

Resultados do 4T19
RNI (RDNI3 BZ)
12 de março de 2020

Operadora:

Bom dia, sejam bem-vindos à teleconferência da RNI referente aos resultados do 4T19. Estão presentes os senhores Carlos Bianconi, Copresidente e Diretor Financeiro e de Relações com Investidores; Alexandre Mangabeira, Copresidente de Incorporação; e Felipe Rodrigues, Coordenador 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 senhor Carlos Bianconi, que iniciará a apresentação. Por favor, senhor Carlos Bianconi, pode prosseguir.

Carlos Bianconi:

Bom dia a todos. Vamos, então, aos destaques do 4T e ano de 2019 da RNI Negócios Imobiliários.

O primeiro ponto, os lançamentos, que totalizaram R\$371,1 milhões em 2019, significando um crescimento de 42% no segmento Minha Casa Minha Vida. Então, a Empresa focando no Minha Casa Minha Vida como estratégia definida.

Vendas líquidas crescendo 26% em 2019, e este crescimento impulsionado pelo aumento de 109% no segmento Minha Casa Minha Vida. Isso ratifica o foco de atuação.

Adição de R\$1,2 bilhão de VGV ao *land bank*, encerrando 2019 com R\$4,9 bilhões nesse *land bank*, dos quais 67% estão direcionados aos projetos Minha Casa Minha Vida, mais uma vez mudando a característica do *land bank* da Companhia, direcionando para o foco de 80%. Já estamos com 67% sendo implementados.

A receita líquida do 4T19 foi a maior desde o 3T16; estamos falando de três após 2016. No ano, a receita totalizou R\$319,8 milhões. Isso significa um crescimento de 75% em relação a 2018. Então, aqui, um crescimento muito importante, também.

A margem bruta ajustada é de 38,9% no 4T19, e foi impulsionado por contabilização da venda de terreno da operação, que não pertencia mais ao *core*, ao produto da Companhia. Então, no ano, a margem bruta ajustada ficou em 30,2%, já refletindo a entrada dos produtos da nova estratégia; produtos esses que são focados no Minha Casa Minha Vida, faixas 2 e 3, prioritariamente.

Falando um pouco de estrutura, o índice G&A/receita líquida apurado em 12,7%. Isso mostra uma administração muito séria em cima do SG&A, da estrutura, da máquina, significando o menor índice desde 2014. A ideia é crescer o volume de negócios, e não necessariamente crescer a estrutura na mesma proporção. A ideia é manter sempre sob controle.

Isso tudo nos proporcionou a realização de um lucro líquido de R\$5,3 milhões no 4T19, e este lucro líquido é o maior desde o 1T16, levando o resultado ao *turning point* da Companhia, que apurou lucro líquido anual de R\$1,6 milhão, após três anos de prejuízo líquido consecutivos.

Tivemos também a redução de 1,7 p.p. na taxa média da dívida de produção. Então, melhoramos as condições financeiras da produção, o custo financeiro, através de portabilidade e renegociações de dívida captando as oportunidades no novo cenário macroeconômico. Estamos sempre atentos, olhando as oportunidades de melhorar as curvas de juros, curvas de custo financeiro, sempre aderentes às novas realidades de Selic etc.

Tivemos também a expansão de 6 p.p. versus o 4T18 na margem bruta REF, ou seja, a receita a apropriar, que atingiu R\$121 milhões no 4T19. Isso já reflete a entrada dos produtos do modelo atual, produtos lançados a partir do 2S18, e com grande concentração também no 2S19, nesse caso repercutindo um pouco menos, até por conta da velocidade de venda, por ser no final do ano, mas que contribuirão muito em 2020.

Esses são os pontos principais, os pontos que merecem um destaque, que aqui conseguimos plotar nossa Companhia, desde o lançamento até o desenvolvimento dos projetos. E agora passarei a palavra para Felipe, nosso Gerente de RI, que passará para vocês os resultados operacionais e financeiros. Felipe?

Felipe Rodrigues:

Bom dia a todos. Passando para o slide seis, para falar um pouco sobre os resultados operacionais, os lançamentos de 2019 ficaram bem concentrados no 4T. Tivemos R\$300 milhões lançados no 4T, totalizando no ano R\$371 milhões em VGV lançado, crescimento de 15% em relação a 2018. Também é importante notar aqui o crescimento no Minha Casa Minha Vida de 42% na comparação ano a ano.

Outro destaque do slide seis, e aqui temos vários detalhes dos empreendimentos lançados, foi o forte retorno da Companhia para o Mato Grosso, além do retorno da Companhia para Santa Catarina. No Mato Grosso, lançamos três empreendimentos, que foram: Origem Várzea Grande, na segunda fase; o Parque Ohara RNI em Cuiabá; e o RNI Moradas Clube Vicente Bissoni, em Rondonópolis; e o retorno em Santa Catarina foi o RNI Green Club, lançado em Palhoças. Além disso, também, Ourinho, lançado no interior de São Paulo, e o Cipreste Jardim Botânico, que é um SBPE vertical lançado em Ribeirão Preto. Esses foram os lançamentos do ano.

Passando para o slide sete, onde vemos o número de vendas, embora tenhamos um crescimento no volume de vendas na comparação com o 3T, as vendas passaram de R\$51 milhões para R\$55 milhões, podemos ver a queda na VSO.

Essa queda na velocidade de vendas é decorrente da concentração dos lançamentos no último trimestre, principalmente no último mês. Como grande parte das vendas desses projetos acabou não entrando em dezembro, escorregou para o 1T20, esses empreendimentos saíram com uma VSO baixa, que deve normalizar ao longo de 2020. Porém, essa VSO baixa afetou a VSO consolidada, que caiu de 10% para 7%, e esperamos uma recuperação para o 1T20.

Contudo, fechamos o ano com R\$240 milhões em vendas líquidas, um crescimento de 26%, impulsionado não só pela redução expressiva dos distratos, mas pelo crescimento de 109% do Minha Casa Minha Vida. Os destaques de venda de 2019 foram os empreendimentos do Origem Várzea Grande e o Green Life São Marcos em Rio Preto, o Morada das Flores em Pacatuba e o Green Home em São José do Rio Preto, que foram responsáveis por metade dessas vendas líquidas.

Em relação ao estoque, no slide oito, podemos ver que, do 3T para o 4T, houve um crescimento expressivo, de 52%, também em função dos lançamentos realizados no último mês, sem a respectiva venda que acompanhou. Então, boa parte desses novos lançamentos está entrando cheia nesse estoque que encerrou em dezembro.

Outro ponto importante a se destacar do nosso estoque é que metade dele, hoje, é representada pelo segmento Minha Casa Minha Vida. No 3T e no 2T esse número era em torno de 20% a 25%, hoje ele já é metade, o que mostra que os números operacionais vão caminhando para a estratégia definida de atuação mais forte no Minha Casa Minha Vida.

E embaixo, no segundo gráfico, sobre o *aging* desse estoque, podemos ver que é um estoque bem recente, 70% dele lançados de 2018 para frente. Então, é um estoque ainda em andamento muito grande, e o gráfico da direita exemplifica justamente isso, apenas 13% do nosso estoque é de concluídos, o restante está em andamento. Em 2020, temos R\$99 milhões em VGV para entregar, que são o Green Home, o Green Life e o Arvo Lacerda Franco, em São Paulo, e o Green Club em Rondonópolis.

Falando rapidamente sobre resultados financeiros da Companhia, no slide dez, falando um pouco sobre a receita líquida, crescimento tanto na comparação trimestral quanto anual, então reflexo do crescimento das vendas e do andamento forte de obra dos empreendimentos que lançamos em 2017 e 2018. O PoC elevado dessas obras, com bom percentual de vendas, faz com que a receita transite mais forte no DRE. A redução dos distratos também alivia o impacto financeiro na receita.

Além disso, no último trimestre, tivemos também uma venda de área não *core*, uma área que não estava aderente à estratégia, e essa venda também gerou um ganho para a Companhia e impulsionou a receita. Então, encerramos o ano com 75% de crescimento na receita.

O lucro bruto acompanha esse crescimento de volume e a margem permanece estável na comparação anual. Lembrando que, em 2018, também tivemos vendas de áreas não-recorrentes, tivemos aditamentos de contratos; tanto em 2018 como em 2019, tivemos efeitos não-recorrentes que ajudaram na rentabilidade da Companhia.

Falando sobre despesas comerciais, vemos um crescimento na comparação trimestral devido a essa concentração de lançamentos mais fortes no 4T19; em 2018, isso foi um pouco mais fraco. Na comparação anual, uma queda de 2%, e aí é uma questão de perfil de produto, porque em 2018 havíamos lançado, logo no início do ano, o Arvo Lacerda Franco, que é um empreendimento de média renda, o Green Club também é média renda, o Green Home, lançado em novembro de 2017, também era de média renda. Então, 2018 foi marcado por esforços de marketing muito direcionados a um produto que exige mais despesas comerciais, que é o SBPE. Como este ano nosso foco foi no Minha Casa Minha Vida, um produto mais *light* em termos de despesas comerciais, apresentamos essa leve queda.

Um dos destaques do resultado, que o Bianconi já comentou, no gráfico de baixo, é o G&A, que apresenta queda nas duas comparações. Isso é muito importante para nós, mostra nosso controle rígido de custos e despesas. Embora um crescimento de 75% da receita líquida, o G&A apresentou uma queda de 5%. Então, a máquina da Empresa, a estrutura está otimizada e preparada para esse crescimento esperado nos próximos anos.

Em termos de equivalência, então, as vendas líquidas nos parceiros vão caindo, conforme não houve mais lançamentos. Desde 2016, não houve lançamento cujo reconhecimento de receita venha via equivalência. A partir de agora, no final do ano, lançamos o Cipreste Jardim Botânico, lançamos o High Redentora em janeiro, também. Então, a partir de agora, a linha de equivalência deve começar a se recuperar nos próximos períodos, ajudando o resultado.

Tudo isso junto, então, crescimento de receita com controle de custos e rentabilidade, levou a Companhia a um lucro bem forte, de R\$5,3 milhões no último trimestre, e a um ponto de inflexão no resultado da Companhia. No ano, R\$1,6 milhão de lucro líquido após três anos de prejuízo líquido. Conseguimos fazer essa virada no resultado.

No slide 11, temos uma foto disso, de maneira mais macro. Conseguimos ver a receita crescendo nos comparativos. A rentabilidade, o lucro vem crescendo, acompanhando esse volume, embora as receitas financeiras estejam caindo bastante na comparação anual devido ao IGP-M mais fraco e à redução das carteiras. Mesmo assim, o ganho operacional decorrente das vendas e das obras possibilitou esse *turnaround* no resultado da Companhia.

No slide 12, também podemos ver isso no histórico. Vemos que, no resultado líquido acumulado, após vários anos de prejuízo, conseguimos fazer essa virada, e agora a tendência é de crescimento no resultado.

Falando rapidamente sobre o balanço, temos, no slide 13, a receita REF. Podemos ver do 4T18 para o 4T19 a margem REF aumentando 6 p.p. Isso é fruto dos produtos da nova estratégia, que vêm com uma rentabilidade maior, os produtos lançados a partir do 2S18, buscando aquele *range* que vimos falando ao mercado, de margem bruta de 28% a 33%. Isso começa a se refletir na receita futura da Companhia, e é para isso que a margem bruta da Companhia deve caminhar daqui para frente, para ficar entre esses 28% e 33%. A margem REF já evidencia isso.

Por último, o slide de dívida. O crescimento da dívida da Empresa sempre atrelado à produção, isso é muito importante para nós. A dívida corporativa permanece intacta, toda nossa alavancagem é atrelada à produção. Tanto é que, ao analisar o índice dívida líquida ex-dívida de produção/PL, ela está em patamares negativos. Então, a dívida corporativa, hoje, não assusta, e a dívida de produção é natural do negócio. Embora tenhamos consumido R\$70 milhões de caixa ao longo de 2019, é um consumo direcionado para as obras, direcionado para a operação, para a produção.

Também é importante destacar que, em 2019, liquidamos R\$170 milhões. Renegociamos dívidas, fizemos portabilidades, quitamos algumas dívidas que estavam caras e aproveitamos algumas oportunidades desse cenário de taxa de juros em 4%.

Enfim, a dívida de produção ainda é a maior parte, representa 88% da dívida total, e deve continuar assim nos próximos períodos.

Agora eu vou passar a palavra para o Alexandre Mangabeira. Ele passará a mensagem final para vocês. Obrigado.

Alexandre Mangabeira:

Bom dia a todos. Para fechar a apresentação, temos que falar um pouco sobre nossa estratégia.

Primeiro, comentando um pouco sobre a performance de lançamentos de 2019, nós tínhamos uma expectativa, agora podemos falar, de chegar a R\$500 milhões. Infelizmente, dois projetos que tinham como alvo sair no final do ano acabaram escorregando. Um deles já até foi lançado, High Redentora, aqui em Rio Preto, o outro já está em fase de registro de incorporação. Então, nossa expectativa para 2020 é de que tenhamos um crescimento bem maior do que houve em 2019, proporcionalmente.

Em relação a nossas macrorregiões, que já comentamos há algum tempo, a parte de estrutura de pessoas está totalmente montada. Temos compradores de terreno, aprovadores, todos já prontos para condução dos lançamentos de 2020. É uma equipe muito boa. Então, acreditamos que conseguiremos ter lançamentos um pouco mais distribuídos ao longo de 2020, e não concentrados no final do ano.

Em relação ao *land bank*, fizemos uma mudança bem grande. Vocês veem no gráfico que a concentração do Minha Casa Minha Vida já tem uma relevância em relação ao total do *land bank*. Alguns projetos, nós descartamos; adquirimos novas áreas. Ainda tem uma relação do vertical para o horizontal, acredito que meio a meio, e a tendência é que, no longo prazo, nos concentremos um pouco mais no horizontal.

Estamos fazendo isso porque o horizontal tem uma aprovação um pouco mais lenta. Não podemos depender só dele agora, então estamos incluindo no nosso pipeline, pelo menos dos próximos dois anos, alguma coisa de vertical. Mas, no futuro, o projeto de casas é bem mais líquido que o de prédios. Sempre faremos os dois, mas talvez a proporção do horizontal seja maior.

Basicamente, é isso. Ficamos à disposição para a sessão de Q&A.

Pedro Zaniolo, Condor Insider:

Bom dia. Obrigado por pegarem a pergunta. Minha pergunta é mais sobre a perspectiva de cenário para vocês este ano com tudo que está acontecendo. Entramos agora em 2020 com perspectiva de 2,5%, mais ou menos, de crescimento de PIB, e agora, com coronavírus, petróleo, as bolsas derretendo lá fora, já estamos vendo essa perspectiva caindo para menos de 2%. Estamos em março, pode cair bem mais no resto do ano. Como isso afetaria suas projeções para este ano e para o ano que vem? Obrigado.

Carlos Bianconi:

Pedro, bom dia. Realmente, em 2020, estamos vivendo um momento, hoje, em termos de Bolsa, que nos últimos tempos não havíamos vivido. Acreditamos que as notícias têm sido um tanto preocupantes; ontem saiu alguma coisa, hoje tem mais alguma coisa. Já tivemos duas paralisações da Bolsa.

Mas falando um pouco do nosso cenário, do nosso negócio, estamos com os empreendimentos que foram lançados e estamos com um VSO interessante em 2020. Como eu disse no início da apresentação, no final do ano, lançamos os principais projetos de Minha Casa Minha Vida que estavam desenhados para acontecer em 2019. Deveriam ter acontecido um pouco mais no meio do ano, para termos aproveitado um pouco mais a VSO, mas lançamos no final do ano.

E agora, no início de 2020, no 1T20, estamos tendo um desempenho muito interessante por alguns motivos. O principal é que os juros estão favorecendo a inserção dos clientes na tomada de dívida de longo prazo.

Tem um ponto também, que começou em 2020 e está nos ajudando bastante, que estamos fora do eixo Rio-São Paulo-BH. Esses empreendimentos foram todos lançados dentro das macrorregiões que o próprio Mangabeira comentou ainda há pouco. Então, vimos tratando de uma demanda, não digo que reprimida, mas que é um pouco mais interessante que nos grandes centros.

E nosso produto também é um pouco diferenciado. Estamos falando de um condomínio horizontal de casas de baixa renda, de Minha Casa Minha Vida. Lançamos também dois verticais, um deles, inclusive, no agronegócio, e um horizontal também no agronegócio.

Então, estamos aproveitando esse cenário pragmático no Brasil. Como você sabe, nossas seis macrorregiões estão mais voltadas para o interior do Brasil, onde realmente as crises acontecem, mas não acontecem com tanta força.

Mas tem um ponto de atenção aí, sim. Estamos acompanhando, observando, mas estamos focando o desenvolvimento da Companhia, porque as demandas existem, o produto está melhor, o mercado está melhor, a renda voltou, os brasileiro estão com renda, e existe o cenário macroeconômico, que está realmente chamando a atenção. Mas estamos muito confiantes, e estamos trabalhando para manter e crescer os resultados da Companhia.

Vou passar para o Mangabeira fazer alguns comentários a respeito da sua pergunta.

Alexandre Mangabeira:

Pedro, eu vou dar um pouco da minha opinião. Os fundamentos macroeconômicos do Brasil estão muito sólidos. Obviamente, essa questão do coronavírus afeta principalmente o mercado de capitais, mas eu até vejo uma oportunidade. Já estamos falando em uma possível redução de taxa de juros; já existe uma discussão, inclusive, da possibilidade de redução de taxa de juros no Minha Casa Minha Vida. A questão da confiança da pessoa em tomar a decisão de compra do imóvel pode ter alguma influência; mas, ao mesmo tempo, se olhar a queda dos juros, é uma oportunidade.

Não vejo crescimento de desemprego, que é o principal ofensor para o nosso segmento. Por mais que haja uma redução do PIB, não teremos essa questão do desemprego. Talvez as



empresas diminuíam um pouco o investimento, mas desemprego, acho que não vai acontecer. Então, em contrapartida, talvez não tenhamos grandes distorções para o nosso segmento.

E também, uma opinião minha, essa história de coronavírus, está todo mundo meio desesperado, mas eu acho que isso irá passar rápido.

Pedro Zaniolo:

OK. Obrigado.

Carlos Bianconi:

Tem também um ponto do Christian. Christian, obrigado pela pergunta, mas eu notei aqui que você disse que nós já respondemos a pergunta, que, basicamente, sua pergunta foi bem aderente ao que o Pedro, da Condor, colocou primeiro – a quem agradecemos, mais uma vez, por nos colocar esse tema.

Mas, Christian, realmente, é um pouco de tudo o que estamos falando. Estamos vivendo um momento, hoje, um ponto diferente do que vivemos ultimamente. Mas também, como o Mangabeira falou, é uma condição muito mais macroeconômica. E nós estamos lidando com o cliente que adquiriu renda, o cliente que está querendo comprar, e que é um investimento.

Hoje, temos uma condição muito favorável, e acreditamos, por tudo o que estamos vendo no cenário financeiro brasileiro, que tudo tende a se manter ou melhorar.

Então, assertivamente nós escolhemos essas seis macrorregiões, onde sempre operamos, e notamos que essas seis macrorregiões, por estarem no interior do Brasil, muito próximas do agronegócio, oscilam pouco. Estamos com volumes crescentes, vimos crescendo; em janeiro, vendemos um volume, em fevereiro melhoramos um pouco mais, e em março estamos melhorando ainda mais.

Então, teremos uma desenvoltura, e já teremos, como o próprio Mangabeira comentou, alguns lançamentos no 1T20, diferente de 2019, que começamos sem lançamento nenhum até junho. Só tivemos um lançamento em junho de 2019. Em 2020, já começamos muito mais aparelhados no que tange à prateleira.

Enfim, é isso. Obrigado por mandar o questionamento.

Operadora:

Obrigada. Não havendo mais 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:

Passamos aqui, basicamente, pelos pontos principais da Companhia. Sintetizando nosso negócio por tudo o que aconteceu, todos vocês que acompanham a nossa gestão, nossa Companhia, nossa filosofia, o que nós vemos hoje? Vemos uma Companhia com baixíssimo endividamento.

Nossa dívida bancária, quando pegamos a relação de saldo de endividamento ex-produção, nós temos a relação de -10%. Isso é muito interessante. Isso coloca nossa Companhia em uma condição muito importante. Óbvio, estávamos em retomada, agora é só o desenvolvimento.

Então, no que tange ao quesito financeiro, o resultado financeiro que conseguimos durante o ano é reflexo disso. Nós baixamos o custo operacional, baixamos o custo financeiro da Companhia, e a colocamos em condição de alta competitividade.

Desenvolvemos os produtos; produtos esses que já temos um know-how muito forte, produzimos 66.000 unidades no Brasil inteiro.

Então, todos vocês que nos acompanham, fiquem à vontade para fazer observações através do nosso canal de RI. O Felipe está sempre à disposição para abrir os números, comentar os números e falar um pouco sobre o futuro, ou sobre o que está acontecendo hoje. Eu sei que estamos em um momento meio estranho de Bolsa, do cenário macroeconômico, não do microeconômico, que é onde nós estamos, mas estamos muito confiantes.

Estamos preparados, estamos com funding, estamos com crédito, temos vários produtos sendo aprovados, temos empreendimentos na finalização e obtenção e RI, e já indo para lançamento e contratação.

Então, agradeço a todos vocês, e continuamos à disposição para falar sobre os números da Companhia e cenários macro e microeconômicos. Um abraço a todos, e até logo.

Operadora:

Obrigada. A teleconferência dos resultados do 4T19 da RNI está encerrada. Por favor, desconectem suas linhas agora.

"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"