

## Transcrição – Webconferência 2T22 – 15/08/2022 – 11h (Brasília) – 10h (NY)

**Renato Barboza:** Bom dia e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos a conferência referente aos resultados do segundo trimestre e primeiro semestre 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](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, espero que todos estejam bem. Quero inicialmente agradecer a participação de vocês na nossa teleconferência de resultados, referentes ao segundo trimestre e primeiro semestre do acumulado do ano de 2022. Bom, antes de falarmos da nossa agenda para essa teleconferência de hoje, gostaria de comentar brevemente sobre os nossos principais focos de trabalho para o ano de 22. O segundo trimestre seguiu apresentando um cenário bastante desafiador tanto na economia local quanto na economia, global. Convivemos ainda com os impactos da pandemia de covid, além dos conflitos geopolíticos atuais, que aumentaram a volatilidade dos mercados e contribuíram para o retorno da pressão inflacionária em escala mundial. Ainda assim, mesmo diante desse complexo momento para economia e para o nosso setor, mantivemos o foco na execução do nosso planejamento estratégico, cujos reflexos já podem ser observados no progresso dos nossos resultados financeiros, além do progresso também das nossas operações. É sempre válido lembrar, os nossos pilares estratégicos, primeiro controle e gestão do caixa, em segundo solução para as nossas obras ainda paralisadas, o retorno dos nossos lançamentos, melhoria contínua na experiência dos nossos clientes, aceleração nas receitas provenientes dos nossos produtos da Vernny desenvolvimento implantação de uma melhoria contínua do nossos clientes projeto de jornada digital e por último a implantação de uma agenda robusta de ESG com diversidade aqui na companhia. Como

parte da continuidade desse processo de desalavancagem e retomada da companhia, nós seguimos na condução do nosso processo de aumento de capital, para conversão dos créditos conforme previsto em nosso plano de recuperação, um tema que eu vou abordar com pouco mais de detalhe a seguir. Nós continuamos trabalhando nos nossos projetos de jornada digital e experiência do cliente, com o objetivo de transformar a relação dos nossos clientes em uma experiência que o surpreenda, desde o primeiro contato com a companhia até o recebimento das chaves, e durante o processo de assistência técnica. Nós estamos trabalhando com muito foco para reconstruir uma relação de confiança com os nossos clientes. Nós sabemos dos desafios, mas temos certeza de que conseguimos. Em relação ao Vernny, ao longo desse segundo trimestre seguimos aprimorando as funcionalidades dos nossos sistemas e reforçando as nossas redes de divulgação prospectando novos clientes um trabalho que a gente observa resultados positivos que queremos. Para saber mais sobre a Vernny basta visitar o nosso site no endereço [www.vernny.com.br](http://www.vernny.com.br) onde vocês podem obter todas as informações sobre a gama de serviços e produtos oferecidos por nós. Além disso, nós intensificamos os trabalhos da nossa agenda de SG como eu mencionei anteriormente onde nós inicialmente. Identificamos vista o momento da companhia, quais são os itens materiais que nós trataremos além das principais oportunidades de melhoria nos serviços de sustentabilidade na parte social e de governança corporativa. Atualmente dentro da nossa agenda de ESG nós estamos direcionando esforços especiais para a questão da diversidade do nosso time, pois nós acreditamos que esse é um tema essencial para atingir os nossos objetivos de longo prazo.

Bom passando agora para nossa agenda no slide 2, eu vou falar um pouquinho sobre os sumários executivos com os destaques, e os eventos subsequentes. Em seguida eu vou comentar sobre os resultados operacionais e financeiros, e por último sobre a nossa nova marca. No slide 4 da apresentação, nós temos os sumários executivos, onde nós apresentamos os destaques dos primeiros seis meses do ano de 2022, e os eventos subsequentes. Primeiramente falando dos destaques do período, eu vou comentar mais detalhadamente ao longo da apresentação, mas nós registramos o lucro líquido de 398 milhões no acumulado dos seis primeiros meses do ano. Em comparação ao prejuízo de 5 milhões nos primeiros seis meses do ano de 2021. Tivemos uma redução de 573 milhões aproximadamente 81% na linha de outras obrigações, e de 448 milhões no passivo total ao longo desses primeiros seis meses do ano de 2022. O resultado financeiro positivo de 222 milhões nos primeiros seis meses do ano, as nossas despesas gerais administrativas sofreram uma importante redução de 48% na comparação entre seis meses deste ano e seis meses do ano de 2021. As nossas despesas comerciais foram reduzidas em 22% na comparação também entre os primeiros seis meses deste ano, com o ano de 2021. E nós atingimos 709 milhões em amortizações nas nossas dívidas concursais desde o início do nosso plano de recuperação.

No último dia 11 nós tivemos a assembleia geral extraordinária onde os nossos acionistas aprovaram o aumento de Capital no valor de 409,7 milhões. Dessa forma conforme já divulgamos ao mercado será iniciado no dia 18 deste mês o período para o exercício do direito de preferência dos nossos atuais acionistas, para subscrição das ações que vão ser emitidas. Esse aumento de capital é mais um passo essencial para

equilibrar os passivos da companhia e representa uma expressiva redução dos nossos riscos e obrigações. Tivemos ainda também no início desse mês de agosto lançamento da nossa nova marca, mas eu vou falar um pouco mais de detalhe a frente. Seguindo para os resultados operacionais financeiros no slide 6 nós apresentamos os resultados de vendas da companhia. No segundo trimestre de 2022 as nossas vendas brutas somaram 34 milhões no acumulado do semestre, essas vendas brutas somaram 56 milhões o que representa uma queda de 33% em relação ao valor registrado no primeiro semestre do ano de 2021. Apesar dessa redução, esse resultado está em linha com a nossa meta estabelecida no início do ano, e o nosso foco na venda de unidades geradoras de caixa continua inalterado. Durante o segundo trimestre de 22, os distratos somaram 19 milhões, no acumulado do semestre eles totalizam 45 milhões, o que representa uma queda de 21% em relação também ao mesmo período de 2021. Vale lembrar que os distratos são importantes alavanca para aumentar o volume de unidades disponíveis para venda. Como eu venho falando nos *calls* anteriores os nossos estratos eles acontecem basicamente em unidades vendidas no passado eles não representam distratos de vendas atuais e por isso são importantes pois liberam matéria-prima para que o time de vendas possa gerar as vendas, e conseqüentemente a gente fazer a geração de caixa da companhia. As vendas líquidas totalizaram 15 milhões, no segundo trimestre, e 11 milhões no acumulado do ano. Óbvio que impactado aí pelo volume de extratos. Falando agora sobre os repasses ao longo dos semestres foram repassadas 299 unidades o que equivale a 36 milhões de reais. Na comparação semestral houve uma redução também de 19% nesse VGV. Essa redução naturalmente é reflexo um menor de um menor volume de vendas, mas ainda assim nós obtivemos um resultado superior ao esperado inicialmente isso fundamentalmente devido a uma maior eficiência do nosso processo operacional onde a gente percebeu uma redução dos prazos dos processos, tanto junto aos bancos, quanto aos cartórios. Nós continuamos realizando o repasse por meio de um processo rápido e estritamente alinhado com as nossas estratégias comerciais o que ajuda em reforçar o nosso caixa. Falando sobre o estoque da companhia no slide 7 no segundo trimestre deste ano de 2022 o estoque é o valor de mercado totalizou 1,3 bilhão e registramos uma redução de 22% em relação ao valor registrado no final do segundo tri de 2021. No encerramento do primeiro semestre o estado de São Paulo concentrava 29% do nosso estoque, excluindo deste montante os produtos comerciais. Estoque pronto da companhia totalizou 318 milhões ao final do segundo tri de 2022, e para esse estoque a gente destaca algumas características relevantes: 78% deles está localizado em São Paulo e Rio e 48 por cento em produtos residenciais. O slide 8 apresentamos as despesas gerais administrativas e comerciais. As despesas gerais administrativas foram reduzidas em 49% na comparação trimestral e 48% na comparação semestral. Essa redução ela decorreu principalmente do menor volume de despesas com consultoria jurídica e financeira. As despesas comerciais foram reduzidas em 53% na comparação trimestral, e 22% na comparação semestral. Isso é fruto de um trabalho bastante apurado de acompanhamento e atualização mensal das nossas despesas de condomínio IPTU das unidades em estoque. Com isso as despesas gerais administrativas somadas as despesas comerciais do nosso SG&A, foram reduzidas em 51% na comparação

trimestral e 37% na comparação semestral. Nós encerramos o segundo trimestre de 2022 com um total de 147 colaboradores, e nós seguimos avaliando a nossa estrutura nosso processo, e fizemos também nesse período alguns reforços importantes no time, sempre buscando fortalecer os nossos talentos, e corrigir e eventuais ineficiências que ainda enfrentamos. No slide seguinte, no slide 9 nós apresentamos a variação da dívida extraconcursal que aumentou 98 milhões 4% durante o segundo 79 milhões 8% no acumulado dos seis primeiros meses do ano de 2022 Esse aumento decorreu principalmente de juros ancorados no período. Considerando a redução de 8 milhões na linha de disponibilidades a dívida líquida aumentou 106 milhões O que representa 5% durante o trimestre. No slide 10, nós mostramos a variação da dívida concursal, ou seja, as dívidas que estão reestruturadas dentro do nosso plano de recuperação judicial. A dívida concursal aumentou 64 milhões 5% durante, segundo trimestre e 170 milhões, 16% no acumulado dos seis primeiros meses. Esse aumento decorreu principalmente da habilitação de créditos na nossa recuperação, no nosso processo de recuperação. No total considerando os aumentos de capital realizados os pagamentos aos credores e as das ações realizadas a companhia já amortizou até hoje 709 milhões de reais em dívidas concursais. As amortizações que serão realizadas com o aumento de capital que será concluído ao longo do segundo semestre reforçar ainda mais a nossa desalavancagem. O saldo remanescente da nossa dívida concursal, 1,2 bilhão, permanece sujeito aos efeitos do nosso plano e do seu aditamento e será pago conforme os prazos termos e condições estabelecidas no plano. Parte do saldo remanescente das nossas dívidas extraconcursais, poderão ser habilitados ao longo do plano ao longo do tempo, poderão ser habilitadas no plano ao longo do tempo, o que gerará mais efeitos positivos nos resultados da companhia como a gente já vem observando nos últimos trimestres. No slide 11 da apresentação a gente faz um resumo e apresenta a nossa desalavancagem da companhia. Somando as dívidas extraconcursais, as dívidas concursais do nosso curso está em correr, no final do segundo trimestre de 2022 alavancagem estendida da companhia totalizou 4,2 bilhões. Alguns pontos importantes sobre esse montante de 4,2 bi: as nossas dívidas concursais tem vencimento até 20 anos, e podem também ser amortizadas por meio de dações em pagamento por meio de aumento de capital. As dívidas extraconcursais elas continuam sendo renegociadas e podem também ser habilitadas ao longo do tempo no nosso processo de recuperação judicial, passando então a seguir as mesmas regras de pagamento que eu mencionei ainda pouco é prevista no nosso plano. Continuamos buscando as soluções para as obras ainda não finalizadas e dessa forma na medida em que soluções foram encontradas para cada uma delas o custo é correr também poderá ser reduzido. Podemos notar que todo trabalho que vem sendo realizado traz alavancar a companhia equalizar os passivos em apresentando um resultado bastante expressivo. Desde o final de 2016 período imediatamente anterior ao pedido da recuperação nós conseguimos reduzir a alavancagem estendida da companhia aproximadamente 2 bilhões. Além de uma redução de 2,1 bilhões nos passivos totais, e desses desse valor dos passivos totais eu dou um destaque principal para os anos de 2021 e 2022 onde a gente percebe uma redução significativa de 1,3 bilhão nesse período, através de reduções sequenciais, trimestrais, o que reflete os impactos do nosso encerramento do

processo de recuperação judicial, e movimento de conversão de dívida com pagamento em ações. Esse resultado demonstra a capacidade de recuperação da companhia, embora a gente ainda tenha um caminho longo a seguir a gente já observa resultados positivos com mais expressiva alavancagem. No slide 12, a gente apresenta a nossa demonstração de resultados, e eu vou destacar as principais variações nesse período. Nós registramos um resultado financeiro positivo de 396 milhões no segundo trimestre e de 222,7 no acumulado dos seis primeiros meses do ano. Esse resultado decorreu da reversão de juros em cargos das dívidas que foram habilitadas no plano de recuperação. Com isso, nós registramos um lucro líquido de 352 milhões, no segundo trimestre, e um acumulado nos seis primeiros meses do ano de 398,5 milhões. Comparações ao prejuízo no ano nos seis primeiros meses de 2021 de 505 milhões. Indo para o final, no slide 4, nós apresentamos os pilares da nossa nova marca, e aproveitamos para contar um pouco também da nossa nova estratégia de posicionamento. Bom, antes de falar da nova marca, é importante ressaltar que a PDG Realty SA permanece como a *holding* de Capital aberto, as nossas ações continuam negociadas na B3 sobre o mesmo código, o mesmo *ticker* PDGR3 e todos os resultados do grupo incluindo as nossas subsidiárias mencionadas, tanto a Vernny, como agora a ix. Incorporadora, continuam sendo consolidadas na PDG Realty. Bom, conforme divulgado por meio de um comunicado no dia primeiro de agosto, nós fizemos uma mudança de marca de uma das nossas subsidiárias, a PDG Incorporadora Construtora Urbanizadora e Corretora LTDA, que agora passa a se chamar ix. Incorporadora. Essa nova marca, a ix., ela representa uma nova forma de atuar. Não é só uma mudança de nome ou uma mudança de logomarca, mas sim uma nova forma de atuar, um novo posicionamento estratégico, onde nós vamos utilizar todo o conhecimento que nós obtivemos ao longo de todo esse período, conhecimento de todo ciclo do negócio imobiliário, nossos erros, nossos acertos, para desenvolver melhores experiências ao nosso cliente. Nós estamos investindo bastante em tecnologia, e queremos transformar todo o processo de aquisição, desde a escolha até o final desse processo, com o processo de manutenção do imóvel, numa jornada simples, agradável e inovadora, e principalmente transparente. Essa mudança da marca ela foi necessária para que a gente pudesse comunicar de forma efetiva a nossa transformação. Os nossos objetivos, os nossos novos atributos, e a nossa visão de futuro. Ela representa o importante investimento para que a gente possa buscar surpreender os nossos clientes. Ficando ser reconhecido por eles como uma empresa transparente e comprometida. E queremos transformar a jornada de compra de um imóvel numa experiência agradável, surpreendente e consequente com isso a gente possa tocar os nossos negócios. Nós temos um time experiente, comprometido, que adquiriu muito aprendizado ao longo de todos esses anos nos momentos de dificuldades que nós passamos, e ainda passamos, ciente de todos os nossos desafios que a gente ainda tem que superar, mas com muita humildade, com muita transparência, seriedade e a partir de agora tendo o cliente como nosso foco, nós temos a certeza de que estamos prontos para reconstruir uma empresa com grande diferencial no mercado. Por fim, no slide 16, nós falamos um pouquinho sobre o nosso futuro lançamento que está previsto agora para o segundo semestre, e já será realizado sobre a nossa nova marca, a ix. Incorporadora, agregando

todos os nossos novos atributos a nossa experiência e recolocando o cliente como foco de todas as nossas ações. Esse lançamento ele tem um VGB potencial de aproximadamente 60 milhões mais a Estimativa de Ticket de preço de venda das unidades entre 300 e 350 mil, e ele está localizado no Tatuapé, importante bairro aqui na zona leste de São Paulo. Ainda falando um pouco sobre os lançamentos do próximo ano, temos dois projetos na esteira de aprovação na prefeitura aqui em São Paulo também, com a previsão de lançamento para o próximo ano. Estamos vivendo um momento um novo momento atuando de forma crescente na prestação de serviço da Vernny, trazendo um novo conceito de atuação com a mudança da marca ix. Incorporadora, e retomando os nossos lançamentos. Estamos vivendo uma nova forma de pensar, de decidir e de agir, colocando o cliente como foco, como prioridade e buscando construir melhores experiências para todos eles. Essa é a base da nossa estratégia, olhando para frente, esse trabalho de mudança de posicionamento ele foi iniciado no início do ano passado, no início de 2021 e foi um trabalho que envolveu toda a companhia, todo time, ouvimos pessoas do mercado, ouvimos os nossos clientes, teve a participação ativa do Conselho de Administração e entendemos que a gente tem condição, e nos desafiamos a nos apoiar nessa estratégia de proporcionar novas experiências para o nosso cliente. Esse vai ser o nosso foco, já vem sendo desde o início do ano, já vem falado isso nos últimos *calls*, e vai continuar sendo depois a gente acredita que esse pode ser um diferencial e com todo o conhecimento de tudo que nós fizemos até hoje a gente tem condição de nos desafiar para proporcionar isso para o nosso cliente. Bom, eu encerro aqui a nossa apresentação de resultado e abro aí para as perguntas para aqueles que tiverem interesse em fazê-las.

**Renato Barboza:** Obrigado Augusto, gostaria de informar mais uma vez que eventuais perguntas podem ser enviadas por meio do chat, na plataforma, então vou proceder para leitura da primeira pergunta, que vem do Rubens da GMC: "Bom dia, parabéns pelo material. Eu gostaria de saber sobre os dois novos lançamentos para o ano que vem, se podemos informar alguma coisa sobre região, VGV e produto?".

**Augusto Reis Neto:** Obrigado pela pergunta Rubens. Bom, como eu falei anteriormente Rubens, sem sem muitos detalhes ainda, mas serão dois novos produtos aqui na cidade de São Paulo, a gente vai buscar trabalhar daqui para frente, com óbvio que a nossa estratégia de retomada ela parte do landback atual da companhia de terrenos que nós mantivemos no nosso estoque de terrenos, e por isso obviamente a gente selecionou alguns para que ficassem aqui, e parte dessa estratégia já passava desde de início para que fosse em São Paulo, então por isso que são dois projetos aqui em São Paulo, e VGV estimado em torno de 100 milhões cada um deles. A gente entende que é um volume importante, e é o que a gente entende a trabalhar daqui por diante. Obrigado pela pergunta Rubens.

**Renato Barboza:** Obrigado Augusto, a próxima pergunta é do Rogério Mendes da GR Asset: "Sobre a marca, a PDG fará todos os lançamentos com a nova marca ix.?".

**Augusto Reis Neto:** Obrigado Rogério. Sim, faremos sim, mais do que eu queria reforçar aqui o que eu falei anteriormente, mais do que uma mudança de marca, uma mudança de posicionamento, então é natural que o que nós estamos nos propondo a fazer que isso aconteça e se realize dentro da marca ix., dado que a gente vai se posicionar e toda a nossa estratégia de proporcionar uma melhor experiência para o cliente ela vai acontecer dentro da marca ix. principalmente e para os nossos novos lançamentos. Então objetivamente sim Rogério, será todos os próximos na marca ix. Obrigado pela pergunta.

**Renato Barboza:** A próxima pergunta de Sérgio Brito: "Bom dia a todos. Parabéns pelos resultados e pela apresentação. Por favor, pode comentar um pouco mais sobre o funcionamento da dívida concursal e extraconcursal e como ela se conversam? Muito obrigado e parabéns mais uma vez pelos resultados".

**Augusto Reis Neto:** Sérgio obrigado pela pergunta. Pergunta importante, bom, os nossos dois grandes grupos de dívidas, as dívidas concursais foram reestruturadas na aprovação do plano, do nosso plano de recuperação, e conseqüentemente elas seguem as regras de pagamento previstas no plano, que como eu falei em sua grande parte tem um vencimento para 20 anos. As dívidas extraconcursais foram dívidas que não foram reestruturadas no plano de recuperação, função da natureza das garantias, conseqüentemente elas seguem as condições contratuais em que elas foram contratadas anteriormente lá no início das operações. A medida que que a companhia entrou em recuperação, as dívidas extraconcursais passaram e continuaram sendo acompanhadas com os credores, e ao longo do tempo a gente vem buscando renegociar essas dívidas né, parte das dívidas estão garantidas, e a gente vem aí negociando com os credores ao longo do tempo. A medida que alguma negociação acontece com as dívidas extraconcursais, eventual saldo dessas dívidas que não tenham garantia acabam por opção do credor e também da companhia né no processo de negociação, migrando para o mundo concursal, ou seja, a gente habilita parte do saldo dessa dívida no nosso plano de recuperação, esse saldo passa a seguir as regras de pagamento do plano, dentre elas ou vencimento de 20 anos, ou a opção por conversão em ação, e pagamento através da entrega dessas ações, de maneira que ao longo do tempo essas dívidas elas migram de um lado para o outro né. Naturalmente esse processo é positivo para companhia, porque a gente diria que elas são habilitadas ela passa a ser corrigida pelas condições do plano, e deixam de ser corrigidas pelas condições iniciais contratuais, que obviamente são muito mais onerosas para companhia, então a gente passa a ter um menor custo de carregamento dessa dívida, à medida que elas são habilitadas. Então a gente percebe aí ao longo do período recente e a gente acredita que isso pode continuar acontecendo no futuro que a gente acha que haja essa migração das dívidas na medida que a gente vai negociando aí com cada um dos credores. Espero ter conseguido esclarecer.

**Renato Barboza:** Próxima pergunta do Rubens da GMC novamente: "Sobre o lançamento atual como vocês veem o momento para esse lançamento dentro deste ano ainda?".

**Augusto Reis Neto:** "Obrigado aí pela pergunta Rubens. Bom, a gente percebe né que, óbvio, como eu comecei aqui a conversa o cenário geopolítico, macroeconômico é bastante complexo esse ano, mas por outro lado é um projeto com VGV pequeno, um projeto que a gente já vem trabalhando bastante tempo, é um ticket pequeno também, ou seja, um mercado com grande demanda, é um projeto bem localizado. Então a gente entende que mesmo com as incertezas que a gente ainda tem né, principalmente nesse final aí no segundo semestre, mas a gente acredita que que sim é possível a gente fazer esse lançamento, e a gente está sendo bastante conservador nas premissas tanto de curva de vendas e preço, óbvio, para tentar enfrentar isso de maneira bastante tranquila sem grandes surpresas. E por outro lado, também que a gente tem percebido no mercado é que houve uma redução nos lançamentos no nosso mercado em geral, mas por outro lado os lançamentos que aconteceram tem tido uma boa receptividade né. Outro ponto que eu acho importante a gente levar em consideração é que apesar da gente ter percebido uma alta da taxa de juros, a Selic subiu bastante recentemente, mas ainda assim a gente está num nível de taxa de juros para o nosso mercado imobiliário ainda praticados no período não tão distante né, então é um são taxas de níveis já conhecidas para o nosso mercado. É óbvio que o público sente, mas um mercado do tamanho de São Paulo a gente acredita que nós temos condição de fazer esse lançamento sim sem grandes surpresas negativas, óbvio que com bastante cautela e com uma com premissas de certa forma conservadores.

Renato Barboza: Nossa próxima pergunta do senhor João Franco da JF: "Bom dia, parabéns pelos bons resultados apresentados. Podemos esperar a continuidade da forte deslancagem apresentada pela companhia até o momento? E uma segunda pergunta, como a companhia está vendo o momento de mercado e do setor?".

Augusto Reis Neto: Obrigado pela pergunta João. Sim, eu acredito que sim, eu acho que basta a gente olhar aí para os últimos trimestres já nos dá uma boa percepção de que esse pode ser sim um movimento é importante de deslancagem para companhia. Então a gente acredita aí de maneira objetiva que que sim, que a gente deve ter um período futuro uma boa deslancagem o que a gente vem trabalhando bastante para que isso aconteça. E com relação ao momento de mercado, acho que é o momento difícil de uma certa incerteza né. Por um lado, a gente teve no período recente um momento grande aí dos custos de construção em função de aumento de custo de matéria-prima etc. É algo que de uma certa maneira a gente já percebeu não uma um controle, mas amenizou um pouco, então acho que já começa a dar uma sinalização positiva. E o mercado é bastante óbvio, sensível ao cenário macroeconômico, então acho que esse segundo semestre em função de eleição Copa do Mundo tende a ser um pouco mais com uma velocidade um pouco menor do que do que seria, mas eu acho que o nosso mercado bastante vivo, o mercado imobiliário

nosso país é bastante vivo e eu não tenho dúvida que por ano que vem as coisas retomam e o mercado recupera aí, cíclico como sempre, então eu acredito que as perspectivas são boas para 2023 e para 2022 acho já tá dentro do esperado aí por tudo que aconteceu até aqui.

Renato Barboza: Nossa próxima pergunta do Felipe da Maiosacett: "Bom dia pessoal, obrigado pelo material, e parabéns pelos resultados. Eu gostaria que vocês comentassem sobre a tendência da linha de GAN. Com o lançamento da Vernny e da ix. qual que é a tendência para essa linha? Em relação aos resultados financeiros, qual é a tendência para essa linha também? Parabéns pela nova marca".

Augusto Reis Neto: Obrigado Felipe. Bom, a gente não tem nenhuma falando sobre o GAN geral da companhia, não temos nenhuma expectativa de crescimento, pelo contrário, vocês puderam perceber nos números que houve uma queda bastante expressiva. O nosso time já a gente já vem trabalhando com estrutura para Vernny desde o ano passado né quando nós fizemos o lançamento, então o time já está estruturado para absorver a operação da Vernny que já vem acontecendo. É óbvio que a medida que a operação crescer a gente também vai precisar crescer, mas não esperamos um crescimento representativo dentro dessa linha, tanto para Vernny, quanto para ix. A ix. que no fundo é uma mudança de posicionamento, mas com a nossa estrutura atual, então ela menos ainda traz aumento de custo nessa linha de GAN. Em relação aos nossos resultados financeiros, a expectativa é de como a gente apresenta um resultado agora nesse trimestre bastante impactado pela linha de resultados financeiros, e em continuando essas negociações de dívidas extraconcursais, ah sim uma expectativa de que tenhamos novos impactos positivos nessa linha de resultado financeiro óbvio que isso vai depender do né da continuidade dessas negociações com os nossos credores. Mas, em linha com a expectativa de desalavancagem a gente acredita sim que tenhamos novos povos resultados nessa linha.

Renato Barboza: A próxima pergunta é do Rubens da Jeneci. Ele diz: "Sobre os dois lançamentos mencionados, a companhia conta com terrenos para isso?".

Augusto Reis Neto: Oi Rubens, sim nós contamos. Eu mencionei rapidamente que a nossa estratégia de retomada passa pelo nosso bem que atual né durante o processo de recuperação a gente obviamente que a companhia desmobilizou vários dos seus ativos, que é do nosso banco de terrenos naquele momento de necessidade de liquidez, mas a gente conseguiu separar alguns terrenos que a gente entendia que fossem ser importantes para essa etapa agora. Então esses dois empreendimentos sim, vão acontecer em terrenos que nós já temos dentro de casa, mas também acho que vale aproveitar sua pergunta para já mencionar que a companhia já está olhando o mercado buscando novas oportunidades, estamos como um time de prospecção aqui já com foco exclusivo nisso olhando para frente, até porque o nosso banco de terrenos ele para que a gente consiga ser assertivo e de maneira eficiente os grandes terrenos a gente tem que ser inteligente em lança-los na hora correta, e com a velocidade correta de maneira

faseada, então a gente em função disso para o nosso para nossa curva de lançamento a gente vai precisar passar aí por um incremento por um momento do nosso banco de terrenos, em função disso a gente vem trabalhando e buscando boas oportunidades para isso.

Renato Barboza: Obrigado Augusto. Gostaria de informá-los que a sessão de perguntas e respostas está encerrada. Então vou passar a palavra ao Augusto para as considerações finais. Augusto, por favor.

Augusto Reis Neto: Quero agradecer a todos a participação, sempre bom poder receber as perguntas. Para nós é um termômetro importante, nos mostra como como o mercado, como vocês estão vendo a companhia, e fico feliz de ter uma de haver uma boa percepção, e reforçar aqui que a gente mais do que uma mudança de marca, acho que esse é um evento extremamente importante, é uma mudança de posicionamento. Nós já estamos nos posicionando de uma maneira diferente, tendo um cuidado muito maior com os nossos clientes desde o atendimento na solução de problemas. Óbvio que nós sabemos dos nossos desafios, das nossas limitações, mas eu tenho certeza de que de maneira transparente com os nossos clientes, a gente vai conseguir aos poucos reconstruir essa relação de confiança que nós já tivemos no passado, e mais do que isso, proporcionar uma experiência diferente do que esses clientes estão acostumados a encontrar hoje no mercado imobiliário. Esse é o nosso desafio, e a gente quer transformar essa jornada que é tão dura, difícil, cansativa em algo que dê satisfação, alegria e que surpreenda nosso cliente. Esse é o nosso desafio, e eu tenho certeza de que com o nosso time focado, com todo aprendizado e conhecimento que cada um tem, tudo que nós aprendemos nesse período, a gente vai conseguir. Então, me despeço aqui de todos, agradeço mais uma vez e nos vemos no nosso próximo ao call no próximo trimestre. Obrigado a todos um grande abraço.

Renato Barboza: A teleconferência de resultados do segundo trimestre de 2022 e do primeiro semestre 2022 da PDG encerra-se nesse momento. Eventuais dúvidas podem ser enviadas por meio do e-mail [rr@pdg.com.br](mailto:rr@pdg.com.br) e tenham todos um bom dia.