

## **Transcrição – Webconferência 1T25 – 19/05/2025 – 11h (Brasília)**

**Renato Barboza:** Bom dia senhoras e senhores, obrigado por aguardarem.

Sejam bem-vindos à conferência da PDG, referente aos resultados do primeiro trimestre de 2025. Informamos que todos os participantes estarão apenas ouvindo a conferência durante a apresentação da companhia e, em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas.

As perguntas podem ser enviadas durante a apresentação, clicando no ícone de Q&A localizado na parte inferior da plataforma. Está presente conosco o senhor Mauricio Tiso, Diretor Presidente e Diretor de Relações com Investidores.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante essa conferência, relativas às perspectivas de negócios do Grupo PDG, projeções e metas operacionais e financeiras, são crenças e premissas da administração da Companhia, com base em informações atualmente disponíveis.

Considerações sobre o futuro não são garantia de desempenho, pois, elas envolvem riscos, incertezas e premissas, e dependem de eventos e circunstâncias que podem ou não ocorrer.

Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais, podem afetar o desempenho futuro da Companhia e conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em projeções.

Passarei a palavra ao senhor Mauricio Tiso que fará a apresentação. Por favor, Mauricio, pode prosseguir..

**Maurício Tiso:** Bom dia a todas e todos.

Espero que estejam bem. Quero agradecer a participação de vocês na conferência de Resultados da PDG Realty.

Antes de passar para a agenda do dia, gostaria de comentar sobre os principais focos estratégicos da companhia em 2024.

Ao longo de 2024, a Companhia manteve seu foco na consolidação e no aumento da eficiência operacional, com especial atenção aos lançamentos realizados (ix.Tatuapé e ix.Santana).

Antes de passarmos para agenda da apresentação de hoje, gostaria de destacar os principais focos estratégicos deste primeiro trimestre.

Seguimos atentos à execução e evolução dos lançamentos da Companhia.

A obra do empreendimento ix.Tatuapé estava com 67% de execução física até o final de abril, conforme o cronograma de obra e dentro do orçamento, possibilitando a liberação das parcelas do financiamento conforme previsto contratualmente.

Já o empreendimento ix.Santana segue em fase de alinhamento técnico, comercial e financeiro, que antecede o início das obras.

Também seguimos focados na desalavancagem, reforço de caixa e redução nos custos operacionais da Companhia.

Nesse sentido, conforme divulgado em abril, a PDG está conduzindo um processo de aumento de capital para conversão de dívidas extraconcursais em ações PDGR3.

Vale ressaltar que, essas dívidas foram contraídas após o ajuizamento do pedido de recuperação judicial do Grupo PDG.

Essa operação tem como objetivo viabilizar a quitação de dívidas, conforme acordado com os respectivos credores, preservando o caixa da Companhia.

Além disso, o aumento de capital, contribui para a redução do endividamento, adequação da estrutura de capital, e, conseqüentemente, para a retomada da Companhia.

Falando agora sobre o grupamento das ações, conforme informado no trimestre passado, as ações da Companhia passaram a ser negociadas grupadas na proporção de 125:1 desde 28 de fevereiro, conforme aprovado em Assembleia Geral Extraordinária.

No entanto, como o preço das ações voltou a ficar abaixo do valor mínimo exigido pela B3, a Companhia está avaliando alternativas para regularizar esse desenquadramento ao Regulamento de Emissores da B3.

Começando com a nossa agenda da apresentação de hoje, iniciarei pelo slide 3, onde apresentamos os principais destaques do 1T25, os quais comentarei mais detalhadamente ao longo dessa apresentação.

Registramos um aumento de 48% nas vendas brutas na comparação com o 1T24. Alcançamos um VSO Total de 9,1% e VSO de lançamentos de 14,2%. Registramos uma redução de 51% no volume de distratos em relação ao 1T24. Obtivemos um aumento de 325% nas vendas líquidas em comparação ao 1T24.

As despesas gerais e administrativas foram reduzidas em 12% em relação ao 1T24. As despesas comerciais foram reduzidas em 58% na comparação com o 1T24. Registramos um lucro bruto de R\$ 10,7 milhões, com margem de 42,7%. O custo a incorrer apresentou uma redução de 4%.

Seguindo para o slide 5, apresentamos o desempenho de vendas da Companhia.

No 1T25, as vendas brutas somadas às dações totalizaram R\$ 22,4 milhões, 48% acima do 1T24 e 45% acima do 4T24. Excluindo as dações em pagamento, as vendas brutas totalizaram R\$ 20,1 milhões no 1T25, 33% acima do 1T24.

79% das vendas foi de produtos localizados em São Paulo, que é a principal praça de atuação da Companhia. Além disso, as vendas dos lançamentos representam 70% das vendas deste período.

Com isso, VSO de lançamentos totalizou 14,2% no trimestre, um aumento de 11 pontos percentuais em relação ao 1T24. Durante o 1T25, os distratos somaram R\$ 5,4 milhões, 51% abaixo do 1T24 e 32% abaixo do 4T24; 50% das unidades distratadas foram de projetos prontos e, estas unidades estão aptas para revenda e geração de caixa imediata.

As vendas líquidas totalizaram R\$ 17,0 milhões no 1T25, 325% acima do 1T24, como resultado do aumento nas vendas brutas e redução dos distratos. No 1T25 foi repassado um VGV de R\$ 1,2 milhão, registrando uma redução de 48% na comparação com o 1T24. Esse resultado está em linha com as vendas realizadas.

Continuamos realizando os repasses através de um processo rápido, por meio de uma análise de crédito criteriosa e estritamente alinhado à nossa estratégia comercial, focada na geração de caixa livre.

Falando agora sobre o estoque da companhia, no slide 6, apresentamos a composição do estoque disponível para venda (isto é, estoque pronto e lançamentos).

Ao final do 1T25, o estoque disponível para venda totalizou R\$ 227,2 milhões, 40% abaixo do 1T24 e 8% abaixo do 4T24. Essa redução decorreu das vendas realizadas no período.

Sobre a composição do nosso estoque, 43% refere-se a lançamentos, 62% está localizado em São Paulo, que é a principal praça de atuação da Companhia atualmente; 81% são produtos residenciais.

No slide 8, apresentamos as despesas gerais, administrativas e comerciais.

As Despesas Gerais e Administrativas foram reduzidas em 12% na comparação entre o 1T25 e o 1T24, principalmente devido à renegociação de fornecedores e à redução do quadro de colaboradores.

As Despesas Comerciais foram reduzidas em 58% na comparação entre o 1T25 e o 1T24, devido à menor despesa com unidades em estoque, que oscilam mediante vendas e distratos das unidades.

Conforme falamos no trimestre passado, foi concluído em janeiro, uma revisão da estrutura da Companhia, com objetivo de readequar o headcount ao momento atual da Companhia.

Seguimos com uma prática rigorosa de gestão das despesas e controle de caixa, buscando melhorar a eficiência operacional e reduzir os custos.

No slide seguinte, de número 9, apresentamos a variação da dívida extraconcursal.

A dívida extraconcursal aumentou R\$ 17 milhões (4%) no 1T25, devido à captação de recursos para capital de giro da Companhia e liberação das parcelas para financiamento da obra do empreendimento ix.Tatuapé.

Passando para o slide 10, apresento a variação da dívida concursal.

A dívida concursal aumentou R\$ 96 milhões (8%) durante o 1T25, devido ao aumento da taxa projetada para o IPCA, que impactou o ajuste a valor justo das dívidas.

No total, considerando os aumentos de capital já realizados, os pagamentos aos credores e as dações realizadas, a Companhia já amortizou R\$1,9 bilhão em dívidas concursais.

Seguindo para o slide 11, apresentamos a desalavancagem da Companhia.

Somando as dívidas extraconcursais, dívidas concursais e custo a incorrer, no final do 1T25, a alavancagem estendida da companhia totalizou R\$1,8 bilhão, um aumento de 7% ao longo do trimestre.

Sobre o montante de alavancagem, destaco que:

As dívidas concursais têm vencimentos até 2042 e poderão ser amortizadas por meio de dações em pagamento e por meio de conversão em ações;

As dívidas extraconcursais continuam sendo renegociadas, e poderão ser habilitadas na recuperação judicial ao longo do tempo.

No slide 12, apresentamos a demonstração dos resultados, na qual vou destacar as principais variações e impactos do período.

Registramos um aumento significativo na linha de “outras receitas operacionais”, devido à reversão da provisão para distratos no período.

Com isso, registramos um lucro bruto de R\$ 10,7 milhões no 1T25, com margem de 42,7%.

No 1T25, foi registrado prejuízo financeiro de R\$ 136 milhões, principalmente, devido ao recálculo do ajuste a valor justo das dívidas concursais, que foi impactado pelo aumento do IPCA projetado.

No 1T25, foi registrado um prejuízo líquido de R\$ 101 milhões, sendo que o principal impacto negativo foi o resultado financeiro.

Encerro aqui a apresentação dos Resultados da PDG e abro agora para as perguntas.

**Renato Barboza:** Obrigado Mauricio. Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta, clique no ícone Q&A.

Primeira pergunta aqui, de Rogério Bento. A primeira pergunta dele é: com o avanço dos lançamentos, o que devemos esperar para o G&A da companhia agora para esse ano de 2025?

Rogério, aqui é o Renato falando. Bom dia, obrigado pela sua pergunta. Em relação ao G&A, ainda deve seguir na linha do que temos hoje, tá? Talvez um pequeno ajuste aí para o próximo trimestre, muito pequeno, tá? Mas aí mantendo a estrutura atual que ainda suporta alguns lançamentos aí que estão por vir.

A segunda pergunta do Rogério é: qual a estratégia para os lançamentos, né? A gente pensa em fazer parcerias? Em relação aos financiamentos, qual o modelo de financiamento que a companhia deve seguir adotando nesse momento mais desafiador aí do setor e até da economia?

A companhia tem analisado muito bem a eficiência, né? A viabilidade dos futuros lançamentos. E modelos como parcerias ou modelos de financiamento propostos aí pelo mercado financeiro também estão sendo estudados, né? Desde que traga valor para a companhia, né? Em termos de viabilidade, consequentemente para o acionista. E que traga obviamente também uma experiência para o cliente, que é a proposta da companhia, né? De um tempo para cá, ela adotou o modelo de experiência do cliente. Então a companhia tem estudado diversos modelos diferentes de lançamento, seja parceria, seja lançamento próprio sem parceiro. E a questão de financiamento também, seja bancário, seja pelos modelos que o mercado financeiro disponibiliza hoje. Como eu disse, sempre mantendo aí uma rentabilidade interna nossa aqui, dado como mínima, e

retorno para a companhia, para o acionista e uma experiência para o cliente. Tá bom? Obrigado Rogério, pela sua pergunta.

Próxima pergunta vem do Bruno Campos. Bruno, agradecemos aqui a sua pergunta. O Bruno pergunta sobre as outras despesas operacionais no demonstrativo de resultado (DRE), que foi positiva, né, nesse trimestre, em R\$ 13,8 milhões. Ele perguntou qual foi o impacto, né, para gerar um resultado positivo nessa linha de outras despesas operacionais.

Outras despesas operacionais foi uma impugnação, tá, Bruno, de uma ação que a companhia ganhou parcialmente. Então houve uma redução aí da casa dos R\$ 40 milhões e aí somado com realmente com as despesas, né, de fato, não positivas, assim, negativas, a gente auferiu aí R\$ 13,8 milhões de resultado positivo na linha de outras despesas operacionais. Então isso foi uma impugnação de um litígio, né? De um contencioso que a companhia tinha aqui e que ela teve um ganho aí, uma decisão parcial favorável. Então, não deve ser observado um resultado positivo nas outras despesas operacionais para frente. Até porque é uma linha de despesas, né? Ter algum evento não recorrente como esse pode acontecer, obviamente, mas nesse sentido, não é de se esperar que essa linha esteja positiva ao longo dos resultados da companhia esse ano.

Próxima pergunta da Carla Machado. Carla, bom dia, obrigado pela sua pergunta. A Carla traz duas perguntas para nós aqui. A primeira pergunta, ela fala que é: o que esperar das vendas nesse segundo trimestre de 2025, considerando o resultado positivo das vendas no primeiro trimestre, conforme foi mencionado por nós aqui? Então essa é a primeira pergunta. A Carla tem uma segunda pergunta, mas eu vou passar para o Maurício responder, e aí a gente parte para a segunda no final dessa. Maurício, por favor.

**Maurício Tiso:** Bom dia, Carla, muito obrigado pela pergunta. A nossa expectativa é sim muito positiva para a continuidade aqui no segundo trimestre de 2025, exatamente pela adequação entre experiência de produto e encaixe do preço para o público do nosso segmento. Tá? Então a expectativa é sim bastante positiva para o próximo trimestre.

**Renato Barboza:** Obrigado, Maurício. Uma segunda pergunta da Carla, ela faz o seguinte: vocês estão enxergando, né, a PDG está enxergando alguma pressão sobre preço ou custo nos atuais lançamentos?.

**Maurício Tiso:** Ainda em linha com a primeira resposta, Carla, cada segmento do imobiliário tem um comportamento diferente, né? Então a gente olhando Minha Casa Minha Vida, você vai ter um comportamento, alto padrão vai ter um comportamento, e o médio, que é o nosso segmento, tem a sua respectiva resposta do público, né? O que a gente precisa fazer aqui, e com isso a gente não consegue dar uma resposta com uma análise geral do mercado, mas com o foco de atuação da companhia, que é o segmento de médio padrão. Apesar dos desafios de cada bairro, de cada setor, a gente conseguiu

acertar muito bem tanto a experiência que o produto propicia, quanto o preço encaixado para o atendimento desse público. Então, com isso a gente espera a manutenção da situação atual dentro da estrutura dos nossos empreendimentos. Já com relação a custos, o INCC vem mostrando aí, né, apontando aí uma performance mais inflacionária nos últimos meses que se seguem, porém, dada a eficiência aqui do time de compras, engenharia de suprimentos e as parcerias estratégicas da companhia, a gente conseguiu manter o empreendimento do Tatuapé bem em linha com o nosso orçamento. E o mesmo a gente espera para o Santana. Muito obrigado, Carla.

**Renato Barboza:** Obrigado, Maurício, pela explicação. Encerramos aqui a sessão de perguntas e respostas desta conferência. Agradecemos a participação de vocês na teleconferência da PDG. Caso tenham alguma dúvida, a equipe de Relações com Investidores está à disposição, pelo e-mail: [ri@pdg.com.br](mailto:ri@pdg.com.br).

A conferência de resultados da PDG está encerrada. Tenham um bom dia.