

Transcrição – Webconferência 3T22 – 16/11/2022 – 11h (Brasília) – 10h (NY)

Renato Barboza: Bom dia e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos a conferência referente aos resultados do terceiro trimestre do acumulado dos nove meses de 2022 da PDG. Está presente conosco hoje o senhor Augusto Alves dos Reis diretor presidente, diretor vice-presidente, diretor de Relações com Investidores. Informamos que todos os participantes estarão apenas ouvindo a conferência durante a apresentação da empresa, e em seguida iniciaremos a sessão de perguntas e respostas que já podem ser enviadas desde já por meio do site que se encontra na plataforma desta conferência. Gostaria de informar que perguntas também poderão ser enviadas diretamente para a equipe de Relações com Investidores da PGG por meio do e-mail ri@pdg.br.

Antes de prosseguir, eu gostaria de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante essa conferência relativas das perspectivas de negócio da PDG, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem crenças e premissas da diretoria da companhia bem como informações atualmente disponíveis e considerações futuras não são garantias de desempenho pois envolvem riscos, incertezas e premissas pois se refere a eventos futuros, e portanto dependem de eventos e circunstâncias que podem ou não ocorrer. Os investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais, podem afetar o desempenho futuro da PDG Realty e conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras. Em tais considerações. Nesse momento eu gostaria de passar a palavra ao senhor Augusto Reis que fará apresentação para vocês. Por favor Augusto, pode prosseguir.

Augusto Reis Neto: Obrigado Renato, bom dia a todos, espero que todos estejam bem. Queria inicialmente agradecer a participação de vocês a nossa conferência de resultados, onde vamos falar a respeito dos resultados do terceiro trimestre, e dos acumulados dos primeiros nove meses do ano de 2022. Antes de falar da nossa agenda nessa teleconferência de hoje, eu vou comentar brevemente sobre o cenário atual, e o andamento dos nossos principais projetos ao longo desse ano. O terceiro trimestre do ano se mostrou um pouco mais de desafiador do que os anteriores, particularmente em relação à economia, refletindo as incertezas geradas pelo período pré-eleição, e as consequências das ações tomadas para o controle da inflação. Percebemos uma maior insegurança por parte dos clientes no processo de tomada de decisão de compra refletindo numa menor velocidade de vendas, e consequentemente nos fazendo a buscar e ajustar as nossas estratégias comerciais. Como mencionado no nosso último *call* quando nós compartilhamos com vocês o lançamento da nossa nova marca, a ix., ressaltamos a todos que essa mudança não era somente uma mudança de nome, mas era também uma mudança de posicionamento. Um posicionamento que coloca agora o cliente como centro das nossas estratégias. Nós temos a partir de agora o foco, e o objetivo de construir melhores experiências aos nossos clientes. Diante desse desafio como vimos falando em todas as nossas conversas anteriores, nós iniciamos ainda em

2021, mas agora com muito mais ênfase no ano de 2022, dois projetos muito importantes para esse nosso desafio de posicionamento. O primeiro deles o projeto de experiência do cliente e o segundo projeto de jornada digital. Na frente da experiência de cliente nós devemos toda a nossa estrutura da antiga área de relacionamento cliente, que agora é a nossa área de experiência do cliente. Internalizamos o nosso atendimento, revemos todos os nossos processos, fluxos, redefinimos a nossa antiga régua de relacionamento e criamos duas jornadas para o nosso cliente. A primeira delas baseada em *crossing recently*, já concluída. Todo o trabalho que está sendo feito na área de relacionamento cliente para construir melhores experiências para o cliente está sendo feito com apoio de uma consultoria especializada e com envolvimento e a participação de toda a companhia. Diretamente relacionado esse projeto está o nosso projeto de jornada digital. Esse projeto foi iniciado no ano passado e ele se resume a construção de uma plataforma digital que vai permitir que o nosso cliente viva toda a sua jornada com a companhia, desde o início naquele primeiro contato no anúncio quando ele ainda é em leads, até o final toda esteira de assistência técnica e essa e essa jornada essa plataforma vai viabilizar que essas jornadas aconteçam integralmente de maneira digital se assim ele desejar. Essa plataforma está sendo desenvolvida internamente, com o time de tecnologia própria, pois a gente tem certeza de que ela será uma plataforma viva que vai demandar constante evolução e ajuste para isso é fundamental que a gente tem independência no desenvolvimento dessa plataforma. Estamos muito confiantes de que esse com esse com esse projeto com esses dois projetos principalmente nós conseguiríamos atingir o nosso principal objetivo que é construir melhores experiências para os nossos clientes. Outra frente extremamente importante também bastante trabalhado ao longo desse ano a nossa agenda ESG. Nesse momento nós somos direcionando esforços especiais e principais para a questão da diversidade do nosso time, pois a gente acredita que esse é um tema essencial para atingir os nossos objetivos de longo prazo. O tema da diversidade vem sendo uma das tarefas mais difíceis, pois ele envolve questões pessoais culturais humanas, no entanto também vem sendo extremamente gratificante pois a gente já começa a perceber os seus resultados ao longo do dia a dia. É nítida a melhora do ambiente entre os times, aumento do respeito entre todos, e acima de tudo um comprometimento de toda a equipe com esse processo de evolução. Esse é um desafio que ele vai continuar sendo perseguido passo a passo e com muita empatia, pois nós estamos certos de que ele é base para o futuro da companhia. Além disso, nós estamos estruturando também no nosso primeiro relatório consolidado de ESG, e ao final desse ano o nosso na nossa meta emitir o nosso primeiro relatório. Na frente de governança ao longo do ano também evoluímos a nossa estrutura e criamos o comitê de auditoria interno, que se reporta diretamente ao Conselho de Administração, e montamos a nossa estrutura de auditoria interna, e que nós optamos por fazer ela através de uma empresa externa para trazer a maior intenção e eficácia também nesse processo de auditoria. Nosso braço de inteligência condominial Vernyy, já possui um sistema bastante robusto e funcional, e já estamos com os nossos primeiros contratos assinados. Na parte de engenharia e solução, também vimos atuando em diversos projetos de reforma, retrofit,

para saber mais sobre a Vernyy, vocês podem visitar o nosso site no endereço www.vernyy.com.br.

Bom, indo para nossa agenda no slide 2, vocês conseguem ver a agenda do dia. E já indo para o slide 4 no início da apresentação, nós temos o sumário executivo onde a gente apresenta os destaques desses primeiros nove meses do ano e os nossos eventos subsequentes. Bom, falando dos destaques, nesses primeiros nove meses a companhia registrou um lucro líquido de 279 milhões, que comparado ao ano de 2021 onde tivemos um prejuízo de 475 milhões, registramos também uma redução de 547 milhões 81% na linha de outras obrigações e tivemos uma redução de 343 milhões no passivo total nesses primeiros nove meses. O resultado financeiro acumulado nesses primeiros nove meses também foi positivo, em 106 milhões, nossas despesas Gerais e administrativas registraram uma redução de 40%. As despesas comerciais também foram reduzidas em 21%, e até o final do terceiro trimestre nós atingimos 709 milhões em amortizações das nossas dívidas concursais desde o início da aprovação do nosso plano de recuperação. Sem considerar obviamente o processo de aumento de capital que eu vou falar agora nos eventos subsequentes. Como parte da continuidade desse processo de desalavancagem de retomada da companhia, o nosso aumento de capital para conversão de créditos em ações foi concluído agora no dia primeiro de novembro, e ele totalizou 409 milhões e representou mais um passo importantíssimo para acelerar a nossa redução de passivos, diminuindo assim os riscos operacionais da companhia. Bom, como evento subsequente também eu vou mencionar o retorno dos nossos lançamentos com o nosso produto ix. Tatuapé. No slide 6, eu vou dar um pouco mais de detalhes sobre o nosso lançamento, conforme eu já comentei em diversas ocasiões nas nossas últimas conferências, a gente vinha lutando e trabalhando forte para que a gente retomasse os nossos lançamentos, e esse terceiro trimestre marcou esse momento extremamente importante esperado para companhia desde 2015, quando a gente lançou aí o nosso produto ix. Tatuapé encerrando um período de mais de 7 anos sem nenhum lançamento. Ao longo desse terceiro tri, nós preparamos o stand de vendas pensando numa melhor experiência para o cliente desde a ambientação até a utilização de recursos mais tecnológicos funcionais. Dedicamos especial atenção ao treinamento do nosso time comercial obviamente buscando sempre garantir melhores experiências para os clientes. Nós iniciamos as vendas agora em meados de outubro o empreendimento está localizado na zona leste Como o próprio nome já diz no bairro do Tatuapé, o ix. Tatuapé. É um bairro extremamente tradicional, e o empreendimento traz tecnologia de ponta, segurança, lazer e inovação. Trata-se de um projeto residencial de torre única com 147 unidades voltado para o público de média renda, com VGB potencial de 60 milhões. Nós seguimos fortes com a nossa agenda de retomada de lançamento, e em paralelo a esse lançamento o time vem trabalhando com aprovação de mais dois novos projetos que estão no nosso cronograma de lançamento para o próximo ano de 2023. Dando continuidade também ao planejamento de lançamentos, além dos terrenos que nós já temos na carteira atualmente. A gente segue prospectando analisando para compra de novos terrenos que se encaixam aí na nossa estratégia. E nessa frente nós conseguimos agora em novembro concluir a compra de um novo terreno, aqui também na cidade de São Paulo, exatamente

alinhado com a estratégia de retomada da companhia. Passando por slide 8 nós gostaríamos também de compartilhar não é importante conquista que foi o aniversário de 15 anos de listagem da PDG na B3. Comemorar esses 15 anos da B3 é motivo de muito orgulho para nós da PDG ao longo de todos esses anos a companhia passou por diversas etapas se reinventando evoluindo melhorando a sua operação governança nos momentos mais desafiadores sempre nos mantivemos resilientes perseverantes, otimistas esperando as dificuldades por meio de esforço e dedicação do nosso time. Hoje estamos com um novo momento depois de como eu já disse alguns anos, nós realizamos o nosso novo lançamento o ix. Tatuapé. Comentei também no início da apresentação essa fase essa nova fase, abrange ainda também o desenvolvimento de importantes projetos que a gente tem, essencial para companhia e projeto de ESG, diversidade e inclusão, jornada digital e experiência do cliente. Ao longo desses 15 anos ser uma companhia listada no novo segmento do novo mercado foi essencial para o desenvolvimento e evolução do nosso time e da nossa companhia. Temos muita confiança de que essa parceria da companhia com a B3 continuará contribuindo para o nosso caminho de retomada e melhoria contínua seguiremos sempre com a B3 no desenvolvimento do Mercado de Capitais brasileiro buscando sempre uma sociedade mais igualitária, sustentável e inclusive. Bom, indo para os nossos slides número 10, falando um pouquinho sobre os resultados operacionais e financeiros da companhia. Eu lembro que os resultados do ix. Tatuapé e do aumento de Capital, ainda não estão refletidos nesses resultados que a gente vai apresentar agora, porque eles aconteceram agora no quarto trimestre. Bom, no terceiro tri de 2022, cinco milhões 608% abaixo do terceiro tri do ano passado. Nos nove primeiros meses do ano as vendas brutas somaram 81 milhões 49% abaixo dos primeiros nove meses do ano anterior. Apesar da redução o resultado tá em linha com a nossa meta estabelecida para o ano. Foco na venda continua sendo de unidades geradora de caixa livre, e dessa forma a VSO das nossas unidades prontas totalizou 7.7% no trimestre. Durante o terceiro tri os nossos distratos tomaram 34 milhões 3% acima do terceiro tri de 2021 esses distratos totalizaram 79 milhões nos primeiros nove meses uma queda de 12% referente quando comparado aos primeiros nove meses do ano anterior. Lembrando que o distrato é um importante alavanca para que a gente possa aumentar o volume de vendas né o volume de unidades disponíveis e conseqüentemente o volume de vendas da companhia. Se essas vendas líquidas foram negativas no terceiro tri, e totalizaram 11 milhões no acumulado do ano, porém Vale lembrar com vocês que o principal driver de venda para nós são as vendas brutas né, porque considerando que grande parte da nossa venda vem das unidades destratas. então o nosso principal indicador continua permanecendo aí as vendas brutas da companhia. Falando agora sobre os repasses ao longo dos primeiros 9 meses, foram repassadas 388 unidades O que representa 54 milhões de reais. Uma redução de 14% no VGV repassado com quando a gente compara com os primeiros anos os primeiros nove meses do ano passado. O volume de repasse foi impactado pela redução das vendas como eu já mencionei, porém ele registrou um resultado superior é o que nós esperávamos fundamentalmente devido a uma maior eficiência no nosso processo operacional de repasse. Bom, falando um pouquinho do estoque da companhia slide 11 no final do terceiro tri estoque é o valor

de mercado totalizou 1,3 bi registrando uma redução de 1% em relação ao valor registrado ao final do terceiro tri do ano passado. No encerramento desse terceiro trimestre, 20% de estoque estava concluído, 51% em produtos residenciais. Falando sobre estoque pronto que a nossa principal matéria de vendas ele totalizou 256 milhões, ao final do segundo tri. No slide 12 a gente apresenta as despesas gerais, administrativas e comerciais. As despesas Gerais administrativas foram reduzidas em 17% na comparação trimestral, e 40% na comparação dos primeiros nove meses do ano. Essa redução ela decorreu principalmente do menor volume de despesas com consultoria jurídica e financeira. As despesas comerciais foram reduzidas também em 17%, comparação trimestral e 21% na comparação entre os primeiros nove meses do ano tudo. aí de um trabalho bastante apurado de acompanhamento de atualização mensal das nossas despesas principalmente as despesas de condomínio, e IPTU das nossas unidades em estoque. Com isso, as despesas gerais e administrativas somadas as despesas comerciais nosso delays, foram reduzidos em 17% na comparação trimestral, e 32% na comparação dos primeiros nove meses. Encerramos o nosso segundo, o nosso terceiro trimestre do ano com o total de 145 colaboradores. No próximo slide 13, a gente apresenta falar um pouquinho sobre a variação da nossa dívida extra concursal, ela aumentou 124 milhões, o que representa 5% durante o terceiro trimestre, e 303 milhões 14% nos primeiros nove meses. Esse aumento decorreu principalmente de juros aprovados no período. Considerando o aumento de 4% na linha de disponibilidade, da nossa dívida líquida aumentou 120 milhões durante o trimestre. No slide 14, a gente mostra a variação da dívida concursal, ou seja, as dívidas que foram estruturadas dentro do nosso plano de recuperação. A dívida concursal aumentou 30 milhões 2% durante o terceiro trimestre, e 200 milhões, e 9% nos primeiros nove meses do ano. Esse aumento decorreu principalmente da habilitação de novos créditos na recuperação judicial. No total considerando os aumentos de capital já realizados, os pagamentos a credores as nações realizadas da companhia já amortizou 709 milhões de dívidas concursais. As amortizações que serão realizadas com o aumento de capital, que foi como eu falei agora, foi concluído agora em primeiro de novembro, elas vão ser refletidas somente no quarto trimestre, mas com certeza reforçarão ainda mais desalavancagem da companhia. No slide 15 da apresentação, a gente fala um pouquinho sobre a desalavancagem total. Somando as dívidas extraconcursais, as dívidas concursais, e o nosso curso está em correr. No final do terceiro tri, a nossa alavancagem estendida da companhia totalizou 4,5 bi. Porém, alguns pontos importantes sobre esse montante. O saldo remanescente da dívida concursal, ou seja 1,2 bi tem vencimento em 20 anos, e eles poderão ser amortizados por meio de dações em pagamentos, também por meio de aumento de capital e pagamentos em ações da companhia. As nossas dívidas extraconcursais elas continuam sendo renegociadas, e elas também poderão ser habilitadas no nosso processo de recuperação judicial ao longo do tempo, gerando mais efeitos positivos nos nossos resultados da companhia, como a gente já vem observando nos últimos trimestres. Continuamos buscando soluções para as obras paradas dessa forma na medida em que encontrarmos soluções para essas obras, o nosso custo a correr também tende a ser reduzido. A gente pode notar que todo trabalho que vem sendo realizado para

desalavancar a companhia e equalizar os passivos vem apresentando o resultado bastante expressivo. Desde o final de 2016 o período imediatamente anterior ao nosso pedido de recuperação judicial, a gente conseguiu reduzir a alavancagem da companhia, nossa alavancagem estendida em quase 2 bilhões. Além de uma redução de 2 bi nos passivos totais com destaque para os anos de 21 e 22, onde a gente percebeu uma redução significativa de 1 bi, refletindo aí os nossos impactos do encerramento do nosso processo judicial, e das conversões de dívidas em ações. Esse resultado demonstra a capacidade de recuperação da companhia embora a gente ainda tem um caminho longo a seguir a gente observa aí alguns resultados bastante expressivos apresentando uma redução também expressiva da nossa desalavancagem. No slide 16 a gente apresenta aí a demonstração dos resultados e eu vou destacar aqui as principais variações do nosso demonstrativo de resultados. Uma redução de 94% na linha de outras despesas operacionais como a do ano registramos um resultado financeiro positivo de 106 milhões, como já mencionei também. Principalmente decorrente de dívidas habilitadas no plano de recuperação com a consequente reversão de juros e encargos dessas dívidas. Aliás também a redução das despesas administrativas e comerciais, contribuíram para que a gente conseguisse registrar um lucro de 279 milhões nesses primeiros acumulados nesses primeiros nove meses do ano, o que comparado ao ano passado foi um prejuízo de 475 milhões. Bom, finalizando a minha apresentação eu gostaria de dizer que a gente está vivendo um momento bem marcante na trajetória da companhia, afinal de contas após sete anos enfrentando inúmeras adversidades, dificuldades, incluindo aí nosso processo de recuperação judicial a gente conseguiu voltar a lançar, voltando assim para uma fase operacional e olhando para frente, pensando no futuro da companhia. Um lançamento foi realizado logo após o reposicionamento e o lançamento da nossa marca ix. Incorporadora. Estamos atingindo importantes resultados nos principais projetos que assumimos, o nosso planejamento estratégico, eu não tenho dúvida que esses resultados vão ajudar muito a impulsionar os resultados da companhia no curto, no médio, mas principalmente no longo prazo. Cada dia fica mais evidente que estamos ressignificando as nossas relações com os clientes sempre buscando construir melhores experiências. Dessa forma eu encerro aqui a nossa apresentação, e abro para as perguntas daqueles que tiverem interesse em fazê-las. Obrigado a todos.

Renato Barboza: Obrigado Augusto, vou fazer a leitura da nossa primeira pergunta aqui do Carlos: "Bom dia, parabéns pelos resultados, pela evidente recuperação da companhia sobre os lançamentos. Quais impactos das eleições para presidência, da própria Copa do Mundo e as festas de final de ano no ritmo de vendas?".

Augusto Reis Neto: Obrigado Carlos, excelente pergunta. A gente como eu mencionei nós abrimos aí as vendas do nosso ix. Tatuapé agora no mês de outubro. Foi um momento que coincidiu ali entre primeiro e segundo turno nas eleições, obviamente que em função disso a gente optou por não fazer um evento de fato um evento de lançamento, isso fez parte obviamente da nossa estratégia comercial, e o que a gente tem percebido é que como eu mencionei ali, que o impacto que a gente tem tido nas

vendas gerais não só dos lançamentos, é que tem sim, a gente tem percebido uma demora na tomada de decisão de compra do cliente. Então, eu acho que toda essa discussão e essa insegurança que gera por essas possíveis mudanças políticas econômicas trazendo aí para o cliente uma certa insegurança o que impacta sensivelmente a velocidade de vendas. Eu acho que isso é momentâneo, a gente está bastante confiante de que para o ano que vem ressalvadas as condições econômicas possivelmente adversas que a gente deve ter, mas a gente acredita que o mercado tende aí a apresentar se não melhor, mas pelo menos um desempenho parecido com o que tivermos ao longo do ano. Obviamente que a gente entende que esse final aqui do ano tá sendo bastante impactado, mas é uma questão pontual então. Acho que impactou sim, mas a gente tem uma perspectiva para o próximo ano.

Renato Barboza: Bom, a próxima pergunta de Luiz Otávio da Griffin Invest, ele diz o seguinte: "Bom dia, parabéns pela apresentação, e pelo retorno aos lançamentos. Em relação ao GNA, com o retorno dos lançamentos podemos esperar um aumento? Em relação às dívidas podemos também esperar um aumento em função do financiamento da produção?".

Augusto Reis Neto: Oi Luís Otávio, obrigado aí pela pergunta. Bom, primeiro com relação ao GNA, a gente não tem expectativa de incrementar de maneira sensível o de GNA no curto prazo. Nós temos uma estrutura dimensionada e capaz de atender a esse volume, que como eu venho falando nos últimos nos últimos *calls* é um volume crescente, porém extremamente cauteloso né, não vamos ter nenhum pelo menos no curto prazo a ideia não é ter nenhum incremento grande né, algum momento sensível no volume de lançamento, então não devemos consequentemente ter incremento fora da normalidade. Óbvio que vai aumentando a atividade operacional da companhia a gente vai incrementando, mas também isso traz um aumento de receita, então quando a gente fala na relação receita despesa gerais administrativas elas tendem essa relação tende a permanecer saudável, não é o que nos preocupe e naturalmente. Com relação a dívida sim né a companhia a estratégia é sim buscar indevidamente no projeto né não tem nada previsto de endividamento fora projeto então a gente entende que óbvio que aumenta o endividamento mais endividamento saudável e focado na execução do empreendimento dos projetos específicos.

Renato Barboza: Próxima pergunta do Exílio Amaral da Benny: "Parabéns a você equipe, acompanho o *call* a alguns trimestres, e percebo que os resultados têm melhorado ao longo do tempo. De forma geral podemos esperar que os resultados continuem melhorando, considerando inclusive o retorno dos lançamentos, os novos, e a segunda pergunta é em relação aos novos lançamentos se eles também devem continuar em São Paulo, ou se houve alguma alteração aí na perspectiva de lançamento?".

Augusto Reis Neto: Legal Exílio, obrigado aí pela participação, e pela pergunta. A gente espera que sim, os nossos resultados, quando a gente olha o resultado da

companhia e estremece a trimestre a gente obviamente continua sendo muito impactado por despesas financeiras, e né então e isso tende a continuar. Por outro lado, a gente percebe um movimento de conversão e diminuição dessa alavancagem. Então eu acho que isso tende se a gente olhar os últimos os últimos *calls* que fizemos, os nossos resultados, os últimos, a gente percebe que isso tende a continuar acontecendo né, então a gente olha o resultado em si ele vai necessariamente flutuar depender de como esse processo de diminuição das dívidas de renegociação extraconcursais, habilitando para concursal, ou seja, tende a ter uma oscilação desses resultados. Quando a gente fala de resultados operacionais. sim a gente tem sim uma expectativa de melhora dos resultados operacionais medida que a gente aumenta volta a lançar ou seja gerando projetos com margem positiva óbvio que a gente olhando para frente e tem sim uma expectativa bastante positiva de melhorar os resultados da companhia. A outra pergunta que você falou com relação aos lançamentos, a gente continua focado aqui na cidade de São Paulo, oportunisticamente a gente pode olhar algo que surja na grande São Paulo, mas a nossa estratégia continua ser fazer empreendimentos imobiliários residenciais na cidade de São Paulo. A gente já aprendeu bastante aí no passado, e a nossa estrutura hoje e todos os aprendizados que tivemos nos mostra que esse mercado no mercado grande resiliente, tem espaço aí para todo mundo, e tendo um projeto bem trabalhado bem desenhado, é um mercado que ele passa por momentos de dificuldades, mas é no mercado vivo, então a gente permanece com a mesma estratégia de continuar atuando em São Paulo.

Renato Barboza: Próxima pergunta do Pedro Conte da Miles, ele faz a seguinte pergunta: "Bom dia, parabéns pelos resultados. O que podemos esperar da linha de resultados financeiros daqui para frente?"

Augusto Reis Neto: Bom Pedro, eu acredito que na última resposta que eu dei já deve ter passado um pouquinho aí sobre a tua dúvida né, posso reforçar aqui de novo, mas basicamente ela vai ela tem uma dependência muito grande desse processo de negociação das nossas dívidas sejam elas extraconcursais, e principalmente as extraconcursais e as nossas convertendo essas dívidas para o mundo concursal. Né, então isso tem um impacto grande na variação aí dos nossos resultados financeiros e é uma tendência que isso continue óbvio que a nossa expectativa é de que a gente continue tendo ou é uma expectativa, mas que a medida que a gente faça os próximos consiga renegociar as próximas as próximas né com os próximos credores as negociações que a gente tem andamento, que isso traga resultados positivos aí para companhia na linha de resultados financeiros.

Renato Barboza: Tem uma pergunta do Rubens da GNC, que fala sobre a expectativa de vendas para o final de 22 início de 23. Acho que já foi um pouco que você comentou, não sei se quer agregar alguma coisa.

Augusto Reis Neto: Obrigado pela pergunta, só para passar por ela. Mas a gente tem sentido um final de ano mais duro mais difícil, mas dentro né daquilo que já se

esperava, então nada fora do comum, mas naturalmente sim é um final de ano mais complicado né coincidindo com a copa, no momento que todo mundo tá com a atenção voltada para isso, então, mas dentro do esperado nada que se preocupe.

Renato Barboza: Temos uma última pergunta e gostaria só de fazer uma última chamada, se alguém quiser enviar perguntas ainda é tempo de enviar pelo chat da do Broadcast que a gente está transmitindo a apresentação, eu vou partir para a última que a gente receber do Rogério e da Grey é Grace Fundo de Investimento: "Bom dia, parabéns pelo trabalho. Qual a expectativa para redução da dívida considerando os novos lançamentos que virão?".

Augusto Reis Neto: Obrigado pela pergunta. Bom, eu acho que no resumo aí das perguntas todas eu já acabei passando por isso também. Quando a gente olha ali o nosso o nosso endividamento olhando ali separadamente entre o mundo que a gente chama de mundo concursal, e o mundo extraconcursal, a gente percebe uma tendência de ao longo do tempo algumas dívidas extraconcursais, a gente conseguiu negociar com os nossos credores, convertendo essas dívidas pro mundo concursal, e aí dentro do mundo concursal, obviamente tem as inúmeras opções de redução dessa dívida de pagamento dessa dívida né, dentre elas a emissão de ações e pagamento através de aumento de capital, foi o que aconteceu agora. Então pessoal agora no passado nós fizemos um também esse ano fizemos novamente quer dizer eu acho que o nosso foco tem sido melhorar cada vez mais a operação da companhia porque a gente entende que dessa forma a gente consegue fazer com que haja cada vez mais interesse em converter ali dívidas em participação, isso remunera de uma certa maneira e traz retorno para os credores que se tornam acionista, e obviamente que isso dá continuidade e longo prazo para companhia. Então o nosso foco tem sido isso e eu acho que a redução da dívida ela passa a ser uma consequência dessa da realização bem estruturada, e da boa realização dessa estratégia. Então a perspectiva é de que sim a gente continue nesse processo de redução de dívida que vai se dar basicamente aí através das formas do próprio plano e dessa migração eventual de dívidas extraconcursais para o mundo concursal. Espero ter conseguido responder à pergunta, Rogério.

Renato Barboza: Temos mais uma pergunta aqui do Glauco Amaral, pessoa física e investidor: "Bom dia, vocês devem manter dois lançamentos para o ano que vem ou tem alguma perspectiva de mudança nesse valor".

Augusto Reis Neto: Glauco, obrigado aí pela participação pela pergunta. Sim, a nossa estratégia a gente está aí no processo de planejamento do ano de 2023, iniciamos agora no mês de final do mês de outubro, devemos concluir até dezembro, mas sim continua por enquanto a nossa estratégia é sim manter a nossa esteira de lançamento, e no ano que vem considerando dois lançamentos.

Renato Barboza: Com isso finalizamos as perguntas aqui, Augusto se quiser deixar suas considerações finais antes de encerrar, por favor.

Augusto Reis Neto: Bom, obrigado Renato, obrigado a todos aí que participaram e que perguntaram, é sempre importante a gente ter esse feedback de vocês, as perguntas e o reconhecimento. Agradeço a todos que vem reconhecendo o esforço de todo o time, a gente continua bastante confiantes no sucesso da companhia. Isso não é uma corrida de 100 metros, muito pelo contrário, é uma maratona, e o time todo está engajado. Está comprometido e acima de tudo, confiante de que a gente vai continuar conseguindo passo a passo com estrutura, com planejamento e de maneira bastante pé no chão, conseguir recuperar a companhia e voltar para posição que ela merece. Mas agora de uma maneira diferente colocando o cliente no centro, como prioridade e buscando sempre, cada vez mais construir melhores experiências para eles. Fico por aqui, agradeço a participação de todos e nos vemos no próximo *call* do próximo trimestre. Obrigado a todos.

Renato Barboza: Conferência referente aos resultados do terceiro trimestre de 2022 e 9 meses acumulados da PDG está encerrada, agradecemos a participação de todos e tenha um bom dia.