

Prévia Operacional 2T23



Alea





São Paulo, 12 de julho de 2023 – Construtora Tenda S.A. (“Companhia”, “Tenda”), uma das principais construtoras e incorporadoras com foco em habitação popular no Brasil, anuncia hoje a prévia dos resultados operacionais (lançamentos, vendas brutas, distratos, vendas líquidas, unidades repassadas, unidades entregues, obras em andamento e banco de terrenos) do segundo trimestre de 2023. Ressaltamos que estes resultados operacionais são preliminares ainda sujeitos à revisão da auditoria.

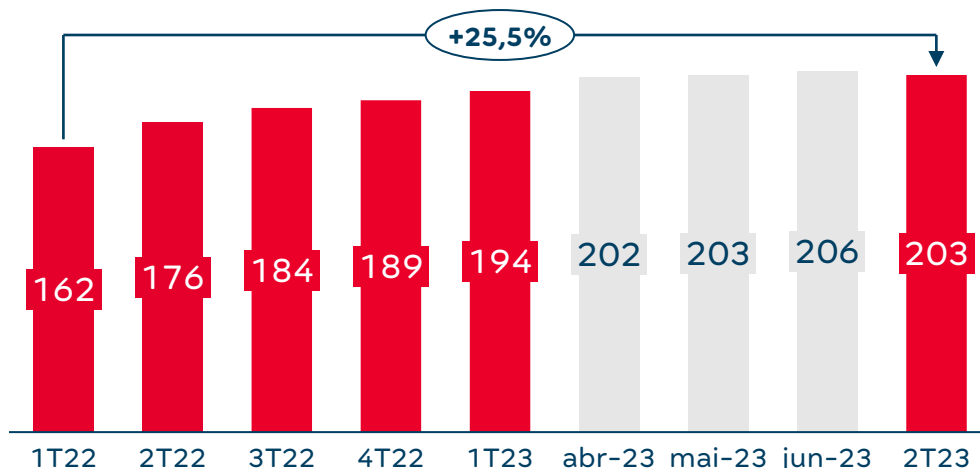
DESTAQUES TENDA

- **Lançamento** de 12 empreendimentos, totalizando R\$ 931,4 milhões de VGV, com um preço médio de R\$ 208,6 mil por unidade;
- **Preço médio da venda bruta** no trimestre foi de R\$ 204,7 mil, aumento de 15,9% em relação ao 2T22, seguindo a estratégia de recomposição das margens;
- **Vendas líquidas** de R\$ 732,2 milhões, aumento de 31,1% em relação ao segundo trimestre de 2022, com VSO Líquida de 26,2%;
- **Banco de Terrenos** com R\$ 14,8 bilhões em VGV, aumento de 14,3% em relação ao mesmo período do ano anterior;
- O percentual de compras em **permuta** atingiu o patamar de 48,1%.

DESTAQUES ALEA

- **Lançamento** de 4 empreendimentos, totalizando R\$ 32,3 milhões de VGV;
- **VGV no banco de terrenos** da Alea de R\$ 2,5 bilhões, aumento de 295,2% comparado ao 2T22, um total de 15% do VGV consolidado.

Evolução Preço de Vendas Brutas – Consolidado (R\$ milhares)



RESULTADOS OPERACIONAIS

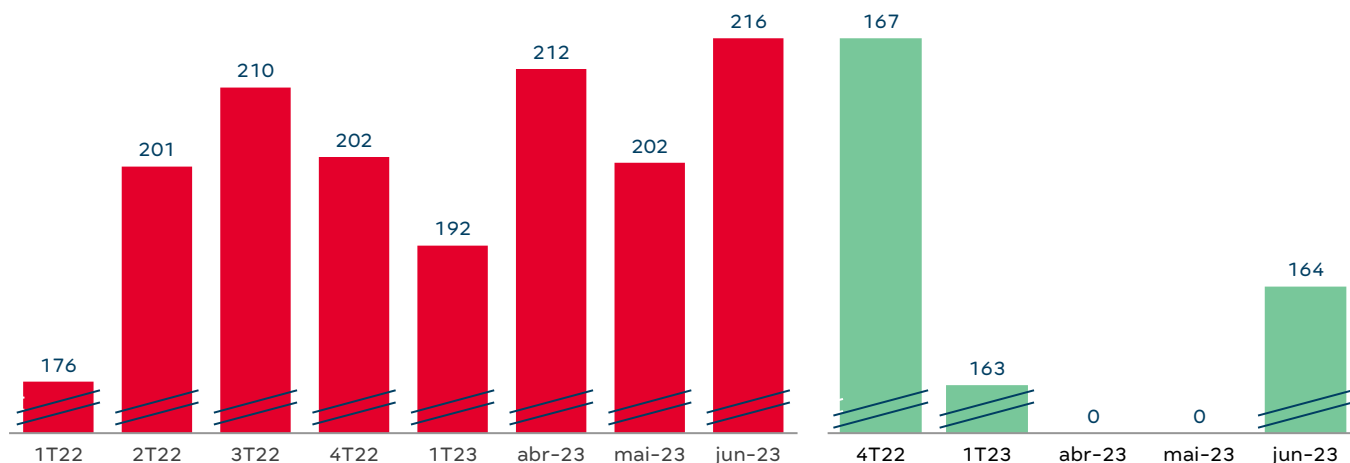
LANÇAMENTOS

A Tenda lançou 12 empreendimentos no 2T23, totalizando um VGV de R\$ 931,4 milhões. O aumento de 21,1% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior é justificado pelo aumento no número de unidades e pelo maior preço médio por unidade que vai de encontro a estratégia da companhia de precificação mais alta.

Em relação a Alea, no trimestre houve o lançamento de 4 empreendimentos, com um VGV de R\$ 32,3 milhões que representou um aumento de 139,5% do em relação ao 2T22.

Lançamentos	2T23	1T23	T/T (%)	2T22	A/A (%)	1S23	1S22	A/A (%)
Tenda								
Número de Empreendimentos	12	7	71,4% ↑	10	20,0% ↑	19	18	5,6% ↑
VGv (R\$ milhões)	931,4	447,6	108,1% ↑	769,1	21,1% ↑	1.379,0	1.236,3	11,5% ↑
Número de unidades	4.466	2.331	91,6% ↑	3.824	16,8% ↑	6.797	6.474	5,0% ↑
Preço médio por unidade (R\$ mil)	208,6	192,0	8,6% ↑	201,1	3,7% ↑	202,9	191,0	6,2% ↑
Tamanho médio dos lançamentos (em unidades)	372	333	11,8% ↑	382	(2,7%) ↓	358	360	(0,5%) ↓
Alea								
Número de Empreendimentos	4	3	33,3% ↑	1	300,0% ↑	7	1	600,0% ↑
VGv (R\$ milhões)	32,3	43,3	(25,5%) ↓	13,5	139,5% ↑	75,6	13,5	460,9% ↑
Número de unidades	197	265	(25,7%) ↓	104	89,4% ↑	462	104	344,2% ↑
Preço médio por unidade (R\$ mil)	163,9	163,4	0,3% ↑	129,6	26,5% ↑	163,6	129,6	26,3% ↑
Tamanho médio dos lançamentos (em unidades)	49	88	(44,2%) ↓	104	(52,6%) ↓	66	104	(36,5%) ↓
Consolidado								
Número de Empreendimentos	16	10	60,0% ↑	11	45,5% ↑	26	19	36,8% ↑
VGv (R\$ milhões)	963,7	490,9	96,3% ↑	782,6	23,1% ↑	1.454,6	1.249,8	16,4% ↑
Número de unidades	4.663	2.596	79,6% ↑	3.928	18,7% ↑	7.259	6.578	10,4% ↑
Preço médio por unidade (R\$ mil)	206,7	189,1	9,3% ↑	199,2	3,7% ↑	200,4	190,0	5,5% ↑

Evolução Preço de Lançamento (R\$ milhares)



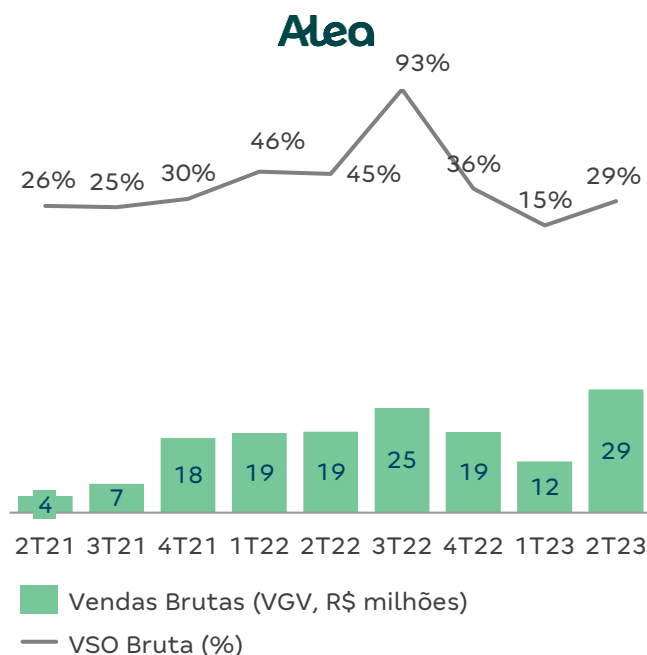
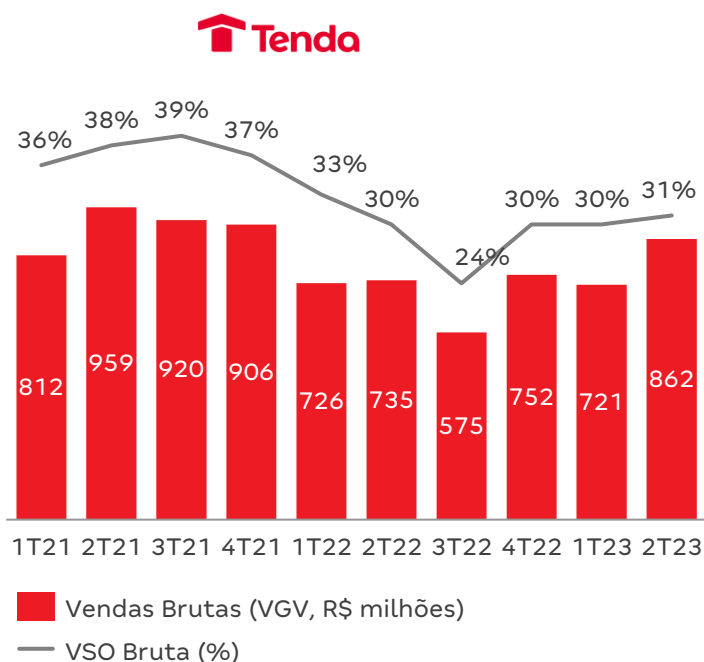
VENDAS BRUTAS

No 2T23, as vendas brutas da Tenda totalizaram R\$ 862,0 milhões, aumento de 17,3% em relação aos R\$ 735,1 milhões reportados no 2T22. O preço médio por unidade apresentou um aumento de 15,9% em relação ao 2T22.

Na Alea, as vendas brutas no trimestre totalizaram R\$ 29,1 milhões, 52,3% superior ao mesmo período do ano anterior, com um preço médio por unidade de R\$ 170,4 mil.

Vendas Brutas	2T23	1T23	T/T (%)	2T22	A/A (%)	1S23	1S22	A/A (%)
Tenda								
VG (R\$ milhões)	862,0	720,9	19,6% ↑	735,1	17,3% ↑	1.582,9	1.460,6	8,4% ↑
Número de unidades	4.212	3.703	13,7% ↑	4.162	1,2% ↑	7.915	8.639	(8,4%) ↓
Preço médio por unidade (R\$ mil)	204,7	194,7	5,1% ↑	176,6	15,9% ↑	200,0	169,1	18,3% ↑
VSO Bruta	30,9%	29,8%	1,1 p.p. ↑	30,0%	0,9 p.p. ↑	46,6%	48,2%	(1,6 p.p.) ↓
Alea								
VG (R\$ milhões)	29,1	12,1	141,1% ↑	19,1	52,3% ↑	41,2	38,0	8,6% ↑
Número de unidades	171	70	144,3% ↑	119	43,7% ↑	241	236	2,1% ↑
Preço médio por unidade (R\$ mil)	170,4	172,6	(1,3%) ↓	160,8	6,0% ↑	171,0	160,8	6,4% ↑
VSO Bruta	28,9%	14,9%	14,0 p.p. ↑	44,5%	(15,6 p.p.) ↓	36,9%	61,4%	(24,5 p.p.) ↓
Consolidado								
VG (R\$ milhões)	891,2	733,0	21,6% ↑	754,2	18,2% ↑	1.624,2	1.498,6	8,4% ↑
Número de unidades	4.383	3.773	16,2% ↑	4.281	2,4% ↑	8.156	8.875	(8,1%) ↓
Preço médio por unidade (R\$ mil)	203,3	194,3	4,7% ↑	176,2	15,4% ↑	199,1	168,9	17,9% ↑
VSO Bruta	30,8%	29,3%	1,5 p.p. ↑	30,2%	0,6 p.p. ↑	46,3%	48,5%	(2,2 p.p.) ↓

Vendas Brutas (VG, R\$ milhões) e VSO Bruta (%)



DISTRATOS E VENDAS LÍQUIDAS

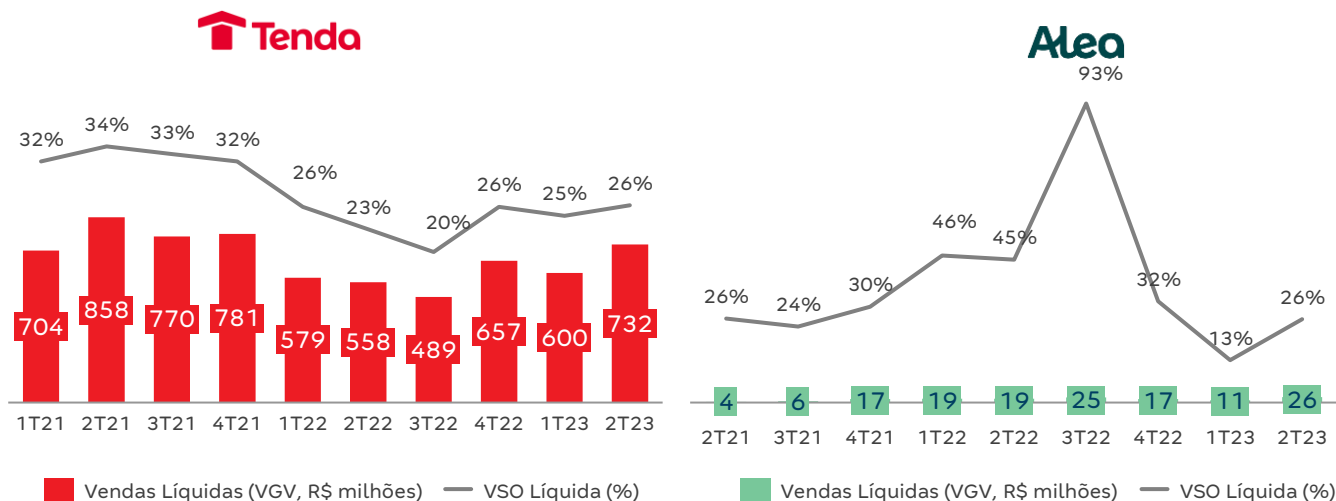
As vendas líquidas da Tenda encerraram o 2T23 em R\$ 732,2 milhões, aumento de 31,1% em relação ao 2T22, com velocidade sobre a oferta líquida ("VSO Líquida") de 26,2%, 3,4 p.p. superior que o mesmo período do ano anterior.

Na Alea, as vendas líquidas foram de R\$ 26,3 milhões, com VSO Líquida de 26,0%, redução de 18,5 p.p. em relação ao segundo trimestre de 2022.

(VGV, R\$ milhões)	2T23	1T23	T/T (%)	2T22	A/A (%)	1S23	1S22	A/A (%)
Tenda								
Vendas Brutas	862,0	720,9	19,6% ↑	735,1	17,3% ↑	1.582,9	1.460,6	8,4% ↑
Distratos	129,8	120,6	7,6% ↑	176,6	(26,5%) ↓	250,4	323,6	(22,6%) ↓
Vendas Líquidas	732,2	600,3	22,0% ↑	558,4	31,1% ↑	1.332,5	1.137,0	17,2% ↑
% Lançamentos ¹	33,8%	7,1%	26,7 p.p. ↑	27,8%	6,0 p.p. ↑	21,8%	16,7%	5,1 p.p. ↑
% Estoque	66,2%	92,9%	(26,7 p.p.) ↓	72,2%	(6,0 p.p.) ↓	78,2%	83,3%	(5,1 p.p.) ↓
Distratos / Vendas Brutas	15,1%	16,7%	(1,6 p.p.) ↓	24,0%	(8,9 p.p.) ↓	15,8%	22,2%	(6,4 p.p.) ↓
VSO Líquida	26,2%	24,8%	1,4 p.p. ↑	22,8%	3,4 p.p. ↑	39,3%	37,5%	1,8 p.p. ↑
Unidades Vendidas Brutas	4.212	3.703	13,7% ↑	4.162	1,2% ↑	7.915	8.639	(8,4%) ↓
Unidades Distratadas	662	678	(2,4%) ↓	1.110	(40,4%) ↓	1.340	2.061	(35,0%) ↓
Unidades Vendidas Líquidas	3.550	3.025	17,4% ↑	3.052	16,3% ↑	6.575	6.578	(0,0%) ↓
Distratos / Vendas Brutas	15,7%	18,3%	(2,6 p.p.) ↓	26,7%	(11,0 p.p.) ↓	16,9%	23,9%	(7,0 p.p.) ↓
Alea								
Vendas Brutas	29,1	12,1	141,1% ↑	19,1	52,3% ↑	41,2	38,0	8,6% ↑
Distratos	2,9	1,4	112,3% ↑	0,0	0,0% ↑	4,2	0,0	0,0% ↑
Vendas Líquidas	26,3	10,7	144,8% ↑	19,1	37,3% ↑	37,0	38,0	(2,5%) ↓
% Lançamentos ¹	71,1%	44,2%	26,9 p.p. ↑	22,4%	48,7 p.p. ↑	63,3%	11,3%	52,0 p.p. ↑
% Estoque	28,9%	55,8%	(26,9 p.p.) ↓	77,6%	(48,7 p.p.) ↓	36,7%	88,7%	(52,0 p.p.) ↓
Distratos / Vendas Brutas	9,9%	11,2%	(1,3 p.p.) ↓	0,0%	9,9 p.p. ↑	10,3%	0,0%	10,3 p.p. ↑
VSO Líquida	26,0%	13,3%	12,7 p.p. ↑	44,5%	(18,5 p.p.) ↓	33,1%	61,4%	(28,3 p.p.) ↓
Unidades Vendidas Brutas	171	70	144,3% ↑	119	43,7% ↑	241	236	2,1% ↑
Unidades Distratadas	17	8	112,5% ↑	0	0,0% ↑	25	0	0,0% ↑
Unidades Vendidas Líquidas	154	62	148,4% ↑	119	29,4% ↑	216	236	(8,5%) ↓
Distratos / Vendas Brutas	9,9%	11,4%	(1,5 p.p.) ↓	0,0%	9,9 p.p. ↑	10,4%	0,0%	10,4 p.p. ↑
Consolidado								
Vendas Brutas	891,2	733,0	21,6% ↑	754,2	18,2% ↑	1.624,2	1.498,6	8,4% ↑
Distratos	132,7	121,9	8,8% ↑	176,6	(24,9%) ↓	254,6	323,6	(21,3%) ↓
Vendas Líquidas	758,5	611,1	24,1% ↑	577,6	31,3% ↑	1.369,5	1.175,0	16,6% ↑
% Lançamentos ¹	35,1%	7,8%	27,3 p.p. ↑	27,6%	7,5 p.p. ↑	23,6%	17,1%	6,5 p.p. ↑
% Estoque	64,9%	92,2%	(27,3 p.p.) ↓	72,4%	(7,5 p.p.) ↓	76,4%	82,9%	(6,5 p.p.) ↓
Distratos / Vendas Brutas	14,9%	16,6%	(1,7 p.p.) ↓	23,4%	(8,5 p.p.) ↓	15,7%	21,6%	(5,9 p.p.) ↓
VSO Líquida	26,2%	24,4%	1,8 p.p. ↑	23,2%	3,0 p.p. ↑	39,1%	38,0%	1,1 p.p. ↑
Unidades Vendidas Brutas	4.383	3.773	16,2% ↑	4.281	2,4% ↑	8.156	8.875	(8,1%) ↓
Unidades Distratadas	679	686	(1,0%) ↓	1.110	(38,8%) ↓	1.365	2.061	(33,8%) ↓
Unidades Vendidas Líquidas	3.704	3.087	20,0% ↑	3.171	16,8% ↑	6.791	6.814	(0,3%) ↓
Distratos / Vendas Brutas	15,5%	18,2%	(2,7 p.p.) ↓	25,9%	(10,4 p.p.) ↓	16,7%	23,2%	(6,5 p.p.) ↓



Vendas Líquidas (VGV, R\$ milhões) e VSO Líquida (%)



UNIDADES REPASSADAS, ENTREGUES E OBRAS EM ANDAMENTO

O VGV repassado da Tenda nesse trimestre totalizou R\$ 558,5 milhões, aumento de 26,7% em relação ao segundo trimestre de 2022.

Na Alea, o VGV repassado foi de R\$ 1,2 milhões, com repasse de 9 unidades.

Repasses, Entregas e Andamento	2T23	1T23	T/T (%)	2T22	A/A (%)	1S23	1S22	A/A (%)
Tenda								
VGV Repassado (em R\$ milhões)	558,5	448,4	24,5% ↑	440,8	26,7% ↑	1.007,0	984,7	2,3% ↑
Unidades Repassadas	3.678	2.832	29,9% ↑	3.305	11,3% ↑	6.510	7.367	(11,6%) ↓
Unidades Entregues	3.124	4.056	(23,0%) ↓	4.964	(37,1%) ↓	7.180	8.308	(13,6%) ↓
Obras em andamento	72	73	(1,4%) ↓	76	(5,3%) ↓	72	76	(5,3%) ↓
Alea								
VGV Repassado (em R\$ milhões)	1,2	3,7	(68,0%) ↓	26,8	(95,5%) ↓	4,9	30,3	(83,7%) ↓
Unidades Repassadas	9	27	(66,7%) ↓	196	(95,4%) ↓	36	216	(83,3%) ↓
Unidades Entregues	75	0	0,0% ↑	49	53,1% ↑	75	99	(24,2%) ↓
Obras em andamento	12	9	33,3% ↑	4	200,0% ↑	12	4	200,0% ↑
Consolidado								
VGV Repassado (em R\$ milhões)	559,7	452,2	23,8% ↑	467,6	19,7% ↑	1.011,9	1.015,0	(0,3%) ↓
Unidades Repassadas	3.687	2.859	29,0% ↑	3.501	5,3% ↑	6.546	7.583	(13,7%) ↓
Unidades Entregues	3.199	4.056	(21,1%) ↓	5.013	(36,2%) ↓	7.255	8.407	(13,7%) ↓
Obras em andamento	84	82	2,4% ↑	80	5,0% ↑	84	80	5,0% ↑





BANCO DE TERRENOS

A Tenda finalizou o 2T23 com R\$ 14,8 bilhões em VGV no seu banco de terrenos, aumento de 14,3% em relação ao mesmo período do ano anterior. O percentual de compras em permuta atingiu o patamar de 48,1%, seguindo a tendência de crescimento.

Em relação a Alea, o VGV no seu banco de terrenos foi de R\$ 2,5 bilhões, aumento de 295,2% comparado ao mesmo período do ano anterior, o que representa um total de 14,6% do VGV consolidado.

Banco de Terrenos	2T23	1T23	T/T (%)	2T22	A/A (%)	1S23	1S22	A/A (%)
Tenda								
Número de empreendimentos	359	359	0,0% ↑	306	17,3% ↑	359	306	17,3% ↑
VGV (R\$ milhões)	14.786,8	15.105,8	(2,1%) ↓	12.931,8	14,3% ↑	14.786,8	12.931,8	14,3% ↑
Aquisições / Ajustes (R\$ milhões)	612,3	485,1	26,2% ↑	795,6	(23,0%) ↓	1.097,5	1.775,8	(38,2%) ↓
Número de unidades	82.368	85.135	(3,3%) ↓	80.092	2,8% ↑	82.368	80.092	2,8% ↑
Preço médio por unidade (R\$ mil)	179,5	177,4	1,2% ↑	161,5	11,2% ↑	179,5	161,5	11,2% ↑
% Permuta Total	48,1%	47,8%	0,3 p.p. ↑	48,0%	0,1 p.p. ↑	48,1%	48,0%	0,1 p.p. ↑
% Permuta Unidades	10,6%	10,9%	(0,3 p.p.) ↓	10,3%	0,3 p.p. ↑	10,6%	10,3%	0,3 p.p. ↑
% Permuta Financeiro	37,6%	36,9%	0,7 p.p. ↑	37,7%	(0,1 p.p.) ↓	37,6%	37,7%	(0,1 p.p.) ↓
Alea								
Número de empreendimentos	34	21	61,9% ↑	7	385,7% ↑	34	7	385,7% ↑
VGV (R\$ milhões)	2.521,9	1.665,3	51,4% ↑	638,1	295,2% ↑	2.521,9	638,1	295,2% ↑
Aquisições / Ajustes (R\$ milhões)	888,9	445,0	99,8% ↑	152,6	482,5% ↑	1.333,9	651,6	104,7% ↑
Número de unidades	14.273	9.486	50,5% ↑	4.486	218,2% ↑	14.273	4.486	218,2% ↑
Preço médio por unidade (R\$ mil)	176,7	175,6	0,6% ↑	142,3	24,2% ↑	176,7	142,3	24,2% ↑
% Permuta Total	96,8%	98,9%	(2,1 p.p.) ↓	95,5%	1,3 p.p. ↑	96,8%	95,5%	1,3 p.p. ↑
% Permuta Unidades	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0,0%	0,0 p.p.	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
% Permuta Financeiro	96,8%	98,9%	(2,1 p.p.) ↓	95,5%	1,3 p.p. ↑	96,8%	95,5%	1,3 p.p. ↑
Consolidado								
Número de empreendimentos	393	380	3,4% ↑	313	25,6% ↑	393	313	25,6% ↑
VGV (R\$ milhões)	17.308,7	16.771,1	3,2% ↑	13.570,0	27,6% ↑	17.308,7	13.570,0	27,6% ↑
Aquisições / Ajustes (R\$ milhões)	1.501,3	930,1	61,4% ↑	948,3	58,3% ↑	2.431,3	2.427,4	0,2% ↑
Número de unidades	96.641	94.621	2,1% ↑	84.578	14,3% ↑	96.641	84.578	14,3% ↑
Preço médio por unidade (R\$ mil)	179,1	177,2	1,0% ↑	160,4	11,6% ↑	179,1	160,4	11,6% ↑
% Permuta Total	57,9%	55,0%	2,9 p.p. ↑	50,4%	7,5 p.p. ↑	57,9%	50,4%	7,5 p.p. ↑
% Permuta Unidades	8,5%	9,3%	(0,8 p.p.) ↓	9,8%	(1,3 p.p.) ↓	8,5%	9,8%	(1,3 p.p.) ↓
% Permuta Financeiro	49,4%	45,7%	3,7 p.p. ↑	40,7%	8,7 p.p. ↑	49,4%	40,7%	8,7 p.p. ↑

1. Tenda detém 100% de participação societária de seu Banco de Terrenos



RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Luiz Mauricio de Garcia

CFO e Diretor Executivo de Relações com Investidores

Leonardo Dias Wanderley

Coordenador de Relações com Investidores

Franssuenia Andrade

Analista de Relações com Investidores

Relações com Investidores

Tel.: +55 (11) 3111-9909

E-mail: ri@tenda.com

Website: ri.tenda.com

ASSESSORIA DE IMPRENSA

FSB Comunicação

Paula Alface Dubois

Tel.: +55 (11) 3165-9596

E-mail: paula.alface@fsb.com.br

SOBRE A TENDA

A Tenda (B3: TEND3) A Tenda (B3: TEND3) é uma das principais construtoras do Brasil e está listada no Novo Mercado, o mais alto nível de governança corporativa da B3. Com foco em habitação popular, atua em nove regiões metropolitanas do país com empreendimentos voltados para o grupo 2 do programa Minha Casa Minha Vida ("MCMV").