ter uma informação adicional, agendando com o nosso especialista, obedecendo também aos pré-requisitos e aos protocolos de saúde, pode ser atendido no estande, também, desde que cumpridos todos os pré-requisitos da unidade, quantidade de pessoas. Nisso, estamos também com todo o cuidado.

E monitorando o comportamento da renda. Hoje, é um dos itens muito importantes. Acreditamos que, tão logo se estabeleça a condição de pós-COVID, possamos sair muito mais fortes do que entramos.

E um mandamento principal na Companhia: preservar o caixa. O nosso foco está voltado para o caixa, nossas ações são todas voltadas para o caixa para garantir a solidez financeira e continuidade de todos os negócios da Companhia.

Obrigado a todos, e vamos nos falando. Nosso canal de RI está sempre à disposição para interagir, para trocarmos mais ideia, dentro daquilo que é possível, nas questões regulamentares. Um abraço a todos.

Operadora:

Obrigada. A teleconferência dos resultados do 1T20 da RNI está encerrada. Por favor, desconectem suas linhas agora, 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"