TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS 3T26

12 de novembro de 2026

Áudio Call de Resultados:

Para acesso ao áudio do Call, clique aqui.

Operador:

Senhoras e senhores, bom dia.

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

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

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

Rafael Menin:

Bom dia a todos. Obrigado por participarem da divulgação de resultados do terceiro trimestre de 2026. O trimestre foi de recordes na MRV Incorporação. Vendemos R$ 3 bilhões, o maior volume trimestral da nossa história, e produzimos mais de 11 mil unidades. A receita líquida chegou a R$ 3,4 bilhões, 28% acima do terceiro trimestre de 2025, e o lucro líquido atingiu R$ 315 milhões, 54% acima do mesmo período do ano anterior.

Por trás desses recordes estão duas palavras: consistência e eficiência. A nossa estratégia é o adensamento da operação. Saímos de 120 cidades em 2023 para cerca de 80 cidades e, mesmo assim, crescemos nas principais métricas operacionais. Com mais escala em cada cidade, sequenciamos melhor os lançamentos, as vendas e a produção, e o resultado já aparece: a margem bruta chegou a 32%, o maior nível dos últimos sete anos.

O que ainda falta é o amadurecimento da nossa Super House. Mesmo com vendas recordes de mais de R$ 11 bilhões nos últimos 12 meses, os ganhos do nosso time comercial ainda não apareceram em sua plenitude. Com a estabilização dos lançamentos e da produção e o crescimento das vendas,

atingiremos em breve o mesmo patamar nas três áreas de negócio: desenvolvimento imobiliário, produção e comercial. Esse é o caminho para maior eficiência na alocação de capital.

O sequenciamento é a base da nossa eficiência. O lançamento de um ano contrata a produção do próximo, e a produção só vira caixa depois da venda e do repasse. Os volumes de lançamentos e de produção, que cresceram nos últimos anos, seguirão estáveis nos próximos trimestres. Os volumes de vendas seguirão crescendo, suportados pela nossa Super House e pela plataforma. Cada área faz a sua parte, com foco no Minha Casa Minha Vida, um programa maduro e estável.

No desenvolvimento imobiliário, temos um banco de terrenos saudável, comprado com disciplina. No acumulado do ano, 93% das compras foram feitas por meio de permuta. Na produção, atingimos o pico, com cerca de 42 mil unidades nos últimos 12 meses, o mesmo volume dos lançamentos. Não buscamos mais volume; o ganho vem da eficiência. A estrutura de uma obra começa quando a da anterior termina. Na MRV, a fábrica não para.

No comercial está o nosso maior potencial. A VSO líquida atingiu 25,1%, três pontos percentuais acima de um ano atrás. Um gerente maduro vende mais que o dobro de um novato, e o nosso time segue amadurecendo, com a plataforma levando a cada gerente o cliente, o produto e a proposta correta.

Em um cenário de custo de capital elevado, o nosso foco é reduzir o capital alocado sem reduzir o tamanho da companhia. São esses movimentos, feitos com consistência, que explicam o resultado do trimestre. Agradeço aos nossos colaboradores por mais um trimestre nessa jornada. Passo agora a palavra ao Cacá.

Ricardo Paixão:

Obrigado, Rafael. Bom dia a todos. O 3T26 foi um trimestre de recordes na MRV Incorporação e de forte geração de caixa na MRV&CO. Isso aconteceu mesmo em um cenário desafiador, com a greve dos funcionários da Caixa Econômica Federal.

Começando pela MRV Incorporação, reportamos o maior volume de vendas líquidas da nossa história: R$ 3 bilhões no trimestre e R$ 11 bilhões nos últimos 12 meses. A produção também foi recorde, com 41.800 unidades nos últimos 12 meses e 11.300 unidades somente no 3T26.

Seguindo a nossa estratégia, priorizamos a venda do estoque. No trimestre, vendemos mais do que lançamos: foram 11 mil unidades vendidas contra 9.300 unidades lançadas. Isso otimiza a nossa estrutura de capital e traz vendas com POC mais elevado. A combinação de mais produção, mais vendas e POC mais elevado levou a receita líquida a R$ 3,4 bilhões, um recorde histórico, 29% acima do 3T25 e 24% acima do trimestre passado. Nos nove meses de 2026, a receita soma R$ 8,7 bilhões, alta de 18,6%.

Essa receita recorde diluiu as nossas despesas operacionais. O SG&A sobre a receita líquida caiu de 14,1% no 2T26 para 12,7% no 3T26. Com a margem bruta em 32,1%, o maior nível dos últimos sete

anos, o lucro líquido ajustado somou R$ 315 milhões no trimestre, recorde da MRV Incorporação, 55% acima do 3T25. Nos nove meses, o lucro ajustado é de R$ 603 milhões, alta de 76%.

Agora falo sobre a simplificação do portfólio e a geração de caixa, detalhando cada frente, começando pela Resia. Na Resia, seguimos executando a venda de ativos, com foco em geração de caixa e desalavancagem, visando o encerramento da operação. Em julho, liquidamos a venda do Ten Oaks e do Rayzor Ranch empreendimentos Legado, por R$ 709 milhões. Em 6 de agosto, anunciamos a venda do Memorial, nosso último projeto legado, e de mais cinco terrenos, pelo valor total de R$ 867 milhões, com liquidação prevista para os próximos meses. O Golden Glades, nosso projeto em Miami, alcançou 95% das unidades locadas em setembro. Agora estabilizado, podemos colocá-lo à venda.

Na Luggo, concluímos a venda dos três empreendimentos prontos por R$ 166 milhões, gerando R$ 144 milhões de caixa. A Luggo seguirá gerindo propriedades, sem obras em andamento e sem novos projetos. A Urba gerou R$ 18 milhões de caixa no trimestre, com margem bruta de 49,7% e lucro líquido de R$ 1,4 milhão.

Considerando todas as transações anunciadas no ano, são R$ 2,2 bilhões em vendas de ativos da Resia e da Luggo, que vão reduzir a dívida líquida da MRV&CO em R$ 1,6 bilhão, como mostrado no gráfico.

Esse movimento de geração de caixa e desalavancagem aparece nos nossos indicadores de endividamento. Na MRV Brasil, a relação dívida líquida sobre patrimônio líquido caiu para 37,4%, ante 41,3% em junho. A dívida líquida sobre EBITDA anualizado está em 0,7 vez, ante 1,1 vez um ano antes. O custo médio ponderado da dívida foi de 11,5%, o equivalente a 84% do CDI, ante 13,6% em junho.

Em resumo, foi um trimestre de recordes operacionais e financeiros na MRV Incorporação e de avanços consistentes na simplificação do portfólio e na geração de caixa da MRV&CO. Passamos agora à sessão de perguntas e respostas.

Herman Lee – Bradesco BBI:

Bom dia, pessoal. Obrigado pela oportunidade. Tenho duas perguntas. A primeira é sobre a receita da MRV Incorporação, que chegou a R$ 3,4 bilhões no trimestre, um recorde, com crescimento de 24% tri contra tri. Houve alguns *moving parts* por trás disso. Com lançamentos e produção chegando a um nível mais estável em 2027, queria entender qual é o nível de receita trimestral mais sustentável, se houve algum efeito não recorrente no terceiro tri ou se a receita deve se manter nesse patamar.

A segunda pergunta é sobre a geração de caixa da incorporação, que foi de R$ 7 milhões, contra R$ 149 milhões no tri passado, e uma grande parte disso se deve à greve da Caixa. Queria entender se esse valor já foi recuperado em outubro e novembro e qual é a expectativa de geração de caixa da incorporação para o quarto trimestre e para 2027. Obrigado.

Ricardo Paixão:

Bom dia, aqui é o Cacá. Primeiro, com relação à receita: ela é fruto de várias coisas. Tivemos uma normalização dos distratos, que aconteceram em volume maior no segundo tri. Voltamos a ter distratos, mas dentro de um padrão, o que dá mais ou menos R$ 100 milhões de impacto na receita. Depois, tivemos vendas com POC mais alto neste terceiro trimestre, crescimento de vendas da ordem de 10% e também um incremento relevante da produção, com recorde. Tudo isso combinado resultou nos R$ 3,4 bilhões.

Houve muito questionamento no mercado sobre a principal variável desse aumento de ROL ter sido a mudança no momento de reconhecimento da receita, de venda garantida para venda convencional. Na verdade, tivemos 3 mil vendas convencionais no terceiro trimestre. Numa conta rápida, com 15% de distrato previsto, preço médio de R$ 270 mil e 45% de POC, isso daria R$ 55 milhões de incremento de receita. Como o incremento total foi de R$ 650 milhões, só uma pequena parte se explica por isso.

Você perguntou o que podemos imaginar para frente. Se fizermos a média da receita líquida do segundo e do terceiro trimestres, chegamos a R$ 3,1 bilhões. Como estamos observando incremento de preço para frente, e devemos ter também incremento de volume de vendas, podemos esperar uma receita um pouco acima desse patamar. Acho que R$ 3,1 a 3,2 bilhões por trimestre deve ser um nível recorrente.

A outra pergunta foi sobre geração de caixa, certo? Foi criado um *backlog* com a Caixa no mês de setembro, e nós praticamente eliminamos esse *backlog* ao longo de outubro. Temos uma expectativa muito forte de boa geração de caixa no quarto trimestre, porque devemos ter um volume de repasses e registros maior do que o volume de unidades produzidas. Fizemos uma força-tarefa com o time da Caixa ao longo de outubro, então esse problema já ficou para trás.

Herman Lee:

Muito claro, Cacá. Obrigado e bom dia.

Pedro Perone – Bank of America:

Bom dia, pessoal. Obrigado pelo espaço. Do nosso lado também são duas. Primeiro, do lado operacional, se vocês puderem dar uma abertura maior de como foi a performance operacional do trimestre entre os meses e, eventualmente, falar um pouco de outubro e, se não for muito cedo, de novembro.

Na segunda pergunta, queríamos entender melhor o provisionamento. Olhando os últimos trimestres, o índice de cobertura de PDD de vocês vem caindo, e neste tri a despesa de provisão também veio um pouco mais baixa do que vinha rodando. Isso chama atenção porque o setor parece estar reforçando provisões, num momento em que o endividamento das famílias continua elevado. A dúvida é o que está por trás desse movimento: uma melhora real na qualidade da carteira ou algo ligado a baixas ou limpeza de clientes. E como devemos pensar a estratégia de provisionamento daqui para frente. Obrigado.

Eduardo Fischer:

Pedro, bom dia, aqui é o Fischer. Eu respondo a primeira e o Cacá fala em seguida sobre o provisionamento. No front operacional, entendo que a sua pergunta é basicamente sobre vendas. De fato, viemos num movimento forte. Outubro foi um bom mês de vendas. Novembro acabou de começar, mas também vem num ritmo mais forte. É o mês em que devemos lançar mais dentro do trimestre; priorizamos outubro e novembro em detrimento de dezembro.

Enxergamos aquela dinâmica do nosso setor que todos conhecem bem: um déficit habitacional grande, uma demanda enorme, as condições de crédito permanecem, apesar do maior endividamento das famílias e de um eventual rigor maior na concessão. O volume de pessoas que efetivamente precisam e querem comprar imóvel é muito maior do que essas restrições. Vemos isso claramente na operação: à medida que lançamos, conseguimos fazer a nossa velocidade de vendas crescer.

Esse é um sinal muito importante, que no desenho do trimestre e de 2027 nos dá bastante segurança de que a estratégia apresentada na abertura está correta. A nossa velocidade cresceu em outubro, e novembro começa com força, com expectativa positiva para o trimestre, já que os nossos lançamentos também sinalizam força. De forma geral, no front operacional, especificamente em vendas, enxergamos um quarto trimestre em ritmo bom e forte. Passo para o Cacá falar sobre provisão.

Ricardo Paixão:

Pedro, o provisionamento continua seguindo o mesmo critério. Ele avalia o *rating* dos clientes e também se aquele pró-soluto é pré-chave ou pós-chave. Temos conseguido concentrar mais vendas em clientes com *ratings* melhores e concentrar o parcelamento do cliente ficando mais pesado no pré-chave. Esses dois movimentos em conjunto têm mantido o nosso provisionamento estável.

O que aconteceu especificamente neste trimestre: tínhamos feito cessões de recebíveis de algumas operações, e na cessão o critério para renegociação é muito mais rígido. Por isso, não estávamos renegociando os pagamentos com os clientes. Conseguimos repactuar isso com os investidores dos CRIs. Fizemos a renegociação de parcelas vencidas dentro dos CRIs, seguindo a metodologia que usamos normalmente, e com isso devemos ter uma recuperação de crédito melhor para frente. Daí a redução de provisionamento, da ordem de R$ 20 milhões, no trimestre.

Pedro Perone:

Super claro, Fischer, Cacá. Obrigado.

Fanny Oreng - Santander:

Oi, bom dia, pessoal. Tenho duas perguntas. A primeira é sobre o processo de venda do Golden Glades e sobre um potencial *write-off* dos terrenos remanescentes: se vocês pensam em fazer isso ainda neste trimestre ou se ficaria mais para o ano que vem. A segunda é sobre a carteira: como vocês estão vendo

a demanda pela compra de carteira no mercado recente? Mudou alguma coisa, a taxa mudou? Se puderem dar uma indicação, agradeço. Obrigada.

Ricardo Paixão:

Fanny, vamos lá. O Golden Glades é um projeto que acabou de estabilizar, bateu 95% em setembro, e agora começamos o processo de *marketing* do ativo, para uma venda que deve acontecer ao longo do primeiro semestre do ano que vem. Os outros terrenos e o projeto Memorial estão em *due diligence*. Alguns desses ativos devemos vender até o final deste ano, e outros no início do ano que vem. Os ativos que ainda não colocamos à venda devem entrar à venda nos próximos meses. Continuamos com grande urgência e muito diligentes no desinvestimento dos ativos restantes da Resia.

Sobre a demanda por cessão de recebíveis, ela continua forte. As cessões que estamos fazendo agora no quarto tri estão no mesmo patamar das que fizemos no trimestre anterior. Uma das operações vai ter um custo um pouco mais alto porque as taxas abriram um pouco, mas está bem dentro dos patamares a que estamos habituados.

Fanny Oreng:

Tá bom. Só dois *follow-ups*. Sobre os projetos que vocês vão colocar à venda, imagino que no próximo trimestre, ao colocá-los à venda, vocês já teriam que reconhecer a marcação a mercado. E sobre a carteira: os fundos que compram essas carteiras estão exigindo um nível de provisionamento maior por causa da deterioração do consumidor, ou isso também está nos mesmos patamares?

Ricardo Paixão:

Começando pelo contrário: está no mesmo patamar, porque o índice de cobertura que oferecemos na operação já é muito alto, quase três vezes a liquidez estimada. Os investidores entenderam a metodologia, fazemos as contas juntos, e temos grande conforto em continuar nos mesmos patamares de cobertura. Quanto aos projetos, Fanny, não há projeto novo para vender com perda. Para os outros ativos que forem colocados à venda e que entendermos ter valor abaixo do contabilizado, certamente será feita a marcação a mercado.

Fanny Oreng:

Está ótimo, Cacá. Obrigada.

Tainan Costa - UBS:

Bom dia, Menin, Fischer, Cacá. Tenho um *follow-up* da pergunta da Fanny, ainda na temática de carteira de recebíveis. Temos lido notícias sobre a possibilidade de tributação sobre CRIs. Queria ouvir a visão da empresa: isso poderia ganhar tração, poderia de fato acontecer? Como o Cacá comentou, talvez ainda não esteja refletido em aumento de custo ou da taxa exigida pelos investidores dos CRIs,

mas vocês já fizeram alguma conta de quanto isso poderia encarecer o crédito ou afetar a demanda, se é de fato um risco? Obrigado.

Ricardo Paixão:

Como ainda há muita incerteza sobre qual seria a alíquota, como funcionaria e a partir de quando as emissões futuras seriam impactadas, é bem prematuro tentar cravar algum impacto potencial sobre demanda ou preço. O que posso dizer é que as nossas operações estão cada vez mais maduras e os compradores de crédito entendem cada vez melhor a nossa modelagem financeira. Isso tem trazido grande conforto e também grande recorrência dos compradores das nossas operações. Com relação a esse outro ponto, temos que esperar um pouco mais para tentar estimar alguma perda potencial.

André Mazini – Citi:

Oi, bom dia, Rafa, Fischer, Cacá. Também são duas. A primeira é sobre a margem bruta da MRV Incorporação, que atingiu 32%, uma boa melhora de 90 *bps* tri contra tri, acelerando em relação aos trimestres anteriores. Qual o ritmo de convergência para os 35% de margem bruta das novas vendas que podemos esperar nos próximos trimestres? E, por outro lado, o que poderia fazer isso demorar um pouco mais?

A segunda: sabemos que o orçamento do programa não está sendo totalmente consumido neste ano. Qual a expectativa de vocês para alguma melhora de parâmetros em alguma das faixas? Provavelmente ouvimos falar das Faixas 2 e 3 tendo os parâmetros melhorados. Há alguma expectativa de *timing* para isso nas próximas reuniões do conselho? Obrigado.

Rafael Menin:

Bom dia, André. Rafael falando. Em relação à margem bruta, devemos continuar expandindo num ritmo parecido com o deste trimestre. Mas, obviamente, teremos que observar um pouco mais, porque há uma conjuntura nova, um pouco mais inflacionária: o fim da escala 6x1, a possível alta do diesel, a própria reforma tributária. Por outro lado, continuamos ganhando eficiência na operação, e a nossa expectativa é conseguir, no mínimo, compensar esse cenário mais inflacionário do que se imaginava talvez dois ou três meses atrás. Então, a expectativa é que a margem continue avançando. Vemos o preço de venda andando em linha com o INCC.

Já emendando na sua segunda pergunta, achamos que o programa pode passar por alguma atualização positiva, o que nos ajudaria a equilibrar a balança entre volume de vendas, precificação melhor e um pró-soluto um pouco menor. Trabalhamos com essas três variáveis, então um programa atualizado certamente nos ajudaria.

Vemos um cenário de preço interessante, com capacidade de atualizar preços pelo menos em linha com o INCC. Olhando para custos, pelo que fizemos e continuamos fazendo dentro de casa, não só na prospecção de terrenos, mas também na concepção de produtos e na eficiência da produção, temos segurança de que conseguimos compensar esse cenário externo mais inflacionário. Vamos continuar

observando. Se a inflação vier mais favorável, a margem expande um pouco mais rápido; se essas variáveis caminharem numa direção negativa, a expansão será mais lenta. A tendência é de expansão, e a cadência vai depender da inflação do ano que vem. Ficou claro?

André Mazini:

Muito claro. Obrigado, Rafa. Bom dia.

Igor Machado – Goldman Sachs:

Bom dia, pessoal. Obrigado pelo espaço. São dois pontos do meu lado. O primeiro é sobre os distratos. O Cacá comentou que vocês já estão conseguindo clientes com *rating* melhor, mas queria entender, separando os efeitos temporários da greve, qual é o nível recorrente de distrato daqui para frente. O segundo é sobre a aprovação de crédito: nesse esforço da companhia de conseguir clientes com *rating* melhor, o que já foi feito, o que ainda pode ser feito e se há algum esforço que mudaria daqui para frente. Obrigado.

Eduardo Fischer:

Igor, bom dia, aqui é o Fischer. Em relação aos distratos, o que temos visto, e o Cacá até fez essa conta nas primeiras perguntas, é uma diferença entre a venda bruta e a líquida em torno de 15%. Mais importante do que isso: como mudamos a forma de olhar, teremos um crescimento da venda bruta, que vamos enxergar com ainda mais força ao longo dos próximos trimestres, e a venda líquida também vai subir a partir do patamar atual. Então, isso não é uma preocupação; a ordem de grandeza deve ser mais ou menos essa.

Em relação à aprovação de crédito, viemos investindo bastante em tecnologia, e demos alguma abertura disso ao longo do ano, tanto para captar um cliente melhor quanto para apurar muito melhor os *ratings* no nosso funil de entrada. Com isso, conseguimos identificar quais *ratings* trazem uma inadimplência com a qual não queremos trabalhar e, ao longo do tempo, fomos excluindo esse público da nossa base.

Na prática, a boca do nosso funil aumentou: estamos captando mais clientes e, dentro desse grupo, uma quantidade ainda maior de clientes com o *rating* que nos atende. Então, apesar do endurecimento do crédito, temos conseguido converter mais do que convertíamos no passado, e o volume cresce. No fim, temos um cliente mais saudável. O Cacá falou no início sobre a nossa concessão de pró-soluto: o pró-soluto B, que é o pós-chave, vem diminuindo em relação ao passado. Ou seja, estamos capturando um cliente de maior qualidade, em volume maior.

Todo esse investimento em tecnologia e na Super House, que faz efetivamente a conversão, tem funcionado muito bem. Olhando para frente, à medida que amadurecemos ainda mais essas ferramentas e a produtividade do nosso time de vendas segue crescendo, só tenho uma visão otimista. Todo o ferramental colocado de pé ao longo de 2026 tem dado resultado e, olhando para 2027, apesar dos desafios que mencionamos, a minha perspectiva é positiva.

Conseguimos compensar esses efeitos negativos com ferramental e com um time mais preparado e mais produtivo: conversão crescente e volume crescente, com clientes de *rating* melhor. Isso é muito positivo diante do desafio de precificação para 2027, dados os efeitos que o Rafael trouxe em relação à 6x1 e ao diesel. Entramos no ano com um ferramental pronto ou em desenvolvimento para que a nossa conversão continue crescendo e o *rating* do cliente que entra na MRV siga melhorando. Isso pode ser uma ferramenta muito importante para os desafios de 2027. Espero ter sido claro.

Igor Machado – Goldman Sachs:

Super claro. Obrigada!

João Pedro Rodrigues – XP Investimentos:

Bom dia, pessoal. Obrigado pela oportunidade. Minhas duas perguntas são sobre a reforma tributária do IVA e sobre o fim da escala 6x1. Começando pela reforma tributária, ainda não fizemos as contas mais detalhadas, mas algumas contas preliminares apontam que, dependendo do grau de formalização da cadeia, o segmento Minha Casa Minha Vida vai ficar muito atrativo, potencialmente saindo de um RET 4% para algo como RET 1% em quase todo o programa. Queria entender como vocês têm pensado a reforma dentro da MRV: se vão optar pelo regime do IVA já em 2027, se esse número faz sentido e, se fizer, se vão concentrar cada vez mais os lançamentos e as vendas em faixas intermediárias ou um pouco mais baixas.

Sobre o fim da 6x1, entendo que isso traz uma pressão de aumento do prazo de obra, ou de aumento de custos, se vocês quiserem manter o mesmo prazo. E o aumento do prazo de obra traz o desafio comercial de vender ao cliente uma entrega mais longa. Queria entender se esses efeitos são esses mesmo, como vocês estão gerindo o *trade-off* entre entregar em mais prazo ou com maior custo, e como a MRV pode enfrentar esses desafios. Obrigado.

Eduardo Fischer:

João Pedro, Fischer aqui. Em relação à reforma tributária, o nosso cenário é de fato benéfico. Ele só não chega tanto ao RET 1% porque temos aquele redutor social de R$ 100 mil, lembrando que ele é corrigido. Isso nos permite fazer a evolução de preço que precisamos, e como esse redutor continua sendo corrigido, isso vai nos favorecer. A perspectiva por esse ângulo é positiva, apesar de alguma complexidade adicional na apuração. Em relação à cadeia em si, nas nossas conversas iniciais, não percebo nenhuma pressão inflacionária vindo. Então, hoje, o meu olhar é de um benefício adicional em relação ao que temos, olhando especificamente para a tributação.

Em relação à virada, sim: como o novo modelo é mais favorável, estamos nos preparando dentro da MRV para migrar já em janeiro, especialmente por ele ser benéfico. A resposta é sim, podemos colher benefícios aí.

Sobre a 6x1, o que acontece? O nosso setor é tradicionalmente muito artesanal. A MRV vem investindo muito em industrialização ao longo dos anos, como vocês têm acompanhado, e essa pauta ganhou

muita tração aqui dentro nos últimos 18 meses. Temos conseguido evoluir, e isso pode ser um diferencial muito interessante em tempos de 6x1. Se esse custo adicional gerar inflação para o mercado como um todo e eu estiver do lado vencedor, conseguindo absorvê-lo melhor, que é a nossa visão, talvez o cenário para a MRV seja até mais positivo.

Obviamente, como o Rafa citou no início, estamos olhando isso com atenção e temos um estudo em andamento para medir o impacto efetivo. Mas hoje enxergo um diferencial que pode ser benéfico: se o mercado inteiro tiver que subir preço, talvez eu precise subir menos e colha os benefícios disso, ou suba igual e fique com uma margem ainda maior. A 6x1 pode ser uma oportunidade, João, de separar um pouco as empresas mais eficientes das menos eficientes. Na minha visão, a MRV está num momento favorável em comparação com uma parte do setor que ainda trabalha de forma mais artesanal. Ficou claro?

João Pedro Rodrigues:

Claríssimo, pessoal. Muito obrigado.

Marcelo Motta – JP Morgan:

Bom dia. Obrigado por pegar a pergunta. São dois pontos. O primeiro é sobre a velocidade de vendas e o processo de venda de vocês. Foi comentada a questão do *credit rating*, de como selecionar melhor o cliente. Queria entender quão diferenciado vocês acham que é esse processo, porque das outras empresas escutamos que estão sofrendo mais nas vendas, e vocês estão com mais otimismo, talvez pelos processos ou pela Super House. Se tiverem mais alguma informação sobre como têm conseguido compensar uma torneira, ou uma Caixa, mais restritiva, buscando melhores clientes, e como conseguem se destacar com esse processo.

A segunda pergunta é sobre o mix de lançamentos. Diante desse cenário de crédito um pouco pior, faz sentido focar mais nas Faixas 3 e 4 e menos na Faixa 2? Se essa é uma variável que vocês estão considerando para manter a velocidade crescente, e se puderem dar um *range* da velocidade de vendas com que pensam em operar daqui para frente, isso também nos ajuda. Obrigado.

Rafael Menin:

Marcelo, bom dia. Rafael falando. Em relação à VSO, acho que temos dois diferenciais importantes. O primeiro é o nosso *footprint*. Temos uma presença muito mais abrangente e dependemos menos de uma região. O que temos percebido é que esse endurecimento feito recentemente pela Caixa, que eu diria correto, não é igual em todo o Brasil. Em algumas regiões, a concessão de crédito continua muito parecida. Por outro lado, o Rio de Janeiro talvez seja o melhor exemplo de uma localidade onde a Caixa está muito mais restritiva; em outras, está um pouco mais restritiva do que era. Então, na média, em relação ao setor, temos sofrido menos.

O fato de termos um *land bank* muito maduro e estável nos dá mais flexibilidade operacional, ou seja, podemos lançar um pouco mais nas regionais com boa dinâmica de vendas, concorrência adequada

e boa aprovação de crédito. Esse *footprint*, que de certa forma é mais complexo e trabalhoso, em 80 cidades ou 28 núcleos regionais, sem dúvida nos traz um diferencial competitivo muito importante, não só nas vendas. Isso vale para a compra de terrenos, já que podemos operar em muitos mercados com menor competição. E vale também, já ligando com a 6x1, para a produção: percebemos claramente que em algumas regionais sentimos menos a competição por mão de obra.

Eu diria que a nossa estratégia de atuação geográfica vem se provando um diferencial muito importante e muito difícil de copiar. Entrar em uma regional ou em um estado novo é muito custoso e leva tempo para amadurecer a operação. A última regional em que entramos foi há dez anos. Então, já temos processos de compra de terreno, produção e vendas muito estáveis em todo o Brasil.

Colocamos no *release* que lançamos, nos últimos dois ou três anos, por volta de 42 mil unidades. A produção fez um *catch-up* neste ano, o que é natural, porque se produz no ano o que foi lançado no ano anterior. A produção chegou a esse patamar de 42 mil unidades, e agora o que falta é a venda. A venda vem crescendo: cresceu cerca de 10% entre 2024 e 2025 e cerca de 10% de 2025 para 2026. Essa é a última métrica operacional que precisa crescer mais 10% no ano que vem em relação a 2026, e com isso as três principais métricas operacionais vão operar na mesma magnitude.

Temos muita confiança na qualidade dos lançamentos e na evolução da Super House, um canal de vendas que de fato não performou bem em 2024 e 2025. O investimento que fizemos neste ano em pessoas, processos e tecnologia já está se mostrando correto, está funcionando muito bem e ainda tem oportunidades relevantes para incorporarmos nos próximos trimestres. Isso deve levar o patamar de vendas brutas e, consequentemente, de repasses, que é o principal, porque precisamos repassar para reconhecer receita e receber o dinheiro, a cerca de 42 a 43 mil unidades por ano nas três principais métricas operacionais. Isso levaria a uma alocação de capital mais eficiente.

Fazendo um *mea-culpa*, ainda temos duas áreas importantes. A primeira é terrenos. Alocamos uma quantidade gigantesca de capital em terrenos nos últimos seis anos. Já começamos a reduzir esse movimento: neste ano, reduzimos o capital alocado em terrenos, fruto de uma política muito forte de compra via permuta nos últimos dois anos, que continuará sendo a dinâmica daqui para frente. Naturalmente, ao longo do tempo, o capital alocado em terrenos vai caindo. A mesma lógica vale para o estoque construído e não vendido. À medida que a produção atinge um platô e a venda acelera um pouco mais, passamos a ter menos capital alocado em estoque. Essa é a dinâmica que temos perseguido e que vem acontecendo, e, com o não crescimento da produção daqui para frente, temos grande convicção de que vamos liberar mais capital desse estoque não vendido.

Acabei dando uma resposta um pouco mais longa, mas, resumindo, estamos muito positivos e convictos de que, mesmo num cenário de crédito um pouco mais restrito, vamos operar adequadamente nas Faixas 1, 2 e 3, um pouco menos na Faixa 1. A Faixa 1 de fato perdeu capacidade de compra pela não atualização do programa, que teve apenas uma pequena atualização para esse segmento. Mas temos um portfólio muito flexível e muito encaixado para as Faixas 2 e 3, e uma pequena parte para a Faixa 4 do Minha Casa Minha Vida. Estamos muito confortáveis, com um portfólio

distribuído em regionais e cidades muito saudáveis. Então, estamos muito positivos de que continuaremos entregando bons trimestres daqui para frente, o que vai se refletir em geração de caixa e lucratividade crescentes.

Marcelo Motta:

Super claro, Rafa. Muito obrigado.

Rafael Rehder - Safra:

Oi, bom dia. Tenho dois pontos que queria tocar. O primeiro, que já foi um pouco comentado no *call*, é sobre o ambiente competitivo. Temos ouvido de alguns *players* que estão dando mais desconto para tentar reduzir o pós-chaves, e vocês têm uma operação bastante diversificada pelo país. Queria saber se vocês já estão sentindo isso neste terceiro e no quarto trimestre, se está um pouco mais difícil concretizar a venda por causa disso.

O segundo é sobre as despesas comerciais, que neste tri vieram bastante controladas, principalmente considerando o patamar de vendas. Entendo que deve ter havido um benefício por terem sido menos unidades repassadas, já que a comissão do corretor só é paga depois do repasse. Mas olhando para o ano que vem, num ambiente também mais competitivo no Minha Casa Minha Vida, como vocês esperam que essas despesas se comportem? Obrigado.

Eduardo Fischer:

Rafael, Fischer aqui. Sobre a primeira pergunta, acho que o ambiente não está tão competitivo quanto já esteve. Como o Rafael citou na pergunta anterior, temos uma amplitude geográfica muito grande, o que nos ajuda muito. Num cenário de juros muito altos por muito tempo, a nossa indústria fica um pouco mais seletiva, e vemos *players* menores e médios perdendo um pouco de força. Isso só nos ajuda, porque a demanda, como falei antes, está toda lá.

Então, acho que o ambiente competitivo hoje vai nos favorecer. Olhando para 2027, como o cenário tende a ficar mais duro, acho que vamos colher benefícios adicionais desse ambiente, e não menos. Como falei mais cedo, todo o ferramental colocado de pé dentro da MRV, na plataforma e no crescimento da nossa Super House, vai nos colocar num cenário diferenciado num ambiente mais duro. Estou percebendo a operação dando sinais positivos: outubro foi bom, novembro começa bem e, olhando para 2027, nada me tira da rota de que, num ambiente mais duro, temos condições de performar melhor do que a média. Acho que vai ser benéfico.

Em relação às despesas comerciais, está tudo em linha. O que enxergamos neste trimestre é que, à medida que a nossa receita cresce, como o Cacá bem colocou, a despesa comercial vai sendo diluída. O ferramental que mencionei nos ajuda não só a captar um cliente melhor e vender mais, mas a fazer isso de forma mais rápida e mais barata. À medida que a receita continua crescendo e o custo de captar esse cliente vai melhorando, vai acontecer um pouco do que vimos neste trimestre: diluição de despesas. Então, posso olhar para a MRV ao longo dos próximos trimestres como uma empresa que

vai fazer o que faz de forma mais leve, um pouco do que já enxergamos no nosso SG&A sobre ROL no terceiro trimestre. Olhando para tudo o que foi colocado de pé dentro da companhia, a perspectiva é positiva. Não sei se fui claro, Rafael.

Rafael Rehder:

Foi super claro. Obrigado, pessoal. Bom dia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Eduardo Fischer:

Pessoal, quero só reforçar um ponto que foi bastante explorado e que o Rafael citou bastante na abertura. Para quem olha para a MRV e para a nossa trajetória nos últimos trimestres e anos, acho que há uma palavra que resume tudo: consistência. Viemos melhorando trimestre a trimestre todas as nossas métricas, e este terceiro trimestre foi mais um retrato disso. É uma empresa consistente.

E por que a consistência é importante? Olhando para 2027, falamos aqui sobre a 6x1, a reforma tributária e eventuais impactos do diesel. Estamos olhando para um ano que pode ser um pouco mais desafiador para o Brasil de forma geral. Quando você tem uma companhia que há vários anos opera em um patamar maduro e linear, isso é muito positivo em termos de risco. A MRV vai produzir 43 mil unidades neste ano, e entregamos isso todo ano. A companhia está consistente e estável.

É uma companhia que já opera no seu melhor, e tudo o que temos feito dentro dela é para trazer resultados ainda melhores, seja em volume de vendas, velocidade de vendas ou custos consistentes e estáveis. Isso é fundamental quando se olha para frente e se vê um ambiente que pode ser um pouco mais desarranjado em 2027. Então, olhando para o mercado e para dentro da MRV, eu me sinto muito seguro. Tudo o que foi construído aqui nos coloca num patamar muito diferenciado, consistente e menos exposto aos riscos que o nosso setor sempre traz.

Estou bastante otimista. Acho que o quarto trimestre também deve ser bom, muito forte, e 2027 pode ser ainda melhor diante do que está acontecendo dentro da companhia. É isso. Obrigado a todos e até o próximo trimestre.

Operador:

A teleconferência da MRV está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom dia.

3Q26 EARNINGS CONFERENCE CALL

November 12, 2026

Earnings Call Audio:

To access the call audio, click here.

Operator:

Good morning, ladies and gentlemen.

Thank you for holding and welcome to MRV's third quarter 2026 earnings conference call.

With us today are the company's CEOs, Mr. Rafael Menin and Mr. Eduardo Fischer, and the Chief Financial and IR Officer, Mr. Ricardo Paixão. We would like to inform you that all participants will be in listen-only mode during the company's presentation.

After the company's remarks, there will be a Q&A session, when further instructions will be given. To open our third quarter earnings conference call, I would like to hand the floor to Mr. Rafael Menin.

Rafael Menin:

Good morning, everyone. Thank you for participating in the earnings conference call for the third quarter of 2026. The quarter was a record-breaking one for MRV Real Estate Development. We sold R$3 billion, the highest quarterly volume in our history, and we produced more than 11,000 units. Net revenue reached R$3.4 billion, 28% higher than in the third quarter of 2025, and net profit reached R$315 million, 54% higher than in the same period of the previous year.

Two words have driven these records: consistency and efficiency. Our strategy is to concentrate our operations. We went from 120 cities in 2023 to approximately 80 cities and still grew in our key operational metrics. With greater scale in each city, we can better sequence launches, sales and production, and the result is already showing: gross margin reached 32%, the highest level in the last seven years.

What is still missing is the maturing of our Super House. Even with record sales of over R$11 billion in the last 12 months, the gains from our sales team have not yet fully materialized. With the stabilization of launches and production and the growth in sales, we will soon reach the same level in all three business areas: real estate development, production and sales. This is the path to greater efficiency in capital allocation.

Sequencing is the foundation of our efficiency. One year's launches secure the next year's production, and production only generates cash after the sale and the transfer of units to the banks. Launch and production volumes, which have grown in recent years, will remain stable in the coming quarters, and sales volumes will continue to grow, supported by our Super House and our platform. Each area plays its part, focusing on Minha Casa Minha Vida, a mature and stable social housing program.

In real estate development, we have a healthy land bank, purchased with discipline. Year to date, 93% of purchases have been made through land swaps. In production, we peaked at around 42,000 units in the last 12 months, the same volume as our launches. We will not seek more volume; the gain comes from efficiency. The structure of a new building begins when that of the previous one ends. At MRV, the factory never stops.

Our greatest potential lies in the commercial area. Net sales over supply (VSO) reached 25.1%, three percentage points higher than a year ago. A seasoned manager sells more than twice as much as a novice, and our team continues to mature, with the platform delivering the right client, product and proposal to each manager.

In a high cost-of-capital environment, our focus is on reducing allocated capital without reducing the size of the company. These consistent moves explain the quarter's results. I thank our associates for another quarter on this journey, and I now hand the floor to Cacá.

Ricardo Paixão:

Thank you, Rafael. Good morning, everyone. 3Q26 was a record quarter for MRV Real Estate Development and one of strong cash generation at MRV&CO. This happened despite a challenging scenario, with the strike of Caixa employees.

Starting with MRV Real Estate Development, we reported the highest net sales volume in our history: R$3 billion in the quarter and R$11 billion in the last 12 months. Production was also at a record high, with 41,800 units in the last 12 months and 11,300 units in 3Q26 alone.

Following our strategy, we prioritized selling existing inventory. In the quarter, we sold more than we launched: 11,000 units sold compared to 9,300 units launched. This optimizes our capital structure and captures sales with a higher POC. The combination of higher production, higher sales and a higher POC led to net revenue of R$3.4 billion, a historical record, 29% higher than 3Q25 and 24% higher than the previous quarter. In the first nine months of 2026, revenue totaled R$8.7 billion, an increase of 18.6%.

This record revenue diluted operating expenses. SG&A as a percentage of net revenue fell from 14.1% in 2Q26 to 12.7% in 3Q26. With a gross margin of 32.1%, the highest level in the last seven years, adjusted net profit totaled R$315 million in the quarter, a record for MRV Real Estate Development and 55% higher than 3Q25. In nine months, adjusted profit reached R$603 million, a 76% increase.

Now I will talk about portfolio simplification and cash generation, detailing each front, starting with Resia. At Resia, we continue to sell assets with a focus on cash generation and deleveraging, aiming to wind down the operation. In July, we completed the sale of the legacy developments Ten Oaks and Rayzor Ranch for R$709 million. On August 6, we announced the sale of Memorial, our last legacy project, and five additional plots of land for a total of R$867 million, with settlement expected in the coming months. Golden Glades, our project in Miami, reached 95% of units leased in September. Now that it is stabilized, we can put it up for sale.

At Luggo, we completed the sale of three finished projects for R$166 million, generating R$144 million in cash. Luggo will continue managing properties, with no ongoing construction and no new projects. Urba generated R$18 million in cash during the quarter, with a gross margin of 49.7% and net profit of R$1.4 million.

Considering all transactions announced this year, the R$2.2 billion in asset sales at Resia and Luggo will reduce MRV&CO's net debt by R$1.6 billion, as shown in the chart.

This cash generation and deleveraging is reflected in our debt indicators. At MRV Brazil, the net debt to equity ratio fell to 37.4%, from 41.3% in June. Net debt to annualized EBITDA is 0.7x, compared to 1.1x a year earlier. The weighted average cost of debt was 11.5%, equivalent to 84% of the CDI rate, versus 13.6% in June.

In summary, it was a quarter of record operating and financial results for MRV Real Estate Development and of consistent progress in simplifying the portfolio and generating cash at MRV&CO. We will now move on to the Q&A session.

Herman Lee – Bradesco BBI:

Good morning, and thank you for the opportunity. I have two questions. The first is about MRV Real Estate Development's revenue, which reached a record R$3.4 billion, up 24% quarter on quarter. There were some moving parts behind this. With launches and production reaching a more stable level in 2027, I would like to understand whether this level of quarterly revenue is sustainable, whether there was any non-recurring event, or whether it will stay at this level.

The second is about cash generation in real estate development, which was R$7 million, compared to R$149 million last quarter, largely due to the Caixa strike. I would like to understand whether this amount was already recovered in October and November, and what you expect for real estate development cash generation in the fourth quarter and in 2027. Thank you.

Ricardo Paixão:

Good morning, Herman. This is Cacá speaking. First, about revenue: it comes from several factors. First, there was a normalization of cancellations, which happened at a higher volume in the second quarter; cancellations are now back to their regular pattern, which accounts for around R$100 million

of impact on revenue. Then we had sales with a higher POC this quarter, sales growth of around 10%, and also a significant increase in production, with record production levels. Everything combined accounted for the increase.

There was a lot of questioning in the market about whether the main driver of this increase was the change in revenue recognition from guaranteed sales to conventional sales. We had 3,000 conventional sales this quarter. A quick calculation with 15% expected cancellations, an average price of R$270,000 and 45% POC gives an increase of R$55 million in revenue. Since the revenue increase was R$650 million, only a small part is explained by that.

As for the future, the average net revenue of the second and third quarters is R$3.1 billion. Since we see price increases and also higher sales volumes ahead, we could expect revenue of around R$3.1 to 3.2 billion per quarter from now on.

The other question was about cash generation, right? A backlog was created with Caixa in September, and we eliminated almost all of it in October. We have a high expectation for cash generation in the fourth quarter of this year, because there will be a volume of transfers higher than the number of units produced. So the backlog with Caixa was solved: we set up a task force with the Caixa team throughout October, and that problem is behind us.

Herman Lee:

Okay, thank you very much, Cacá. Have a good day.

Pedro Perone – Bank of America:

Good morning. Thank you for taking our questions. We have two. First, on operations, could you break down a little more the operating performance across the months of the quarter, and maybe talk a bit about October and, if it's not too early, November?

The second question is about provisions. Looking at recent quarters, your bad debt coverage ratio has been decreasing, and the provision expense was a bit lower than usual this quarter. The industry seems to be reinforcing provisions, taking a different path, while household delinquency is still high. What explains this: a real improvement in portfolio quality, or is it more related to write-offs or to a cleanup of customers? And how should we think about provisions in the future? Thank you.

Eduardo Fischer:

Good morning, Pedro. This is Fischer. I will answer the first question, and Cacá will talk about the provision for bad debt. On the operating front, I understand your question is about sales. We had a good month of sales in October, and November is also strong. In October and November we launch more than in December.

We see the dynamics of this industry that you know so well: there is a large housing deficit and huge demand. Credit conditions remain, despite the higher indebtedness of families and possibly stricter credit granting. But the number of people who actually need and want to buy a home is much higher than those restrictions. We see this clearly in our operations: as we launch, our sales speed grows.

This is an important sign. The quarter's performance, as well as what we expect for 2027, shows that we are on the right track. We can see sales speed growing; this happened in October and also in November. We have positive expectations for the quarter, given that our launches also signal strong potential. In terms of sales, we see a very good fourth quarter of 2026. I now hand the floor to Cacá.

Ricardo Paixão:

Hello, Pedro. Our provisioning continues to follow the same criteria. We assess customers' ratings and whether the *pró-soluto* (direct installment financing) is before or after key delivery. We have been able to concentrate more sales in customers with better credit ratings, who pay more before the keys are delivered. These two movements together keep our provisions stable.

What happened specifically this quarter is that we had made assignments of receivables for some operations, and in those assignments the criteria for renegotiation are much stricter. So we were not renegotiating payments with customers. We were able to renegotiate those terms with the CRI holders and renegotiated overdue installments within the CRIs, following our regular methodology. With that, we will have better credit recovery going forward. That is why there was a R$20 million reduction in provisions this quarter.

Pedro Perone:

That's very clear. Thank you.

Fanny Oreng – Santander:

Good morning, everyone. I have two questions. The first is about the Golden Glades sale process and a potential write-off of the remaining plots of land: do you plan to do this this quarter or maybe next year? The second is about the receivables portfolio: what is the demand for portfolio purchases? Has it changed? Have rates changed? Could you shed some light on that? Thank you.

Ricardo Paixão:

Okay, Fanny. Golden Glades is a project that has just stabilized, at 95% of units leased in September, and now we are starting to market it, for a sale during the first half of next year. As for the land and the Memorial project, they are in due diligence. Some of these assets will be sold by the end of this year and the others at the beginning of next year. The assets that are not yet up for sale will be put up for sale in the coming months. We have a sense of urgency and we are very diligent in divesting the remaining Resia assets.

As for your second question, demand for receivables remains strong. We are assigning receivables at the same levels as in the previous quarter. One of the operations will have a slightly higher cost because rates have widened somewhat, but within the levels we are used to.

Fanny Oreng:

Okay, Cacá, just two quick follow-ups. Regarding the projects to be put up for sale, you would have to recognize the mark-to-market next quarter when you put them up for sale. And second, do the funds that buy these portfolios require higher provisioning because of consumer deterioration, or is it at the same levels?

Ricardo Paixão:

Actually, it is at the same level. The coverage ratio we offer in these operations is already very high, almost three times the estimated loss. Investors understand our methodology, we make the calculations together, and we are very comfortable maintaining the same coverage levels. As for the projects, there are no new projects to be sold at a loss. Other assets that we believe are worth less than their book value will certainly be marked to market.

Fanny Oreng:

Thank you.

Tainan Costa – UBS:

Good morning, Menin, Fischer and Cacá. I have a follow-up on Fanny's question regarding the receivables portfolio. We have heard about the possibility of taxing CRIs. In your view, could that gain momentum, could it actually happen? Maybe it is not yet reflected in higher rates demanded by CRI holders, but I would like to hear a bit more from you on this topic.

Ricardo Paixão:

This is Cacá speaking, Tainan. Since there is still a lot of uncertainty about the rate, how it would work and from when future issuances would be impacted, it is very early to talk about any potential impact on demand or price. What I can tell you is that our operations are increasingly mature, and credit buyers understand our financial modeling better and better. That gives them comfort, and the buyers of our operations are recurring. On the other topic, I believe we have to wait a bit longer to try to estimate any potential loss.

André Mazini – Citi:

Good morning, everyone. My first question is about MRV Real Estate Development's gross margin, at 32%, a strong improvement of 90 bps quarter on quarter, accelerating compared to previous quarters.

What pace of convergence to the 35% gross margin of new sales could we expect in the next quarters, and what could make it take longer?

The second question: we know the program's budget is not being fully used this year. What do you expect in terms of improved parameters for any of the Minha Casa Minha Vida brackets, maybe Brackets 2 and 3? Any expected improvements, maybe at the next board meetings?

Rafael Menin:

This is Rafael speaking. Good morning, André. As for gross margin, we should continue to expand it at a pace similar to this quarter's. But obviously we will need to watch more closely, because there is a new, more inflationary environment, with factors such as the end of the 6x1 work schedule, a possible increase in diesel prices and the tax reform itself. On the other hand, we keep gaining efficiency in our operations, and we are confident that we will at least be able to offset this higher-inflation scenario than we expected two or three months ago. Our expectation is for the margin to continue to advance. We see sales prices moving in line with the INCC, the national construction cost index.

Moving to your second question, we think the program could have a positive update, which would help us balance sales volume, better pricing and a lower *pró-soluto*. We work with these three variables, so an updated program would certainly help.

We see an interesting price scenario, with the ability to adjust prices at least in line with the INCC. Looking at costs, and all the homework we have done and continue to do in land acquisition, product design and production efficiency, we are confident that we can offset this higher-inflation external scenario. We will keep monitoring conditions. If inflation turns out more favorable, the margin will expand a bit faster; if these variables move in a negative direction, margin expansion will be slower. The trend is for expansion, and the pace will depend on next year's inflation. Is that clear?

André Mazini:

Yes, very clear, Rafa. Thank you.

Igor Machado – Goldman Sachs:

Good morning. Thank you for taking my questions. I have two. The first is about cancellations. Cacá mentioned that you have been able to obtain customers with better credit ratings. Excluding the temporary effects of the strike, what recurring level of cancellations should we expect going forward? The second is about credit approval: in your effort to obtain customers with better ratings, what has been done, what could still be done, and is anything missing or any ongoing effort that would change going forward? Thank you.

Eduardo Fischer:

Good morning, Igor. This is Fischer speaking. As for cancellations, as Cacá mentioned earlier, the level is around 15%. More importantly, as we have changed the way we look at it, there will be growth in gross sales, which we will see even more strongly in the coming quarters, and at the end of the day net sales will also improve. So that is not a concern, and the level should be roughly that.

As for credit approval, as we disclosed this year, we have invested heavily in technology to capture better customers, and ratings are now assessed much more carefully in our entry funnel. So we are able to identify the ratings that end up in a level of delinquency we do not want to deal with, and over time we have excluded that group from our base.

In practical terms, the top of the funnel has grown: we are capturing more customers, and a higher number of them reach a rating level that meets our current requirements. So despite stricter credit availability, we have been able to convert more customers, and we have financially healthier customers. Looking at the past, our granting of *pró-soluto* B, after key delivery, has decreased. So we are getting customers with higher credit ratings at higher volumes.

All our investment in technology and in the Super House, which drives conversion, has been working very well. As we mature these tools further and the productivity of our sales team keeps growing, I am very optimistic, because all the tools we implemented in 2026 are now delivering results. Looking at 2027, despite the challenges we mentioned, we see a positive outlook. We will be able to offset the negative effects with better tools and a more productive team, and at the end of the day the result is positive: better conversion and higher volume, with customers with better credit ratings.

Looking at pricing for 2027, with all the concerns mentioned, this is very positive, because we start the year with tools that are ready or under development to keep conversion growing and to keep improving the rating of customers who come into MRV. This could be a very important tool to face the challenges of 2027. Is that clear?

Igor Machado – Goldman Sachs:

Yes, very clear. Thank you.

João Pedro Rodrigues – XP Investimentos:

Good morning, everyone. Thank you for the opportunity. My two questions are about the VAT tax reform and the end of the 6x1 work schedule. Starting with the tax reform: some preliminary calculations indicate that, depending on the degree of formalization of the supply chain, the Minha Casa Minha Vida segment would become very attractive, potentially going from a 4% RET to around 1% across almost the entire program. How have you been thinking about the reform at MRV? Will you opt into the VAT regime already in 2027? Does the number I mentioned make sense? And, if so, would you concentrate launches and sales on middle or lower brackets?

Regarding the end of the 6x1 schedule, I believe it will lengthen construction time or increase costs if you want to keep the same deadlines. I would like to understand whether these are the effects you expect and how you are managing this trade-off: delivering later or at a higher cost, and how MRV can address these challenges.

Eduardo Fischer:

João Pedro, Fischer here. As for the tax reform, your interpretation is correct. It does not get as close to the 1% RET because we have a social reduction of R$100,000, which is adjusted for inflation. So we are able to increase prices, and this deduction is also adjusted. The outlook is positive, despite the additional complexity in the calculations. As for the supply chain itself, in our initial conversations I do not see any inflationary pressure coming. What I see right now is an additional tax benefit compared to what we have today. Since it is more favorable, we are getting ready to switch to the new model as of January, especially because it is beneficial. So the answer is yes, we can reap benefits from it.

Now, regarding the 6x1 schedule: our industry is traditionally very craft-based. MRV has invested heavily in industrialized production over the years, and this has gained a lot of momentum in the last 18 months. This could be a very interesting differentiation point under the new work rules. If this additional cost drives inflation across the market and we are on the winning side, able to absorb it better, the scenario for MRV could be even more positive.

Of course, we are studying all the variables. But today I see a differentiation point that could be beneficial: if the whole market has to raise prices, we may raise them less and reap the benefits, or raise them at the same rate and have a better margin. This could separate more efficient companies from less efficient ones. In my view, MRV is in a favorable position compared to the part of the industry that is not as advanced in construction techniques.

João Pedro Rodrigues - XP Investimentos:

Thank you very much. That's very clear.

Marcelo Motta – JP Morgan:

Good morning. I have two questions. The first is about sales speed and credit ratings, and how you select customers better. How differentiated do you think this process is? We hear that other companies are suffering more in their sales, while you are more optimistic, maybe because of this process or the Super House. Is there more information you could give us on how you are offsetting the stricter credit from Caixa and how you stand out?

Second, given this tougher credit scenario, would it make sense to focus more on Brackets 3 and 4 and less on Bracket 2? And what sales speed do you expect to operate at going forward? That would be helpful. Thank you.

Rafael Menin:

Good morning, Marcelo. This is Rafael speaking. In terms of sales over supply, we have two differentiation points. The first is our footprint. We have much wider coverage and depend less on any single region. What we have noticed is that Caixa's stricter credit rules, which I believe are correct, are not the same throughout the country. In some regions, credit is being granted under the usual conditions. Rio de Janeiro is a good example of a place where Caixa is much stricter; in other areas, it is a bit stricter than it was. So on average, we have suffered less than the rest of the industry.

Because we have a very mature and stable land bank, we have more operational flexibility. We can launch more in regions with good sales dynamics, adequate competition and good credit approval rates. This footprint, which is more complex and demands more work, with a presence in 80 cities or 28 regional hubs, brings us a very important competitive advantage, not only in sales but also in land purchases, because we can operate in many markets with less competition. Regarding the new work rules, we can clearly see that in some regions our production faces less competition for labor.

So our geographic strategy has proven to be a very important differentiation point, and it is very difficult to copy, because entering a new region takes a lot of time and money to mature the operation. The last region we entered was ten years ago. So we have land acquisition, production and sales processes that are quite stable all over the country.

In the release, we published that we launched around 42,000 units per year in the last two or three years. Production caught up this year, which is natural, because what is produced in a year was launched the year before. Production has now reached 42,000 units, and what is missing is sales. Sales grew around 10% from 2024 to 2025 and around 10% from 2025 to 2026, and this is the last operational metric: we need another 10% growth next year compared to 2026. With that, the three main operational metrics will be operating at the same level.

We are very confident in the quality of our launches and in the evolution of the Super House, a sales channel that did not perform well in 2024 and 2025. This year we invested in people, processes and technology, which has proven right and is working very well, and there are still significant opportunities to capture in the coming quarters. This should increase gross sales and therefore transfers, which is key, because we have to transfer units to recognize revenue and receive the money. We will then reach 42,000 to 43,000 units per year in these three main operational metrics, which would lead to more efficient capital allocation.

We have to admit that there are still two important areas. The first is land. We allocated a huge amount of capital to land in the last five to six years, but we have started to reduce that. This year, we reduced the capital allocated to land, thanks to a policy of purchasing through land swaps, which will remain the rule from now on. So, naturally, the capital allocated to land will decline. The same applies to inventory that has been built but not sold. As production reaches a plateau and sales speed up, the capital allocated to inventory will decrease. This is the dynamic we have been pursuing and it is

happening. From now on, with production no longer growing, we are confident we will be able to release more capital from unsold inventory.

My answer was quite long, but in summary, we are very confident and positive that, despite a more restricted credit scenario, we will continue to operate in Brackets 1, 2 and 3, a bit less in Bracket 1, which lost purchasing power because the program was updated only slightly for that segment. But we have a portfolio that fits Brackets 2 and 3 very well, and a small part for Bracket 4. So we are very comfortable, with our portfolio distributed across very healthy regions and cities. We are very positive and confident that we will continue to deliver good quarters, which will result in growing cash generation and profitability.

Marcelo Motta:

That's very clear, Rafa. Thank you very much.

Rafael Rehder – Safra:

I have two questions. The first is about the competitive environment, which you already mentioned a bit. We have heard from some players that they are giving more discounts to reduce the amount received after key delivery. I would like to understand whether you are already feeling this in the third and fourth quarters, and whether it is harder to close sales because of it.

The second is about selling expenses, which were well controlled this quarter considering the sales volume. Maybe you had fewer units transferred, and commissions are only paid after the transfer. But looking at next year, with a more competitive environment in Minha Casa Minha Vida, how do you expect these expenses to behave?

Eduardo Fischer:

This is Fischer speaking, Rafael. On the first question, I think the environment is not as competitive as it was before. As Rafael mentioned in the previous answer, we have very wide geographic coverage, which helps a lot. In a scenario of very high interest rates for a long time, the industry becomes more selective, and smaller and mid-sized players are losing strength. That helps us, because demand is still there.

So the competitive environment will actually favor MRV. Since the scenario is likely to be tougher in 2027, we will reap additional benefits from it, not fewer. All the tools we implemented in the platform, together with the growth of our Super House, will put us in a differentiated position in a tougher environment. October was good and November is starting well. For 2027, nothing changes my view that, in a tougher environment, we can perform better than the industry average, and that will be beneficial.

As for selling expenses, everything is in line. What we saw this quarter is that as our revenue grows, as Cacá said, selling expenses are diluted. What we have achieved with this toolbox allows us not only to

capture better customers and sell more, but to do it faster and more cheaply. As revenue keeps growing and our cost of acquiring customers improves, we will see what happened this quarter: expense dilution. So I can see MRV in the coming quarters as a company that will operate in a leaner way, as we already saw in our SG&A over net revenue in the third quarter. Is that clear, Rafael?

Rafael Rehder:

Yes, very clear. Thank you very much.

CLOSING REMARKS

Eduardo Fischer:

I would just like to reinforce one point that was emphasized during the call. When we look at MRV and our trajectory over recent quarters and years, one word sums it up: consistency. We have improved all our metrics quarter after quarter, and this third quarter proved that once again. It is a consistent company.

Looking at 2027, we talked about the tax reform, the end of the 6x1 schedule and the impact of diesel costs. We are looking at a year that could be a bit more challenging for Brazil in general. When you have a company that has been operating at a mature and linear level for years, that is very positive in terms of risk. MRV will produce 43,000 units this year, and we deliver that every year. The company is consistent and stable.

It is a company already operating at its best, and everything we are doing is aimed at even better results, whether in sales volume, sales speed or consistent and stable costs. That is key when you look ahead and see an environment that could be more disorganized in 2027. So, looking at the market and at MRV, I feel very confident. Everything we have built places us at a very differentiated and consistent level, less exposed to the risks our industry always brings.

We are very optimistic. We believe the fourth quarter will be very strong, and 2027 may be even better because of everything we have implemented in the company. Thank you all very much, and see you next quarter.

Operator:

MRV's conference call has now ended. Thank you all for your attendance and have a good day.