



Apresentação Institucional

ROTEIRO



01

A Urba

02

O mercado

03

Vantagens competitivas

04

Estratégia financeira

05

Equipe

06

Resumo



Desde 2012,

a Urba é o pilar da MRV&CO especializado loteamentos de alta qualidade em localizações estratégicas, planejados para possibilitar mais comodidade, diversão e qualidade de vida para as pessoas.



+21 mil

Unidades lançadas



+13 mil

Unidades entregues



R\$+2,9 bi

Em VGV lançado



47%

Margem bruta 1S25



R\$ 4,1 bi

VGV em banco de terrenos*

*Land bank e terrenos em estágio avançado de negociação

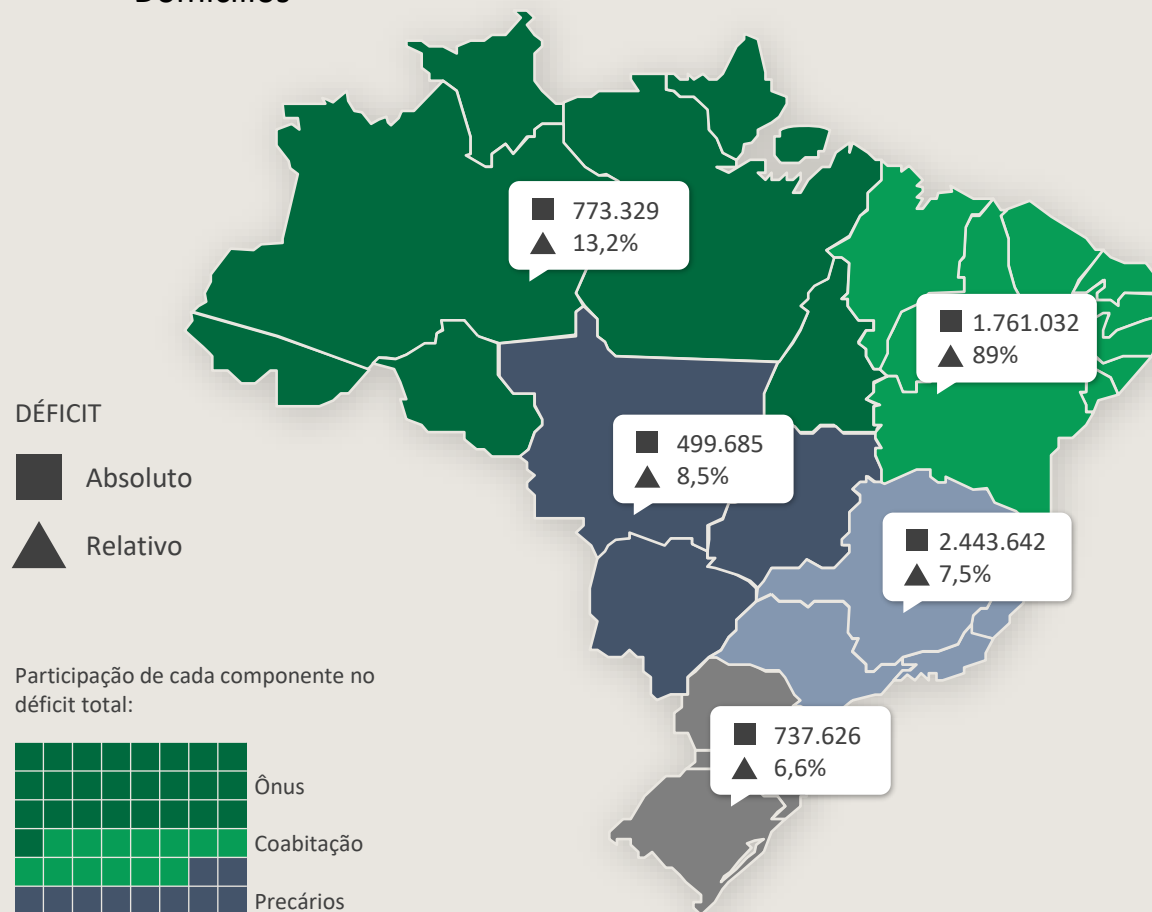
Fontes: Urba e MRV

Déficit Habitacional



6.215.313

Domicílios



Ônus: gasto superior a 30% da renda com o aluguel.

Coabitação: domicílios onde há a presença de ao menos um núcleo domiciliar secundário e onde também ocorra adensamento de mais de dois moradores por dormitório.

Precários: domicílios improvisados e domicílios rústicos.

72%

dos brasileiros desejam morar em casa (loteamento aberto, fechado ou condomínio).

Principais motivos:



Segurança



Privacidade



Comodidade



Tamanho do Imóvel

02 • O mercado

A Urba está posicionada para explorar um mercado grande sem um competidor claro

O Mercado

Mercado fragmentado, pouco estruturado e com marcas locais.

Barreiras de Entrada

Alto investimento inicial

Alta complexidade e escassez na *originação de land bank*

Período longo e complexo de **processos de aprovação/regulatórios**

Período longo para a completude do **ciclo financeiro e retorno do fluxo de caixa**

Capacidades técnicas e operacionais altamente complexas são pré-requisitos fundamentais

+10

Salários Mínimos

2 a 10

Salários Mínimos

0 a 2

Salários Mínimos

6.5

Milhões

57.2

Milhões

20.8

Milhões

**Estimativa de
residências por
nível de renda até
2035¹**

*# estimado de residências
por faixa de renda*

Fonte: Urba; PNAD (IBGE);
UFF

Nota: (1) Estimado pelo
PNAD (IBGE) e UFF

+10

Salários Mínimos

2 a 10

Salários Mínimos

Foco de atuação da Urba:
**Mercado grande e
fragmentado com
baixa competição**

Exclusive

Classe A+
(de R\$ 16.186,01
a R\$ 28.096)

Estilo

Classe B1
(de R\$ 8.150,01 a
R\$ 16.186)

Up

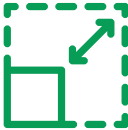

Classe B2
(de R\$ 4.607,01 a
R\$ 8.150)

Smart

Classe C1
(de R\$ 2.703,01
a R\$ 4.607)

Viver

Perfil Cliente Urba x Cliente Minha Casa Minha Vida

| | | URBA | Minha Casa Minha Vida | Variação |
|-------|--------------|---|---|----------|
| DADOS | |  |  | |
| 01. | Idade média | 37 anos | 32 anos | ▲ 15% |
| 02. | Renda média | R\$ 4,8 mil | R\$3,5 mil | ▲ 35% |
| 03. | % casado | 45% | 27% | ▲ 65% |
| 04. | Escolaridade | E.M Completo | E.M Completo | - |

02 • O mercado - Foco de atuação

CENTRO OESTE
MATO GROSSO

CENTRO OESTE
GOÍAS

TRIÂNGULO
MINEIRO

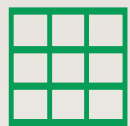
INTERIOR DE
SÃO PAULO

Praças com maior renda média

Demanda reprimida

Maior inadimplência e alto IDH

02 • O mercado - Linhas de produto para atender o mercado alvo



Nossos projetos



Possuem tamanho do lote entre 126 e 400 m²



Oferecendo loteamentos abertos ou fechados e condomínios



Com foco nas classes de média e baixa renda



Em uma faixa de preço com custo-benefício diferenciado



Com bom padrão de qualidade e localização estratégica

Lote Padrão

Ticket Médio

A
B
E
R
T
O

Viver

126 a 200 m²

Aberto

Média/Baixa

R\$ 85 Mil

Realização de um sonho; Infraestrutura básica.

SMART

126 a 250 m²

Aberto

Média/Baixa

R\$ 110 Mil

Bairro planejamento e inteligente; Segurança; Conveniência.

F
E
C
H
A
D
O

Up

160 a 260 m²

Fechado

Média

R\$ 130 Mil

Privacidade; Novo padrão; “Up grade” para condomínio.

Estilo

200 a 360 m²

Fechado

Média

R\$ 270 Mil

Lazer; Nova história; Status.

Exclusive

250 a 400 m²

Fechado


Média/Alta

R\$ 400 Mil

Lazer Premium; Exclusividade; Sofisticação.

03 • Vantagens competitivas

Comparação Entre Urba e Loteadores Tradicionais

| |  | Loteadores Tradicionais |
|--|---|-------------------------|
| Sinergia com a MRV | ✓ | ✗ |
| Cessão de recebíveis | ✓ | ✗ |
| Track-record | ✓ | — |
| Capilaridade (acesso a <i>land bank</i> e legalização/aprovação) | ✓ | — |
| Financiamento à produção | ✓ | ✗ |
| Jornada do cliente digitalizada | ✓ | ✗ |
| Renda do cliente | Média / baixa | Média / alta |

03 • Vantagens competitivas – Sinergia com a MRV&CO



SINERGIA

ORIGINAÇÃO DE LAND BANK

- Capilaridade
- Prospecção em conjunto
- Legalização de projetos

COMERCIAL

- Base de clientes ampla
- Força de vendas e operação de marketing
- Plataforma habitacional integrada
- Pós venda (relacionamento com clientes)

SUPORTE

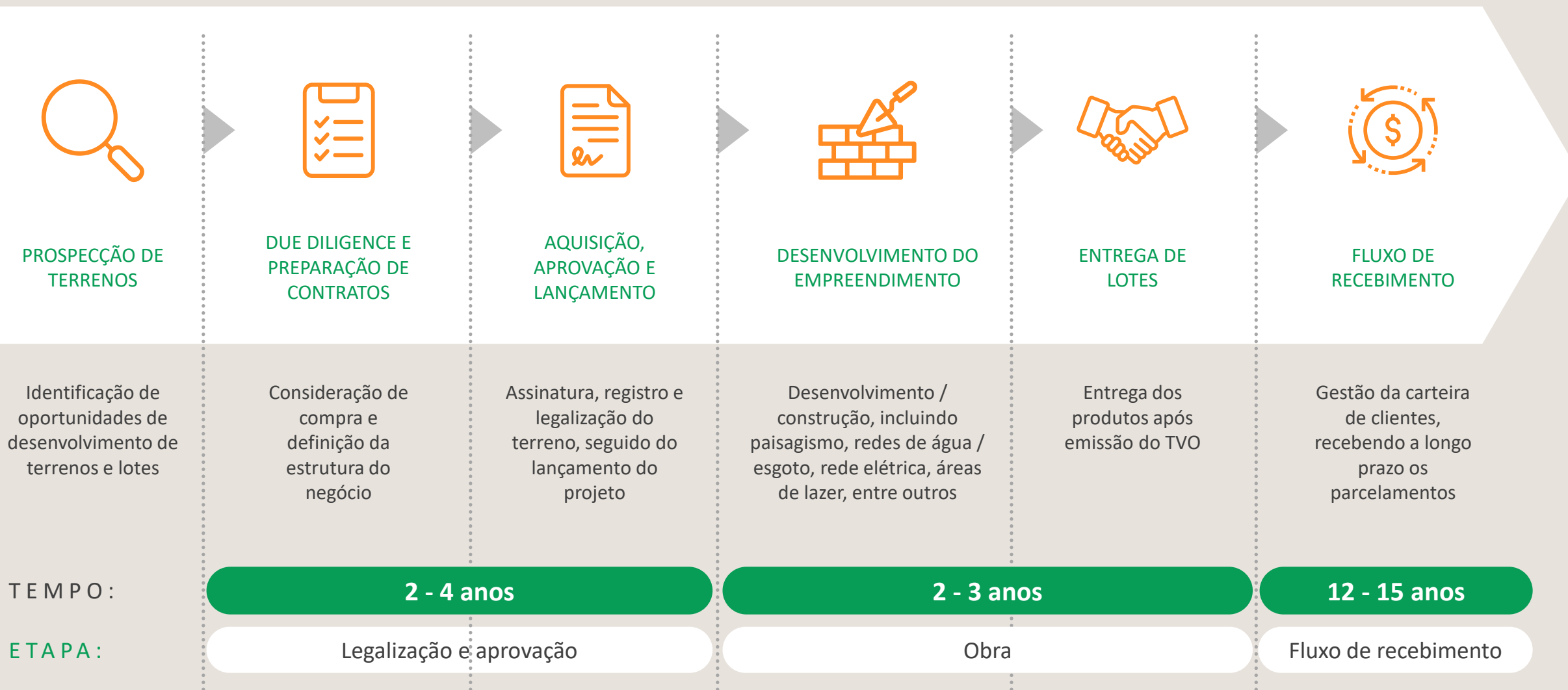
- Compartilhamento de serviços
- Governança e compliance
- Maior eficiência na negociação de insumos

GESTÃO FINANCEIRA

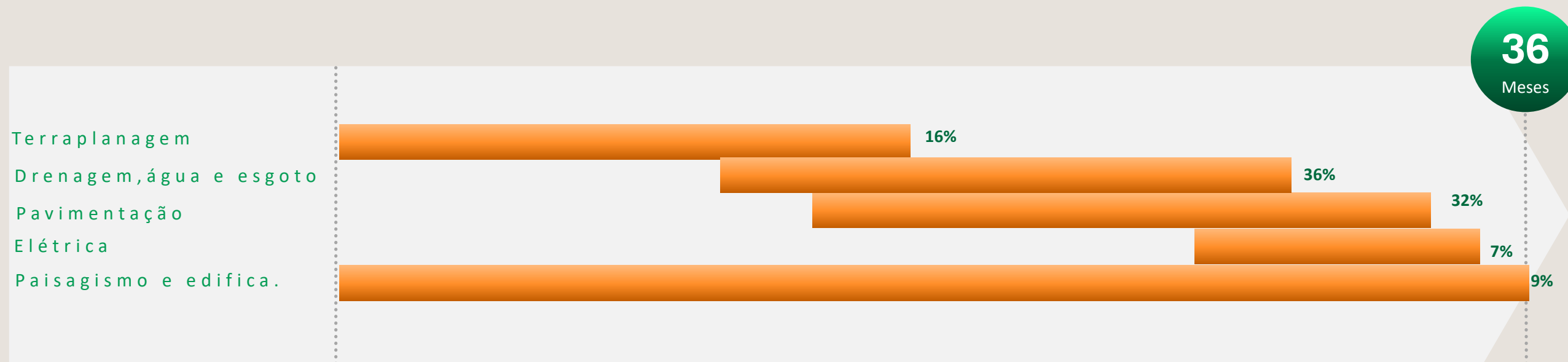
Redução do ciclo financeiro com realização recorrente de venda de carteira

Aquisição de terrenos via permuta financeira

Ciclo Operacional de Loteamento



Ciclo de construção



04 • Estratégia financeira - Cessão de recebíveis

Criação de Valor

Inversão do ciclo financeiro: Vendas recorrentes de carteira

- Redução do Payback: de 5-7 anos para menos de 6 meses;
- Geração de caixa a partir de 6 meses do lançamento;
- Redução do capital alocado em 5 vezes;
- Aumento expressivo da TIR do projeto: de 48% para mais de 1.000% e demais métricas de rentabilidade.

Projeto padrão: compra do terreno via Permuta Financeira

| | Sem venda de carteira | Com venda de carteira | Com venda de carteira |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Unidades | 650 | 650 | 3.024 |
| Alocação de capital | 16.447 | 3.535 | 16.447 |
| VPL | 26.728 | 26.124 | 121.556 |

Redução do capital alocado em 5 X

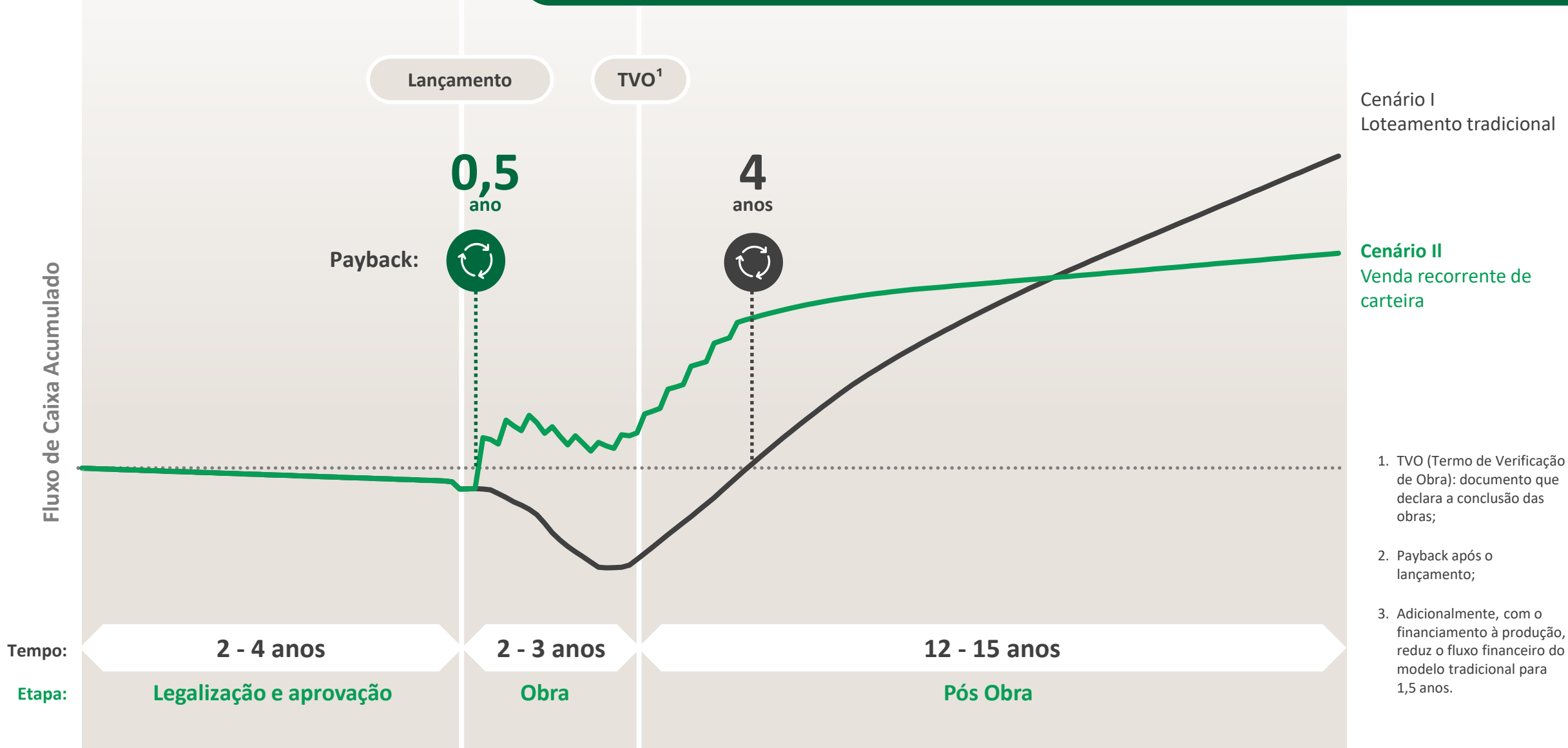
Geração de valor 5X maior, com o mesmo capital alocado

04 • Estratégia financeira - Cessão de recebíveis

Modelo de negócio voltado para a redução do ciclo financeiro, diferencial em um mercado de capital intensivo

OTIMIZAÇÃO DA ALOCAÇÃO DE CAPITAL:

- Aumento das métricas de retorno (TIR/ROE).
- Reinvestimento de capital



Gestão

| | | Anos de Experiência | Anos de <i>Real Estate</i> | Experiência | Formação |
|---|--|------------------------|----------------------------|---|--|
|  | José Felipe Diniz CEO Urba | +40 | +35 |    |  |
|  | José Roberto Diniz CFO Urba | +20 | +15 |   |   |
|  | Anderson Medeiros COO Urba | +20 | +9 |   |   |
|  | Gustavo Paixão Diretor Comercial | +18 | +18 |   |  |
|  | André Constantino Diretor de DI | +16 | +16 |   |   |

Conselho de
Administração
Rafael Menin
CEO MRV

Rubens Menin
Presidente do CA

Jose Felipe Diniz
Membro do Conselho e CEO Urba

