

## Transcrição – Webconferência 1T22 – 16/05/2022 – 11h (Brasília) – 10h (NY)

**Renato Barboza:** Bom dia e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos a conferência referente aos resultados do primeiro trimestre 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 PDG por meio do e-mail [ri@pdg.br](mailto: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. Inicialmente quero agradecer a participação de todos na nossa conferência, onde a gente vai falar um pouquinho sobre os resultados da companhia nesse primeiro trimestre de 2022. Bom, antes de falar da nossa agenda específica da nossa teleconferência, eu vou falar um pouco e brevemente sobre os principais focos para o ano de 2022. Ao longo desse primeiro trimestre, nós continuamos trabalhando na execução do nosso planejamento estratégico de curto, médio e longo prazo. Os nossos principais focos esse ano são o controle do caixa, solução para as nossas obras paradas, o retorno dos lançamentos e a melhoria contínua na experiência dos nossos clientes, aceleração nas receitas provenientes da Vernny, desenvolvimento, implantação e melhoria contínua do nosso projeto de jornada digital e implantação de uma agenda robusta de ESG com grande foco nesse primeiro momento nas agendas de inclusão e diversidade na companhia. Nós seguimos mantendo o controle e a manutenção do caixa, como sendo uma das nossas principais metas para o ano de forma sustentar a continuidade operacional e todo o nosso processo de retomada. Em relação as obras paradas nós continuamos perseguindo a meta de encontrar soluções para cada uma delas com o objetivo de reduzir os nossos passivos, mas também principalmente resolver o problema dos

clientes que ainda guardam uma solução para cada uma dessas obras. Sobre o retorno do lançamento eu vou comentar com um pouco mais de detalhe mais adiante. Dando continuidade ao nosso projeto de melhoria da experiência dos nossos clientes, nós contratamos uma consultoria especializada que vai auxiliar na melhoria de toda a cadeia de suporte atendimento, além também de nos dar um suporte na condução de todo o processo de melhoria e inovação que buscamos, nos apoiando na busca pela transformação da jornada do nosso cliente em uma verdadeira experiência. Com esses objetivos que visam impactar tanto os nossos atuais quanto os nossos futuros clientes nós iniciamos um atendimento também via WhatsApp por meio da nossa equipe interna de atendimento. Esse novo canal oferece mais uma opção de atendimento rápido, versátil e eficaz oferecendo a qualidade que desejamos. Ao longo desse ano a transformação da jornada no nosso cliente em uma experiência que surpreenda continuará sendo foco, e terá toda a nossa atenção e dedicação. Essa é uma meta da companhia, e que não acabará no ano de 22, mas permeará toda a nossa estratégia de curto, médio e longo prazo. Em relação a Vernny, ao longo desse primeiro trimestre a gente seguiu reforçando as nossas estratégias comerciais aprimorando os nossos temas e trabalhando na prospecção de novos clientes. Aproveito para convidar todos para conhecer um pouco mais sobre a Vernny visitando nosso site no endereço [www.vernny.com.br](http://www.vernny.com.br). Nós continuamos também com o foco de transformação da jornada digital, que tem como objetivo transformar toda a jornada dos nossos clientes em uma experiência que o surpreenda: desde o primeiro contato com a PDG, até o recebimento das chaves passando pelo processo de assistência técnica. Iniciamos o ano do nosso projeto de ESG, como eu falei com grande foco nas pautas de inclusão e diversidade, nós já designamos uma equipe interna com suporte de mais duas equipes especializadas externas para nos apoiar nesses temas, mapeando as nossas estruturas e implantando a nossa agenda de ESG e de inclusão e diversidade. Algumas lideranças da companhia inclusive já passaram pelo primeiro treinamento de inclusão e diversidade, pois a gente entende que essas lideranças serão e são vetores extremamente importante da nossa cultura e o que é o que a gente vem buscando implantar na PDG desde o início. O tema da inclusão e diversidade é cada vez mais relevante na nossa sociedade e nós buscamos com esse trabalho de aculturação está cada vez mais conectados com os nossos clientes, com o nosso time e principalmente com a sociedade. Nós entendemos que a sociedade tem valorizado os negócios conscientes, comprometidos com respeito ao meio ambiente e com a preservação da saúde bem-estar das pessoas, representando uma verdadeira mudança de paradigma nos modelos de negócios de produção e principalmente de consumo atualmente. Estamos convictos de que os temas de ESG, inclusão e diversidade são essenciais para continuidade do nosso processo de retomada e para o atingimento dos nossos objetivos principalmente de longo prazo. Antes de entrar na nossa agenda de resultados, como eu comentei nossa última conferência que estávamos na fase nós estávamos na fase de modernização das nossas instalações na nossa sede aqui em São Paulo, e no dia primeiro de abril nós reinauguramos o nosso escritório que fica aqui na Vila Olímpia. As nossas novas instalações foram projetadas com objetivo de ofereceu uma estrutura ainda melhor para o atendimento dos nossos clientes incluindo os clientes da Vernny.

Além disso, os nossos ambientes foram replanejados, visando também promover mais interação e sinergia entre as equipes, suportando o nosso novo formato de trabalho, que como eu já dissemos anteriormente agora passou a funcionar na modalidade híbrida. Bom, vamos agora para nossa apresentação iniciando pelo slide 2, onde eu vou falar um pouquinho sobre sumário executivo e os destaques do período, em seguida eu vou comentar sobre os resultados operacionais e financeiros. No slide 4 no sumário executivo, a gente apresenta os seguintes destaques do período: lucro líquido de 46 milhões no primeiro trimestre de 22, revertendo prejuízo líquido de 220 milhões registrado no primeiro de 21. 709 milhões em amortizações de dívidas concursais desde o início do plano de recuperação da companhia redução de 47% de GAN a comparação entre o primeiro tri de 22 com o primeiro de 21. Redução de 10% no nosso SGAN na comparação entre o primeiro tri de 22 e o primeiro tri 21. Redução de 32% do custo que estão em correr na comparação trimestral. Aumento de 13% no VGV repassado em comparação também com o primeiro tri 21. Seguindo para os resultados operacionais de vendas no primeiro tri as vendas brutas somaram 22 milhões, 37% abaixo do primeiro tri 21. Nós intensificamos nosso processo de reavaliação da estratégia comercial de forma manter o nível de comercialização previsto em nosso planejamento, e seguimos acompanhando constantemente as mudanças de cenário. Seguimos com intenso trabalho desde a prospecção dos leads, até a efetivação das vendas. Durante esse primeiro tri, os distratos somaram 26 milhões, nós aceleramos a realização de distratos, dessas unidades principalmente livres de ônus, para reforçar o estoque de vendas, gerador de caixa imediato para companhia. Conforme já vem mencionando nas últimas conferências acontecem com produtos já concluídos. O que nos permite iniciar o processo de repasse no momento da efetivação da venda. Dessa forma nós temos um período muito curto entre a venda e o repasse, o que reduz substancialmente o uso de distratos nas vendas novas. Com a aceleração dos distratos nesse trimestre, as nossas vendas líquidas foram negativas em 4 milhões no primeiro tri de 22. Importante destacar aqui que apesar de inferior ao desempenho do primeiro tri de 21, as nossas vendas se mantiveram em linha com o nosso previsto no início do ano, até um pouco acima do que havíamos previsto. Falando sobre o estoque da companhia no slide 7, no final do primeiro tri de 22, o estoque a valor de mercado totalizou 1,3 milhão. Ao final do primeiro de 22, o estado de São Paulo concentrava 30% desse estoque, excluindo produtos comerciais. Do total do estoque residencial, 41% estão concentrados em projeto com faixa de vendas acima de 60%, ou seja, um estoque com boa liquidez. O estoque pronto da companhia totalizou 335 milhões ao final desse primeiro tri. E aqui o destaque algumas características positivas desse estoque: 80% da localizado em São Paulo e Rio. 99% concentrado em projetos com vendas acima de 60% e 45% dele concentrado em produtos residenciais excluindo Casa Verde Amarela. No slide 8 apresentamos as despesas gerais administrativas e comerciais: Na comparação entre o primeiro tri de 22 e primeiro de 21, as nossas despesas gerais administrativas foram reduzidas em 47%, principalmente devido ao menor volume de despesas com assessoria jurídicas e financeiras, as despesas comerciais na comparação trimestral aumentaram 148% devido ao maior volume de despesas comunidades prontas em estoque sendo essas despesas mais majoritariamente compostas por IPTU e

condomínio. Finalizamos o trimestre com 155 colaboradores, e continuamos realizando reforços importantes do time, além de manter uma avaliação contínua e transparente de toda a equipe, buscando fortalecer os nossos talentos, e diminuir possíveis ineficiências nos nossos processos. No slide 9, principalmente devido aos juros aprovados no período considerando a manutenção registrada na linha de disponibilidade a nossa dívida aumentou 81 milhões devido ao acúmulo dos juros, durante o período. No slide 10, mostramos a variação da dívida concursal, ou seja, das dívidas que estão reestruturadas dentro do nosso plano de recuperação. No primeiro tri a dívida concursal aumentou 106 milhões principalmente devido ao ajuste a valor justo nas nossas dívidas nesse período. Como eu já comentei no total, considerando o aumento de Capital os pagamentos aos credores das classes um, dois, e quatro e as ações realizadas a companhia já amortizou 709 milhões de dívidas concursais. O restante do saldo das dívidas, ou seja, 1,2 bilhão no final do ano de 21 permanecem sujeitos aos efeitos do nosso plano e do seu aditamento isso eram pagos de acordo com os prazos termos e condições já estabelecidas. Parte do saldo remanescente das nossas dívidas somava 2,3 bilhões ao final do primeiro de 22 poderão ser habilitadas no plano ao longo do tempo, gerando efeitos extremamente positivos nos resultados da companhia. Falando sobre habilitação e conversão de crédito conforme comunicado ao mercado que nós divulgamos em 11 de abril, nós estamos conduzindo o nosso processo de aumento de capital para conversão de créditos da companhia conforme previsto no nosso plano de recuperação. O valor desse aumento de Capital irá corresponder ao saldo agregado dos créditos trabalhistas, e dos créditos aderentes, que são aqueles credores inicialmente de micro e pequena empresas alocadas na opção C, que desejarem aderir a essa capitalização que é facultativa dos créditos. Os acionistas da PDG terão o devido direito de preferência da inscrição das ações de forma proporcional à sua participação no capital social. Adotaremos todos os atos e procedimentos necessários à realização do aumento capital e manteremos todos nossos acionistas e o mercado informados sobre o desenvolvimento dessa importante etapa para desalavancagem e continuidade do nosso processo de retomada. Indo para o slide 11, nós apresentamos a demonstração de resultados. Eu vou destacar aqui as principais variações e impactos na demonstração dos resultados do período. A queda na receita de vendas imobiliárias decorreu da queda no volume de vendas no trimestre como eu comentei anteriormente. Já comentei também nos slides 8 sobre as variações das linhas de despesas administrativas comerciais. Em relação ao aumento de 38% no prejuízo financeiro aumentou quando comparamos o primeiro de 22 e o primeiro trade 21. Essa movimentação ocorreu principalmente devido ao ajuste a valor justo nas nossas dívidas concursais nós registramos esse trimestre um saldo positivo relevante na linha de imposto de renda e contribuição social esse ajuste que é não recorrente na linha de impostos diferentes foi consequência das mudanças de cenário da situação da companhia ocorridas entre o momento da nossa entrada na recuperação judicial, e da nossa saída que ocorreu ao final de 21. Para capturar essas mudanças e refleti-las nas nossas demonstrações nós realizamos uma nova mensuração do valor justo do saldo residual da nossa dívida, com os credores concursais e por meio de um laudo técnico realizado, capturamos os impactos dessas mudanças principalmente em relação a

mudança de grau de risco da atual da companhia. Com essas alterações apontadas pelo laudo realizado e como ela se mostraram relevantes, nós realizamos a atualização das premissas sobre os cálculos de impostos de deferidos o que deu origem ao impacto positivo nas nossas demonstrações desse trimestre. Com o resultado de todo o trabalho realizado líquido de 220 milhões registrados no primeiro tri do ano passado para um lucro líquido de 46 milhões nesse primeiro trimestre do ano finalizando. Antes de abrir as perguntas de abrir para as perguntas de vocês, queria comentar um pouquinho sobre o cenário, é inevitável falar disso né um momento bastante difícil não só para economia mundial, mas principalmente e para economia brasileira. Obviamente Todos sabem a gente vem enfrentando grandes desafios convivendo com os impactos da pandemia que ainda persistem além da guerra que envolve parte da Europa. Além disso, estamos enfrentando incertezas de um ano de eleição presidencial nesse caso ainda potencializados por uma mente de inflação dos juros sobre o crédito imobiliário, e com conseqüente queda no índice de confiança dos consumidores. Diante desse cenário mais uma vez que se mostra bastante desafiador nós tivemos intensificamos nosso processo de reavaliação e eventual readequação da nossa estratégia comercial, para garantir manter o nível de comercialização previsto no nosso planejamento no início feito no início do ano. Seguimos acompanhando constantemente as mudanças de cenário e tomando as ações necessárias para maximizar os resultados e reduzir esses impactos decorrentes do momento atual. Quanto a retomada dos lançamentos, nós continuamos com o nosso planejamento de lançar um novo empreendimento no segundo semestre desse ano. Mas estamos bastante atentos ao cenário mencionado anteriormente com todas as conseqüências imediatas e de médio prazo no nosso mercado, manteremos a cautela responsabilidade, compromisso com a escolha do momento certo para fazer esse nosso novo lançamento. E estamos preparados por um cenário mais duro que eventualmente possa nos impor uma alteração nesse planejamento. Ainda assim seguindo o nosso planejamento estratégico de retomada continuamos trabalhando no desenvolvimento e aprovação de novos lançamentos os lançamentos do ano de 2023, e retomamos a nossa agenda de prospecção de novos terrenos, que serão necessários para nossa agenda de médio e longo prazo. Acreditamos que esse será mais um ano de importante realizações estratégicas, no sentido de continuar avançando a nossa agenda de mudanças construindo diariamente um caminho para retomada sustentável e planejada, sempre com foco e olhar nos nossos resultados de curto prazo, porém principalmente guiados pela nossa estratégia de médio e longo prazo. Por isso, seguimos firmes e confiantes dos resultados positivos que atingirmos com os projetos de melhoria na experiência dos clientes, com projetos de ESG, inclusão e diversidade, pois acreditamos que essas ações são indispensáveis para continuarmos atingidos nossos objetivos e atender as expectativas dos nossos clientes, acionistas do nosso time, dos credores e de todos os outros. Bom, eu encerro aqui a nossa apresentação, e abro para as perguntas daqueles que tiverem interesse em fazê-las. Obrigado estou à disposição de todos.

**Renato Barboza:** Obrigado Augusto. Iniciamos agora a nossa sessão de perguntas e respostas caso, caso tenha alguma pergunta como mencionei no início, por favor enviar

por meio da plataforma no campo de opções do chat, a gente tem já uma primeira pergunta, primeira pergunta vem do Aloísio Castro da Boca Investimentos "Bom dia, parabéns pelo resultado positivo. Sobre a Vernny, você poderia resumir rapidamente o serviço e as expectativas para essa nova empresa?".

**Augusto Reis Neto:** Olá Aloísio, bom dia, obrigado aí pela participação e pela pergunta. Bom, a Vernny na verdade é um braço de prestação de serviço que a gente lançou no ano de 2021, e a principal ideia dessa prestação de serviço foi a gente poder oferecer a terceiros o serviço que a gente tem capacidade instalada para prestar. Obviamente que a gente identificou ao longo do tempo um potencial grande de prestar um serviço para os condomínios inicialmente foram entregues pela PDG, mas não só para esse condomínio, mas para outros também. Mas obviamente que partindo da nossa base de condomínio já entregues a gente identificou uma oportunidade grande de prestar um serviço com foco em dar o que a gente chama aqui do braço de inteligência condominial. Esse eu acredito que seja a principal plataforma é o principal potencial em termos de crescimento dessa empresa e para isso a gente desenvolveu uma plataforma onde a gente de fato presta para com foco principal nos condomínios um serviço de inteligência que nada mais é do que não nada mais é, mas principalmente é ajudar os síndicos e os condôminos, trazendo inteligência para o condomínio na gestão do próprio condomínio. Automatização, portaria autônoma sistemas de segurança como monitoramento à distância e isso tudo feito através de uma plataforma que foi desenvolvida por nós. Então entendo que essa é pela pelo fato de ser uma plataforma nova diferente a grande o grande potencial da Vernny. Além disso, a gente também está com o nosso time aqui prestando serviço em toda a esteira do negócio imobiliário, desde o início ali da geração de leads, também na parte de desenvolvimento de produtos, de prospecção de negócios, ou seja, oferecer o conhecimento do time, nossa capacidade instalada, para parceiros. Incorporadores que eventualmente não tenham uma estrutura para isso a gente coloca o nosso time e a nossa infraestrutura de sistema de tecnologia para apoiar e prestar serviço ao longo de toda essa esteira do negócio imobiliário para terceiros. A nossa expectativa ela é grande com essa empresa, óbvio que o nosso core vai continuar sendo um negócio imobiliário desenvolvimento de novos negócios  
Mas a gente acredita que dada a nossa capacidade instalada a gente tem sim a possibilidade de criar aí uma frente de receita importante para companhia principalmente no médio e longo prazo. Espero aí ter atendido e respondido sua pergunta, obrigado.

**Renato Barboza:** A segunda pergunta vem do Marcos da Macro Investe: "Bom dia, parabéns pelos números reportados, e pelo material. Administração da expectativa de mudanças importantes nas dívidas esse ano?".

**Augusto Reis Neto:** Marcos bom dia, obrigado aí pela pergunta. Marcos, eu acredito que sim, eu acho que esse movimento que a gente vem passando e eu venho falando isso nos últimos *calls*, de conversão de dívidas, através dos nossos aumentos de capital

né de conversão de dívidas com pagamento em ações eu acredito que isso possa ser uma tendência, e óbvio que fundamental para isso é que a gente continue entregando e demonstrando indicadores operacionais e positivos, mostrando melhorar nos nossos indicadores operacionais eu acho que a gente vem conseguindo fazer isso e a medida, que isso continua. Eu entendo que sim, a gente pode ter aí alguns impactos positivos no nosso balanço principalmente obviamente na redução de dívida na linha. Mas respondendo tua pergunta então objetivamente, sim a gente tem boas expectativas de melhora para esse ano.

**Renato Barboza:** A próxima pergunta é do Mário Henrique do Jay: "Parabéns pelo trimestre. Como vocês veem os distratos para esse ano? Houve um aumento no primeiro trimestre 22, isso deve se manter? É uma tendência?".

**Augusto Reis Neto:** Mário obrigado aí pela pergunta. Mário como eu venho falando em todos os *calls*, a gente não tem um problema de distratos concentrado em vendas novas né, o que é um fator extremamente positivo e isso obviamente que acontece em função do nosso modelo de na verdade nem do nosso modelo, mas pelo fato de estarmos vendendo estoques prontos, ou seja, a gente a medida que vende automaticamente esse cliente já é acionado pelo time de repasse que faz o repasse num prazo bastante curto, o que elimina aquele período em que ele fica entre a venda e o repasse né sujeito a todas as variações de taxa de juros, e ou seja de todas as consequências de mudanças econômicas. Então o nosso o nosso de distrato ele está concentrado muito, é um backlog na verdade com vendas antigas. Então esse volume de distrato ele tende a continuar assim, mas ele vai continuar sempre em linha com o nosso volume de vendas. A estratégia que a gente vem adotando desde quando entramos na recuperação foi focar a nossa estratégia de repasse na geração de novos estoques para venda, né por isso que eu sempre acho que é legal a gente olhar no nosso caso específico o nosso indicador de venda bruta, porque eu acho que ele reflete mais a nossa a nossa o nosso desempenho comercial do que de fato a venda líquida, que é sempre um indicador principal no mercado, mas dado a nossa particularidade de vender só e só que pronto, e os distratos concentrados em vendas antigas, eu entendo que o indicador de venda bruta reflete melhora a nossa realidade desempenho. Mas os distratos devem continuar em linha com a nossa necessidade de geração de estoque para novas vendas.

**Renato Barboza:** Obrigada Augusto, a próximo pergunta é do Roger Muller da Fato Investimentos: "Bom dia e parabéns pelos resultados positivos mais um trimestre. Por favor podem falar sobre a expectativa de vendas para esse ano? Muito obrigado".

**Augusto Reis Neto:** Obrigado pela pergunta. Bom, nós começamos o ano e o primeiro trimestre e o nosso indicador de vendas foi melhor do que a gente imaginava quando a gente fez o nosso planejamento, é óbvio que o nosso volume de vendas ele

está muito embasado no nosso estoque, que por enquanto são só de unidades prontas como eu já falei na pergunta anterior. Então à medida que esse estoque que a gente vai realizando as vendas no nosso perfil de estoque vai mudando e naturalmente vai ficando de certa maneira mais duro, ou seja, as unidades com maior liquidez elas não sendo vendidas primeiro e as mais difíceis vão ficando para o segundo momento então seja a medida que a gente avança no nosso estoque hoje na companhia ele vai ficando mais duro com uma liquidez menor do que o que a gente tem no primeiro momento. De qualquer maneira a nossa expectativa de vendas ela está muito próxima da nossa expectativa de vendas do ano passado, e no primeiro trimestre a gente performou até melhor. Óbvio que o início do segundo tri sinaliza uma dificuldade um pouco maior que a gente já percebe isso através do desempenho do mês de abril que já foi um pouco mais difícil do que a gente imaginava no começo do ano. Mas por enquanto a gente estava acumulado do ano ainda em linha com as nossas previsões então a gente acredita que não devemos ter obviamente que a depender do que acontecer com a economia, fruto de tudo que a gente sacou ao longo da apresentação. Mas não acreditamos que devemos ter problemas ainda não previstos, então nossa prova de vendas a gente deve performar como a gente previu no início do ano, que basicamente é em linha com esse volume de primeiro tri. Nossa expectativa segundo e o terceiro tri, tem uma performance um pouco maior, mas em grandes números é mais ou menos esse mesmo volume ao longo do ano.

**Renato Barboza:** Próxima pergunta vem do Sergio Brito do Jaz: “Parabéns pelos ótimos resultados. Qual a tendência para a despesa comercial e administrativa?”.

**Augusto Reis Neto:** Sérgio obrigado pela pergunta, na verdade quando a gente faz essa comparação de primeiro tri de 21 com o primeiro tri de 22 traz um impacto negativo grande no aumento de despesas comerciais que como eu mencionei tão bastante impactadas em função do aumento de IPTU previsto de IPTU e condomínio. Isso é um problema que a gente administrou o ano passado e na verdade foi um ajuste que a gente fez e trouxe em partes grandes ao longo do ano de 21. Quem acompanha o nosso desempenho ao longo do ano pode perceber isso. E obviamente que ela fazia a comparação do primeiro tri de 22, com o primeiro tri de 21, onde a gente não tinha feito esse ajuste que ocorreu ao longo do ano, traz esse indicativo de uma piora, o que não é uma realidade que tende acontecer a companhia. Então a gente não tem expectativa de incrementos de aumentos de custos, comerciais, o que trouxe o impacto como eu falei, o IPTU e condomínio, não temos expectativas de aumento desses custos, e as despesas administrativas também não. Elas a gente já conseguiu ver inclusive uma redução quando comparada com o ano passado, e a tendência é que elas continuam estáveis, não há grandes previsões de redução, mas também não há grandes previsões de incremento dessas despesas administrativas.

**Renato Barboza:** Obrigado Augusto, tem as duas últimas perguntas aqui que nós vamos juntar, uma é do Bruno da e outra do Hercílio. O Bruno e o Hercílio fazem a seguinte pergunta: "Caso os lançamentos não sejam esse ano, quantos lançamentos ficam previstos para 2023 e qual o VGV de lançamento é que a companhia espera o futuro em velocidade de cruzeiro?".

**Augusto Reis Neto:** Obrigado Bruno pela pergunta. Bom, o nosso lançamento para esse ano é um como eu venho falando ao longo dos *calls*, dos últimos é o empreendimento é de um VGV pequeno para quando comparado com as grandes incorporadoras. Nós estamos falando de um VGV aproximado de 60 milhões. Caso ele não aconteça, caso a decisão da companhia seja não lançar esse ano e lançado o ano que vem, a previsão é que ele se somaria a nossa previsão de lançamento em 23 que são dois empreendimentos, ou seja, a expectativa que façamos aí três, ao invés de um esse ano, e dois no próximo, faríamos os três no ano de 23. Obviamente que isso é uma expectativa bastante ainda distante né da do cenário de 23, até por tudo que esse ano ainda tem para acontecer, e todas as incertezas, fica difícil de fazer uma previsão mais assertiva, e a gente continua com a nossa estratégia como eu falei, de lançar o nosso entendimento no segundo semestre. Obviamente com toda cautela, e avaliando o cenário escolhendo o melhor momento. Mas a expectativa caso a gente não lance aí simplesmente prorrogar ele para o ano que vem, acho que o time tem capacidade aí para poder fazer esses três lançamentos sem maiores dificuldades. No nosso planejamento de médio, longo prazo, a nossa expectativa é que a companhia gire em torno de 600 a 700 milhões de ano de VGV, isso no longo prazo. Então é óbvio que é o nosso planejamento como eu venho dizendo, ele é sempre muito cauteloso, e a ideia é que a gente vá ano a ano crescendo os lançamentos de maneira cuidadosa para que lá no longo prazo a gente consiga chegar nesse que é o nosso target hoje né, isso pode obviamente se a gente entender que tem espaço aumentar, como também eventualmente diminuir.

**Renato Barboza:** Obrigado Augusto. Não tendo mais perguntas então estamos encerrando a sessão de perguntas e respostas. Eu informo que qualquer dúvida pode ser enviada diretamente para a equipe de RI da PDG no e-mail [ri@pdg.com.br](mailto:ri@pdg.com.br). Eu passo a palavra agora para o Augusto para as considerações finais. Augusto por favor.

**Augusto Reis Neto:** Bom, obrigado Renato, obrigado a todos pelas perguntas, pela participação de todos, é sempre bastante importante para a gente para a gente conseguir ter um termômetro de como que vocês estão enxergando a companhia, e a gente continua firme como eu falei na nossa estratégia, sempre com bastante cautela, muito cuidado, muita responsabilidade e compromisso principalmente com o médio e longo prazo. A gente não está olhando aqui para o curto prazo porque a gente entende que o nosso mercado, o nosso negócio ele é de longo prazo, então a nossa estratégia ela tem que estar sempre alinhada com uma estratégia de longo prazo. É isso, obrigado

mais uma vez pela participação, se cuidem todos e estaremos aqui novamente no nosso próximo *call*. Obrigado, um abraço a todos.

**Renato Barboza:** A conferência referente aos resultados do primeiro trimestre de 2022 da PDG está encerrada. Agradecemos a participação de todos, tenham um ótimo dia e uma boa semana.