

TELECONFERÊNCIA 3T22

PEDRO TADEU LOURENÇO:

Bom dia, senhoras e senhores. Sejam bem vindos à teleconferência de resultados do 3T22 da EZTec. Informamos que este evento está sendo gravado e todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Companhia.

Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando maiores instruções serão fornecidas. Caso algum dos presentes necessite de assistência durante a teleconferência, queiram por favor solicitar a ajuda do suporte através do nosso chat. Em caso de falha na sua conexão, reutilize o mesmo link ou ID, disponíveis no nosso site ri.eztec.com.br para retornarem a essa apresentação. Também no nosso site, vocês podem encontrar os slides da apresentação na Central de Downloads.

As informações estão disponíveis em reais, em BR GAAP, IFRS aplicável a entidades de incorporação imobiliária no Brasil, no contrário estará sendo indicado.

Antes de começar, gostaríamos de mencionar que eventuais declarações durante essa teleconferência relativas às perspectivas do negócio da EZTec, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da Diretoria da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis.

Considerações futuras não são garantia de desempenho, elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de 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 EZTec e, podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora, eu gostaria de passar a palavra ao Sr. Emílio Fugazza, Diretor Financeiro e de Relações com o Investidores, que iniciará a apresentação. Por favor, Emílio, o Sr. pode prosseguir.

EMÍLIO FUGAZZA:

Obrigado Pedro. Bom dia a todos. É um prazer, como sempre, começar a apresentação de resultados do nosso 3T22, nove meses de 2022. Eu tenho a honra de estar aqui conjuntamente com nosso Presidente do Conselho, Flávio Ernesto Zarzur, nosso Vice Presidente do Conselho, Samir El Tayar, e o nosso Vice Presidente, Diretor de Incorporação e Novos Negócios, Silvio Ernesto Zarzur.

Farei uma breve apresentação e logo na sequência já passo para a sessão, aguardada por todos, de perguntas e respostas.

Começo no nosso slide, falando sobre lançamentos no trimestre. Começando pelo Unique Green, a segunda fase foi lançada agora no 3T, em agosto, especificamente. São R\$410 milhões, que somados aos R\$367 milhões já lançados em dezembro de 2021, perfazem um total de quase R\$800 milhões neste nosso projeto, próximo ao Parque Toronto, na zona oeste da cidade. Um projeto que já se encontra 50% vendido.

No ano também lançamos, como os senhores podem observar um pouco abaixo e à direita, o Expression e o Exalt, na Vila Mariana, na Vila Clementino, 51% vendido desse projeto. E o Hub e o Haute Brooklin, ali na Rua do Estilo Barroco, próximo a Avenida Santo Amaro, na Chácara Santo Antônio, ele já está 33% vendido. Com isto, no ano de 2022 nós já lançamos R\$1,314 bilhão.

Senhores, para o próximo slide, passo para a nossa performance operacional. Sem dúvida nenhuma, o destaque no nosso gráfico de cima e da esquerda, R\$470 milhões de venda bruta. É a terceira melhor venda da história da Companhia, que perfaz ao final R\$415 milhões de venda líquida.

Volume de distratos nós percebemos que quando retiramos *downgrades*, *upgrades* ou transferências, ele se mantém absolutamente em linha nos últimos quatro trimestres, por volta de R\$30 milhões.

Do ponto de vista do volume de vendas, há que se ressaltar que, tanto o volume de vendas em obras quanto lançamentos, foram destaques durante esse trimestre e esse ano como um todo.

Na próxima página, página cinco, os próximos lançamentos, ainda no destaque operacional. Os próximos lançamentos perfazem um total de R\$580 milhões, estimados agora para o 4T22.

Começando pelo Park Avenue, nosso empreendimento, a participação EZTec é de 50% junto com a Fraiha Incorporadora. Ele é um empreendimento localizado na Avenida República do Líbano, esquina com a Alameda dos Arapanés, apartamentos de 240 m² a 298 m². O VGV estimado de R\$235 milhões, nossa parte neste empreendimento.

Vou direto para o Jota Vila Mariana. O Jota Vila Mariana é o primeiro empreendimento, e aqui vamos fazer o destaque, o primeiro empreendimento a ser lançado na nossa *Joint Venture* com a construtora Adolpho Lindenberg. Esse empreendimento tão aguardado por nós para iniciar essa parceria, traz apartamentos de 66 m², 96 m² e 119 m², localizado na Rua Gregório Serrão, quase esquina com a Rua Joaquim Távora.

Na sequência, o próximo lançamento é denominado Chanés Street, na Rua Chanés. Ele fica ali perto, uma quadra da Avenida dos Bandeirantes, em Moema. São 253 unidades, R\$170 milhões em VGV, apartamentos de uma a duas suítes. A Pérola Suítes, de 55 m² a 75 m² e também Estúdios de 29 m² a 30 m².

Por último, uma segunda fase do nosso empreendimento junto com a BP8, PIN Osasco. O projeto se enquadra no “Casa Verde e Amarela”. Como um todo, nós temos três projetos lançados já nessa parceria nossa com a BP8. Esse projeto se encontra na região do Rodoanel, bem ali na cidade de Osasco. Tem uma participação EZTec de R\$43 milhões e já está com suas vendas iniciadas, já temos vendas realizadas lá.

Passando para o próximo slide, slide da página seis, falamos das nossas entregas. Vocês podem observar à esquerda, a foto do nosso Fit Casa Alto do Ipiranga. Empreendimento da marca Fit Casa que significa que ele se enquadra dentro do “Casa Verde Amarela”, são unidades HMP. Nós temos nesse empreendimento 75% vendido. Um empreendimento que terminou rigorosamente no prazo e no custo imaginados pela Companhia, com VGV de aproximadamente R\$81 milhões.

Com isso, nós encerramos praticamente metade de tudo que nós deveríamos entregar no ano de 2022. A outra metade está sendo entregue agora no 4T22. O Pátrio e o Haute Ibirapuera, que somam mais de R\$384 milhões.

Importante mencionar que de tudo o que estamos entregando em 2022, estamos com 82% vendidos. Então existe uma formação bruta de estoque mínima, ou seja, é praticamente nada em relação ao volume de vendas que colocamos no lançamento desses projetos.

Na próxima parte, no próximo slide, nós observamos o *landbank*. O *landbank* atingiu R\$11 bilhões, isso significa que ele se mantém aproximadamente estável desde o começo do ano. Isso por conta tanto de variações de preço quanto algumas aquisições que fizemos nesses últimos meses. Isso inclui os terrenos da própria parceria com a construtora Adolpho Lindenberg e terrenos que compramos na zona sul de São Paulo para o próprio lançamento da EZTec.

No próximo slide, menção ao nosso estoque, que finaliza o 3T22 com R\$2,749 bilhões. Lembrando que neste ano lançamos R\$1,314 bilhão e já tivemos de vendas brutas aproximadamente R\$1,1 bilhão. Então, a nossa formação bruta de estoque realmente está bastante controlada. O estoque performado no total soma menos de R\$500 milhões, sendo aproximadamente R\$338 milhões em residencial e R\$154 milhões em comercial.

Passando agora para o slide da página 10, onde comentamos um pouco da nossa posição financeira. Importante mencionar logo de cara, no gráfico de cima, à esquerda, a nossa receita líquida que fecha o 3T em R\$281 milhões, um

crescimento de aproximadamente R\$40 milhões em relação ao 2T. Embora nós tenhamos vendido R\$470 milhões, isso foi um recorde de vendas, uma parcela significativa dessas vendas vieram de empreendimentos em lançamento, como o próprio Unique Green.

As obras já começaram do Unique Green, mas o volume de reconhecimento de receita ainda é pequeno. Isso significa, em essência, que nós estamos aumentando nosso resultado a apropriar, mas ainda temos um caminho a percorrer com a execução de obras para ver isto se transformando em receita líquida para a Companhia.

No gráfico da direita em cima, nós observamos a nossa margem bruta. Isso é um destaque bastante positivo dessa nossa divulgação de resultados, onde ela recupera aproximadamente 5p.p. em relação ao 2T22. Isso tem muito a ver com aquele efeito técnico amplamente comentado no nosso material a respeito da correção do INCC, mas não significa perda da Companhia.

Essa margem está no patamar histórico em 37,2, o que significa, é uma proxy do que deveremos viver nos próximos trimestres em relação ao que estamos experimentando de custos e preços praticados na Companhia.

Por último, para fechar esse slide, um destaque da nossa equivalência patrimonial no gráfico de baixo, da esquerda, onde nós observamos R\$33 milhões de resultado alcançado com as nossas parcerias. Parcerias que fomos fomentando ao longo do tempo. Temos aqui empreendimentos não somente na cidade de São Paulo, mas também na região metropolitana, em Osasco e Guarulhos.

Dentro desse resultado tem empreendimento “Minha Casa Minha Vida”, tem empreendimento de alto padrão. Então, quer dizer, o mix de tudo isso demonstra nos OPS 33 milhões de resultado para uma margem bruta de quase 40%, ou de 40% de margem bruta. Isso é bastante importante ressaltar.

Vamos para a próxima página, onde nós já observamos o resultado financeiro no gráfico de cima, da esquerda. O resultado financeiro de R\$30 milhões, um resultado importante para a Companhia, mas já impactado pela diminuição, pela retração da inflação que vivemos ou que experimentamos nos últimos meses.

Esse não é um movimento que se finaliza no 3T, ele também perdura até o 4T pelo próprio IGP negativo. Mas lembrando a todos, a nossa posição de caixa bastante confortável ainda oferece um resultado financeiro, ainda advindo desta aplicação do nosso caixa.

Do lado direito acima, podemos ver a nossa evolução da carteira de recebíveis. Percebam que tecnicamente, desde o início de 2021 ela se mantém estável. Começou com R\$384 milhões, hoje estamos com R\$367 milhões. Isso significa que há uma expectativa, sem dúvida nenhuma, com as campanhas iniciadas neste 3T de oferta de financiamento próprio em imóveis prontos, que tenhamos uma recuperação do volume financiado pela própria Companhia acontecendo nos próximos trimestres.

Em termos de lucro líquido, um destaque bastante importante, R\$105 milhões. Um lucro que já se equivale ao lucro que tivemos no 1T22, mas com uma margem melhor, uma margem líquida atingindo 37,6%. Estes R\$105 milhões, comentaremos logo à frente, já permite também um incremento da nossa distribuição de dividendos trimestral, já aprovada para este resultado.

Para fechar esse slide, a nossa variação de caixa líquido. Quero lembrar aos senhores que a variação do caixa líquido está efetivamente vinculada a duas questões importantes. Um movimento mais forte da Companhia ao longo deste ano em termos de recompra de ações e distribuição de dividendos, juntos, isto soma mais de R\$200 milhões aplicados em benefício de nossos acionistas.

E temos uma parcela significativa também de mais de R\$200 milhões aplicados esse ano em pagamentos de terrenos, aquisição de CEPACS, e nos leva ainda a uma confortável posição de R\$412 milhões de caixa líquido.

Senhores, emendando o assunto de caixa líquido, no próximo slide, já observamos aqui a nossa formação de capital e fonte de financiamento. Nosso patrimônio se encerra no trimestre em aproximadamente R\$4,5 bilhões, o que dá o valor

patrimonial por ação de R\$20,50. O total do nosso financiamento com terceiros é de aproximadamente R\$969 milhões neste momento, tendo como maiores contribuições, empréstimos, financiamentos e debêntures.

Os nossos financiamentos de obras em incrementos, dado os volumes lançados que nós temos nos últimos tempos, de aproximadamente R\$500 milhões. E a nossa conta de terrenos a pagar, atingindo algo como R\$139 milhões.

Do ponto de vista de ativos, os nossos dois maiores ativos hoje, banco de terrenos, aqueles R\$11 bilhões ao custo histórico de R\$1,194 milhão, e o nosso estoque em construção, que tem até aproximadamente R\$1,250 milhão, onde o grande destaque deste total, praticamente metade deste total, são os nossos empreendimentos comerciais Esther Towers e Air Brooklin Corporate, que veremos foto logo a frente. Senhores, isso totaliza um ativo de R\$5,519 milhões para a Companhia.

No próximo slide, aqui mencionando a evolução das nossas obras comerciais. Esther Towers aproximadamente 44% concluídos, essa é a situação mais recente de execução de nossa obra. E o Air Brooklin Corporate, na esquerda, já com a pele de vidro sendo colocada. Esses dois projetos em desenvolvimento que gerarão resultados nos próximos anos para a Companhia, seja de locação, ou seja de venda.

Para finalizar e abrir espaço para as perguntas aos nossos controladores, temos aqui aprovado pela reunião do nosso Conselho de Administração, o pagamento de dividendos trimestral no valor de R\$25 milhões, que dá aproximadamente R\$0,11 por ação.

Com isso, no ano de 2022, nós atingimos R\$172 milhões em dividendos pagos, o que dá o maior valor de dividendos em relação aos últimos cinco anos. Bastante importante mencionar, esse dividendo será pago no dia 30/11/2022.

Senhores, é isso. Eu encerro. Algum comentário inicial aqui antes das perguntas? Por favor.

SILVIO ERNESTO ZARZUR:

É o Silvio quem está falando. Eu só queria falar que nós estamos em um cenário desafiador, mas nós estamos bem preparados. Nós tivemos um VGV lançado no ano passado de 1,8 bilhão. Esse ano nós atingiremos 1,9 bilhão. Em algum momento, um pouco mais para frente, isso vai refletir em receita. A nossa receita virá para um patamar de 450, estou falando por trimestre.

Nós vamos aumentar bastante a nossa receita, o que vai trazer também mais lucro. A Companhia está em um momento de crescimento, aumento da velocidade que vai nos levar a ter um crescimento de receita e de lucro.

Quando nós tínhamos um cenário com juros correndo na casa de 2%, nós tínhamos um determinado comportamento, uma determinada forma de trabalhar. Nós estamos reagindo a isso. Agora nós estamos com um cenário de juros muito mais alto e, nós viemos com uma velocidade de lançamento maior.

Nós estamos atentos ao aumento de custo, controlando isso. Acho que isso deu uma equilibrada agora. Nos últimos nove meses, nós estamos em um equilíbrio de custo que não é exatamente bom, mas já não significa mais uma aceleração. Nós conseguimos acomodar dentro do preço de venda e nós estamos conseguindo trabalhar com uma margem, vou falar aqui, relativamente boa.

Aumentamos bastante o nosso volume de venda para fazer frente a esse volume que eu falei de lançamentos e que vai refletir no aumento de receita e, no final de tudo, no aumento de lucro.

Quero falar também que os nossos terrenos, nós temos um banco de terreno grande, que é praticamente todo pago em dinheiro, ele está pago em dinheiro. Então, a maioria dele, quase 100% dele não tem permuta. Então nós temos ele lá nos melhores locais, um preço muito competitivo, nós cuidamos de ter lá os CEPACs necessários, em sua grande maioria, para fazer esses terrenos com toda essa diversidade que teve nos leilões.

Então, nós estamos bem preparados com isso para frente. Nós temos um estoque de mercadoria, que eu falo que não é estoque, é mercadoria na loja. É muito bem localizado, prédios muito bem construídos, prédios muito bem colocados, cada produto na sua região de forma competitiva e lucrativa, com bons custos.

Então o que eu falo é assim: a primeira parte eu falei do cenário desafiador, depois eu falo da posição da Companhia, que frente a tudo isso, ela é muito boa e nós vamos desempenhar muito bem para a frente. Nós estamos correndo atrás de ter as coisas em ordem.

MARCOS ERNESTO ZARZUR:

Emendando no que o Silvio está falando, aqui é o Marcos. Esses *showrooms* de vendas da EZTec, nós já estamos com dois, que vão ser muito importantes para ajudar a escoar toda essa mercadoria que nós temos e transformar no que o Emilio mostrou, que na hora da entrega do prédio, o prédio está muito bem vendido.

EMÍLIO FUGAZZA:

Senhores, então, eu vou abrir para as perguntas.

ANDRÉ DIB, ITAÚ BBA:

Bom dia, pessoal. Obrigado pela apresentação. Obrigado pela pergunta também. A pergunta que eu tenho aqui é do lado de custo. Se vocês puderem comentar um pouco do que vocês estão enxergando, tanto para a mão de obra, como para material.

Alguns pares mencionaram que concreto e cimento acabaram pressionando um pouco mais nesse trimestre, apesar de alguns outros insumos estarem arrefecendo. Vocês sentiram também esse efeito? O que dá para esperar olhando para frente na parte de custo? Obrigado.

SILVIO ERNESTO ZARZUR:

O Marcelo vai comentar. Mas, no geral, nos últimos nove meses, nós tivemos instabilidade de custo em relação ao aumento do INCC. Então esse custo veio subindo nos últimos nove meses em linha com o INCC. O Marcelo tem coisas pontuais que ele pode explicar melhor.

MARCELO ERNESTO ZARZUR:

André, Bom dia. Estamos em um momento agora na economia e na construção em que os materiais estão estabilizados e alguns até retornando o preço. Realmente você tem razão, o cimento é um dos poucos materiais que continuam ainda subindo.

E nós estamos tendo informações, vamos falar: a CSN comprou a Lafarge e a Holcim, e ela vai entrar forte no mercado de São Paulo. Então o que nós acreditamos é que os preços, inclusive do cimento, também vão dar uma segurada daqui para frente, principalmente quando entrar a CSN forte no mercado.

Os outros produtos, eles ou caíram um pouco ou estão estabilizados. Nessa faixa de dólar também, nós temos que deixar bem claro, se tiver um aumento grande do dólar, isso reflete em algumas commodities. E o preço da mão de obra, eu acho que já chegou no limite. Então eu acredito que daqui para a frente o INCC vai cobrir os aumentos eventuais que tiver no custo da construção.

BRUNO MENDONÇA, BRADESCO:

Pessoal, bom dia. Obrigado pela apresentação. Duas perguntas do meu lado. A primeira sobre a margem REF. Vocês foram bem claros no *release* mostrando que a margem REF está um pouco abaixo da margem reportada. A minha pergunta é se vocês podem falar um pouco sobre o nível de margem que vocês estão trabalhando nas viabilidades dos projetos futuros.

E ainda nesse tema, vocês acham que a venda dos estoques existentes já lançados, se vocês estão conseguindo trabalhar esse estoque para vendê-los em uma margem um pouco acima dessa margem REF. Essa é a primeira pergunta.

E a segunda, especificamente sobre o Ez Infinity também, que vocês deram os detalhes sobre o cronograma de lançamento. Mas eu queria fazer uma pergunta sobre algo que eu tenho escutado aqui. Nós ficamos sabendo que está existindo uma discussão sobre mudança de zoneamento na região do projeto. Então, se vocês podem dar um *update* sobre essa mudança da lei de zoneamento na região, e como isso impactaria o projeto para vocês. Obrigado.

SILVIO ERNESTO ZARZUR:

É assim, os empreendimentos mais antigos que você perguntou, estão sendo vendidos bem acima da margem. Os empreendimentos de maior margem que nós temos são os empreendimentos mais antigos, porque eles têm um custo original contabilizado da época que eles foram feitos e isso traz uma margem maior.

Evidentemente que os empreendimentos que nós estamos lançando agora, eles estão fechando uma margem, eu posso dizer, confortável, mas não é aquela margem que nós gostaríamos. Então quando nós vamos pegar um lançamento que nós fazemos hoje, ele está com uma margem um pouco mais apertada do que a margem total da Companhia quando nós olhamos o todo.

Mas esse mix como um todo, ele está mantido. Então, quando nós olhamos o mix inteiro da Companhia, porque nós tivemos um pouco de incremento de custo, nós conseguimos um pouco de aumento de preço, nós aumentamos a velocidade de venda, o que trouxe uma diluição dos custos fixos e de custos ligados diretamente a venda, nós conseguimos na composição geral, manter a margem como um todo. Eu acho que é isso, nós conseguimos manter a margem como um todo.

E aproveitando, a pergunta do Infinity, que agora é Sense, nós nos cercamos de todos os cuidados para fazer este lançamento. Eu vou aproveitar e vou falar dele. Nós fizemos uma parceria com a Lindenberg, que vocês sabem que é uma empresa que nós estamos pisando daqui há algum tempo, adquirindo metade dela.

E nós trouxemos a marca Lindenberg junto conosco. Nós demos uma repaginada naquele projeto que existia, nós melhoramos ele, nós diminuimos o custo, nós inserimos melhor ele no mercado e nós temos certeza de um no sucesso de venda.

Sinceramente eu não tenho notícia, então eu falei do Infinity e agora vou falar da sua pergunta sobre a mudança de zoneamento. Nós temos 500 especulações sobre mudança de zoneamento e se fala nisso sem parar, mas efetivamente não tem acontecido nada. E fora isso, eu quero lembrar: esse terreno está no Paraíso. Naquele local, no Paraíso, não tem terreno. Então sei lá, eu não sei até que ponto uma eventual mudança de zoneamento naquela região vai ter qualquer impacto que seja, porque não tem terreno vazio.

Acho que o grande diferencial do Infinity é você ter um terreno de mais de 10 mil metros em um local onde não existe terreno. Então não tem terreno nem de mil metros, quanto mais de 10 mil.

Então, primeiro não temos notícia de mudança de zoneamento. Segundo, se assim tiver a mudança de zoneamento, eu acho que nem impacta essa região. Acho muito difícil acontecer a mudança e se mudar, não tem terreno. Então aqui nós temos uma boa oportunidade de conseguir uma lucratividade muito boa nesse empreendimento.

COMPANHIA:

E o nosso empreendimento está aprovado, registrado e está em execução. A parte das garagens que nós temos que entregar para a IBM.

SILVIO ERNESTO ZARZUR:

O Marcos alugou um terreno ao lado desse. Nós construímos um plantão de vendas do empreendimento espetacular. Então agora vamos ter um decorado espetacular, nós temos um plantão espetacular, nós vamos conseguir fazer um lançamento diferenciado lá.

A Lindenberg conosco dando o aval na marca, na precificação. Um Lindenberg tem uma precificação diferente e os detalhes que eles trouxeram junto conosco no projeto, nós estamos com uma coisa muito competitiva.

GUSTAVO CAMBAUVA, BTG PACTUAL:

Oi, pessoal. Bom dia a todos. Eu queria fazer duas perguntas aqui também. A primeira em relação a expectativa de lançamentos para o ano que vem. Vocês comentaram do 4T e aí a Companhia deve fechar esse ano com alguma coisa por volta de 2 bilhões de lançamento. Queria saber no ano que vem se vocês estão imaginando, de repente, já tem um *pipeline* aí, eventualmente crescer, diminuir de tamanho pelo cenário desafiador? Enfim, vocês já tem uma ideia mais ou menos do que deve ser o tamanho da Companhia no ano que vem?

E a minha segunda pergunta é em relação a vendas de estoques, que nós vimos uma recuperação boa agora nesse 3T. Vocês poderiam falar um pouco qual talvez é o motivo por trás disso, se teve algum algum evento de vendas específico ou foi um pouco da Home Store, alguma política, talvez um pouco mais agressiva de desconto, ou se de fato vocês estão vendo alguma melhora pontual de mercado, algum projeto específico.

Enfim, entender um pouco do lado de venda de estoque, o que vocês acharam nesse 3T e a perspectiva para frente. Obrigado.

SILVIO ERNESTO ZARZUR:

A venda de estoque foi ligada a uma mudança da política da Companhia. Aquilo que eu falo para vocês, nós reagimos aos cenários que temos. Nós viemos de uma taxa de juros de 2%, em pouco tempo ela atingiu 13,75%. Nós buscávamos mais preço. Nós estamos buscando mais liquidez. Nós temos, como eu falei para você, uma margem grande. Nós resolvemos acelerar as vendas.

Então, aqui é que nem se nós tivéssemos enfiado o pé no acelerador: nós aumentamos a nossa verba de marketing; nós demos mais incentivo para corretor; nós abrimos mais pontos de venda, como o Marcos falou da Home Store, etc, etc. O Emílio concordou em financiarmos de modo, vamos falar, mais leves os clientes.

E tudo isso trouxe esse resultado de vendas maior que foi o objetivo da Companhia. Eu acho que o mercado não melhorou. Então entre o 2T e o 3T, eu não enxergo uma melhora do mercado e foi um teste que nós fizemos, eu queria rodar isso no contabil mesmo, botar na realidade para nós enxergarmos o resultado que nós iríamos ter.

E o final de tudo, foi com o desconto que nós demos e as despesas que nós fizemos foram diluídas pelo volume de venda. Então esse volume de venda, mesmo ele tendo sido vendido com algum desconto extra, ele trouxe margem e resultado melhor para a Companhia. Foi a conclusão que nós chegamos e nós optamos, todos os diretores daqui, por seguir nessa política de venda, vamos falar, uma venda mais forçada, visando maior volume e diminuição dos custos.

Nós entendemos que vamos ter um resultado melhor. Eu não sei exatamente qual é o cenário que nós vamos encontrar de agora até o final do ano. É tudo surpreendente, cada mês é uma coisa. Então fica um pouco de surpresa para nós. Mas a ideia é fazer um volume de vendas semelhante ao que nós fizemos neste trimestre, no 4T.

E aí, quando você fala de lançamento. Eu vou chamar assim. As vezes aqui nós somos cobrados, porque falamos assim, que mudamos o rumo da Companhia. Uma Companhia tão grande que nem a nossa. A nossa Companhia você tem que comparar com um navio, é difícil você mudar o rumo de uma Companhia do tamanho da nossa. Mas nós temos mudado o rumo.

Muitas vezes falam: não, mas você devia ser mais estável, seguir mais firme em um rumo só. Eu estou falando em relação ao *guidance* do ano que vem. Nós temos um plano estratégico. Nós temos um *pipeline* mais ou menos de 3,5 bilhões aprovado, que não estava em questão de ser lançado.

Então, se você falar, nós temos um pipeline de 3,5 para o ano que vem, mas ele era para ser escolhido uma determinada quantidade dessa mercadoria, que nós pensávamos aquilo que se encaixava melhor para aquele momento, e lançar alguma coisa como 2 bilhões, 2 bilhões e pouco.

A princípio, eu nem sei se eu posso falar, eu posso? Nós temos 3,5 bilhões aprovados e nós não podemos lançar menos do que isso. Agora, quanto menos do que isso vai ser, se vai ser mais ou menos do que esse ano, nós iremos decidir conforme o andamento da economia e das coisas que forem acontecendo.

Então, nós temos um *pipeline* muito grande. Nós temos plantões importantes prontos. Nós temos condição de fazer alguma coisa até maior que esse ano, mas nós vamos resolver isso. Cada lançamento aqui é liderado pelo Flávio, pelo Marcelo, pelo Marcos, pelo Samir, o Emílio também. Todos opinam e nós fazemos a liberação.

Então eu não sei se eu estou conseguindo explicar. Eu vou falar assim: era para ser mais ou menos estável para nós continuarmos no caminho de crescimento, agora vamos ver o que vem pela frente. É isso.

JOREL, GOLDMAN SACHS:

Bom dia a todos. Eu tenho duas perguntas aqui. Primeiramente, vocês estão falando aqui de um incremento de margem bruta, indo para frente. E eu queria saber quais são os *drivers* aqui, se é mais incremento de preços, se termina sendo mais a queda de insumos, se é mais uma mudança de mix. Então, você poderia quantificar um pouco quais são os *drivers* desse, pode ser em termos de porcentagem, como você quiser, depois de levar esse incremento de margem, essa sustentabilidade de margem indo para frente.

E a outra parte, eu queria saber sobre a Esther Tower. Eu queria saber como estão indo os planos de comercializar o prédio. Eu sei que ainda falta bastante para entregar, mas eu queria saber se tem algum avanço, alguma novidade aí? É isso. Obrigado.

EMÍLIO FUGAZZA:

Jorel, muito obrigado pelas perguntas. Eu vou começar com margem e depois deixo para o Flávio e o Silvío responderem sobre Esther Towers. Margem é o seguinte Jorel, na verdade, tudo o que nós temos de fato hoje é aquilo que nós mostramos para você na margem REF. Então isso significa que a nossa margem, olhando para tudo que nós vendemos e estamos construindo, é algo como 37,2%. É isso.

Agora, veja, nós temos até no *release* a abertura um pouco melhor disso daí. O que o Silvío quis dizer foi o seguinte: quando eu vendo um mix de estoque pronto, muito grande, o que acontece é que aparece uma margem melhor, justamente porque, eu contei e nós temos um estoque de prontos de R\$500 milhões, esse 500 milhões nós temos uma margem bruta muito próxima de 50%, Jorel. Então ele nos ajuda, cada fração que eu vendo nos ajuda a cada trimestre, reconhecer uma margem maior do que a margem REF.

Por outro lado, essa margem que você vê tanto a bruta quanto a REF, é a margem que aparece no nosso consolidado. Nós fazemos também uma abertura da margem na nossa equivalência patrimonial. E a margem da equivalência está, por conta do mix de produtos que nós temos na equivalência, nós estamos vendo essa margem um pouco mais próxima de 40%.

E, um lançamento, por exemplo, como esse que nós vamos fazer agora aqui na República do Líbano, mostramos para você, o Park Avenue, traz uma margem maior do que a margem que nós temos hoje, em média, na nossa equivalência. Então, efeitos pontuais trazem a margem média um pouco para cima. Mas hoje nós estamos trabalhando exatamente como esse REF está nos mostrando, Jorel.

Agora eu queria passar para vocês, continuarem a resposta sobre Esther Towers, nossas questões em relação a isso.

FLÁVIO ERNESTO ZARZUR:

A questão aqui é assim, o Esther Tower, nós estamos em um momento avançando na construção. Nós devemos progredir com ele na construção até o final de 2023 e vamos ficar em uma posição de espera, nós temos testado todo o mercado, temos olhado o entorno e estamos aberto às oportunidades que se mostrarem para que nós dêmos soluções para ele.

O Air Brooklyn já está em uma posição mais de colocação no mercado. Nós temos olhado algumas coisas, mas por enquanto não temos nada claro e objetivo para a colocação. Mas a colocação, primeiramente seria por locação e, no futuro, alguma coisa, alguma outra alternativa.

EMÍLIO FUGAZZA:

Só complementando Flavio, que o nosso foco aqui está em deixar uma torre apenas pronta para efeito de locação, para estar pronta, aproximadamente no final do ano que vem

FLÁVIO ERNESTO ZARZUR:

Primeira prova constrói uma e a segunda fica na espera para o momento mais adequado.

COMPANHIA:

Mas se aparecer alguém querendo comprar.

SILVIO ERNESTO ZARZUR:

Nós estamos abertos também à venda, é isso, eu queria falar, Flávio. Analisar uma proposta de venda, alguma coisa. Nós poderíamos fazer um programa com isso.

YGOR ALTERO, XP INVESTIMENTOS:

Oi, pessoal. Bom dia. Obrigado por pegar a minha pergunta. Parabéns pelos resultados. Duas aqui do meu lado, mais voltando aqui naquele contexto de *outlook* de lançamento para 2023. Como é que está a cabeça de vocês para o mix entre os segmentos? Você deve ter um pouco mais de exposição no segmento de alta renda, talvez com as parcerias, com o Lindenberg.

E o outro ponto que eu gostaria de tocar também é como fica a visão de vocês com relação ao segmento de baixa renda? Nós tivemos diversos *updates* no Casa Verde Amarela, e também uma promessa de volta de Minha Casa, Minha Vida. Você acha que no final do dia pode beneficiar um pouco a operação do Fit Casa? Acho que esse é um ponto interessante também de tocar.

E, por fim, queria perguntar como vocês estão vendo a dinâmica do lado da venda. Vocês estão vendo estoque com desconto, performando melhor do que venda de lançamentos? Só isso. Obrigada.

SILVIO ERNESTO ZARZUR:

O mix de lançamento, é aquilo que eu falei, nós estamos aprovando um *pipeline*, quase o dobro do tamanho do nosso *guidance* interno de lançamento. Então nós vamos escolher isso de acordo com o mercado e de acordo com o andamento das vendas, que é o que é ideal, porque se você faz uma previsão muito antes, a hora que chega lá, na hora de lançar, você pode ter um cenário diferente.

Então nós poderemos optar por isso mais perto na época de começar o plantão, optar por aquilo que nós vamos lançar, aquele produto que nós vamos ou não, dá para nós uma assertividade maior. E eu queria falar assim, não é fácil para nós, porque nós viemos com o Fit Casa abrindo, nós vamos lançar alguns produtos no Fit Casa.

Mas nós acabamos que para nós voltarmos com bastante força nele nós vamos ter que tomar um pouco mais de tempo, então vocês devem ver alguma coisa como 25% do *guidance* do lançamento, talvez um pouco mais para o ano que vem, sem o, eu vou chamar a minha Casa Minha Vida, ele deve vir aí, com 25%, talvez um pouco mais.

Agora, para nós, sempre com uma margem muito boa, acho que é importante nós falarmos que é o Minha Casa, Minha Vida da EZTec, com 38,5 de margem bruta, está me falando aqui o Emílio. Eu falo assim, com esse tipo de empreendimento, agora para nós acelerarmos e conseguirmos por mais disso para dentro, nós precisamos esperar o outro ano, então no ano que vem alguma coisa com esse 20, 25%, acho que é isso.

COMPANHIA:

E lembrando que tem a parceria com a BT8, que funciona muito bem para nós nessa faixa de venda. Você falou a respeito do Lindenberg, mas nós também temos parcerias também importantes na baixa venda.

EMÍLIO FUGAZZA:

A parceria com a BT8, já tem três empreendimentos lançados com sucesso e nós ainda temos dois terrenos já comprados com eles.

SILVIO ERNESTO ZARZUR:

E a Fit Casa também vai lançar prédios importantes esse ano aí para compor o nosso mix. Então nós temos uma, como eu falei, uns 25%. É que a Companhia é grande, é difícil para nós manobrar isso, mas para o outro ano, 2024 nós temos uma ideia de ter mais.

Estoque pronto, é assim, está vendendo bem, e está vendendo bem também imóvel em construção, está vendendo bem lançamento. Tudo está vendendo dentro da sua velocidade. O ponto é assim, é que você vem no nosso estoque. Nosso estoque em lançamento tem um tamanho, construção tem outro, pronto tem tem outro.

Mas quando a construção ficar pronta ele já é menor de novo. Eu falo assim, aqui a coisa é dinâmica, o em construção nós estamos sempre vendendo ele, continuamos a vender. Quando ele ficar pronto, ele já é pouco. E a margem aumenta, porque você ficou com esse imóvel pelo custo e você vai vender pelo mesmo preço. Eu acho que a dinâmica de desconto ela funciona igual para tudo, ou desconto ou aumento de preço, tanto faz, ela funciona igual para todo tipo de mercadoria.

Nós temos alguma vantagem na venda do pronto, porque nós provém um financiamento muito competitivo e isso dá uma vantagem competitiva para nós em relação à concorrência, no pronto que nós não conseguimos fazer na construção. O pronto é uma aprovação de crédito facilitada, um parcelamento um pouco mais, vamos falar suave, mais o que traz, vou falar, uma vantagem competitiva importante é o nosso financiamento indireto no pronto.

Agora, quando você, é isso que eu quero falar para você que vocês veem lá a construção enorme e o pronto pequeno. Depois, quando nós chegarmos daqui um ano, vai ser a mesma coisa, porque esse que está em construção nós vamos vendendo ao longo do tempo e deixando menos para ficar pronto na hora que entregamos, acho que é evidente.

E a margem vai subindo conforme o tempo que o imóvel fica em carteira para ser vendido, a margem vai subindo porque você vai buscando esse preço, vamos falar, reajustado e o custo ficou no valor contábil. Precisa entender bem isso.

ANTÔNIO CASTRUCCI, SANTANDER:

Obrigado Pedro. Bom dia pessoal. Obrigado por pegar a minha pergunta. Na verdade, são dois pontos aqui. Primeiro, eu queria entender como estão as vendas do Arkadio, principalmente tendo em vista que a Cyrela fez um lançamento bem grande nas proximidades.

E o outro ponto eu queria entender com vocês, dado o lançamento da Store, se já consegui auferir que esse lançamento da loja tem impactado positivamente a venda de estoques remanescentes?

MARCOS ERNESTO ZARZUR:

O percentual de venda do Arkadio está nos 30%, depois eles podem seguir com isso. Agora a Home Store, ela vende todos os produtos, ela trabalha por acaso, a nossa Home Store está próxima desse lançamento da Cyrela, mas nós, EZTec, nós temos cerca de cinco produtos em um raio de menos de um quilômetro da nossa Home Store.

Então, lá ficam todas as nossas maquetes, nós fazemos venda de pronto que nós temos na região, nós fazemos todo o tipo de venda. Então quando o cliente vem, eu tenho uma gama de produtos para oferecer. E tem fluxo, nós estamos em uma avenida de fluxo intenso, que é a Roque Petroni.

Então, aquilo ali vai funcionar por um bom tempo e nós temos um prazo de pelo menos mais um, dois anos para funcionar como Home Store, escoando a região que é mais importante em termos de VGV, para a EZTec, nós temos uma quantidade muito grande de VGV naquela região.

SILVIO ERNESTO ZARZUR:

E assim, o lançamento, eu vou falar assim, o Arkadio está indo bem de venda, está dentro do programado, mas nós temos o Arkadio, nós temos o Haute, nós temos o Hub, nós temos o Air Brooklin, nós temos o PDC, nós temos lá o Sky, então nós temos uma faixa de produtos lá.

Eu quero falar então, a resposta para a primeira pergunta é assim: a Home Store já fez, já percebemos o incremento de venda geral pelo funcionamento da Home Store, ela está funcionando, eu vou falar, de forma adequada. Teve um caminho para nós entendermos de como fazê-la funcionar, como receber o cliente, como mostrar a mercadoria. Tudo isso o Marcos estudou lá junto com o Leôncio, e eles conseguiram chegar a uma posição de fazer essa venda bem, desta loja funcionar bem, então está sendo muito positivo.

Depois é assim, concorrência em São Paulo tem em qualquer lugar. Então, sinceramente, eu não estou falando que me preocupa. É um produto bacana da Cyrela e tudo, mas para nós é mais um concorrente. Nós temos concorrentes aqui na Vila Clementino, em Moema, em qualquer lugar. Na Zona Leste, todo lugar tem concorrentes. Nós estamos acostumados a trabalhar com isso.

Eu não acho que tem um impacto só negativo, ele tem também um impacto positivo, quando você lança um empreendimento em uma região, você movimenta a região e você acaba conseguindo também vender mais, por incrível que pareça, também você consegue vender mais, fica mais na cabeça do cliente aquela região, ele vem procurar. Nós temos também lá o Parque da Gamaro, que é enorme, nós temos vários empreendimentos, e os nossos que são espetaculares e estão indo bem.

Não, não me preocupa o lançamento da Cyrela. Nós estamos indo muito bem com as mercadorias lá da região, com a velocidade de venda que não é, ela está boa, pronto. Já estava boa antes de eles lançarem, vai continuar boa.

COMPANHIA:

Fora a quantidade, Silvio, de VGV que nós temos por lançar naquela região. Ele está posicionado em um local, onde nós temos um VGV gigantesco futuro, contando o terreno da própria Roque Petroni, que o VGV é superior a 1 bilhão. E nós temos lá o empreendimento da Walter Torre, a Rua Da Paz. Quer dizer, nós temos muita coisa por acontecer. E ter aquela loja é fundamental para escoar toda essa mercadoria.

HUGO GRASSI, CITIBANK:

Senhores, bom dia. Parabéns pelo resultado. É sempre um prazer conversar com vocês. Eu tenho duas perguntas, a primeira delas no tema de *landbank* e a segunda de crédito.

Nessa primeira pergunta de *landbank*, eu notei que nesse trimestre vocês chegaram até adquirir terreno, coisas que não fazem em grande volume há bastante tempo. E me pareceu até um perfil de rotação do perfil de *landbank*. Vocês compraram o primeiro terreno junto da EZCAL e venderam alguns terrenos antigos, inclusive um em Praia Grande, um terreno de baixa renda em Guarulhos.

A primeira pergunta então de *landbank* seria: Como é que está passando essa estratégia de, talvez de rotação de *landbank*? O que vocês têm de adequação desse *landbank*? O que vocês têm por lançar agora, talvez entre esses 3,5 bilhões que estão aprovados já. Como é que é o perfil disso?

E a segunda pergunta talvez seja mais telegráfica para o Emílio, no assunto de crédito. Essa semana trouxe notícias incômodas, especialmente do Bradesco, com o aumento da inadimplência. Eu queria saber de vocês como é que está a evolução do apetite dos bancos? Se vocês têm sentido alguma coisa nesse sentido também na carteira de vocês? Na carteira de AF, como é que está a evolução desse assunto de inadimplência? São esses dois assuntos. Cotação do *landbank*, e inadimplência, apetite para crédito. Por favor.

EMÍLIO FUGAZZA:

Muito obrigado Hugo. Vamos começar aqui com o *landbank*.

COMPANHIA:

Eu acho que a rotação de *landbank* é uma estratégia da empresa agora, nós temos olhado as oportunidades e quando trocamos alguma coisa que não era tão boa, por uma coisa que nós acreditamos mais neste momento. E temos seguido essa linha, não é, Silvio?

SILVIO ERNESTO ZARZUR:

É, mas muito ligado ao interesse de presidir de outros setores em propriedades nossas. Você vê, por exemplo, quando nós fazemos a venda de um terreno, a maioria dos terrenos que nós fazemos a venda, o que tem acontecido a venda, não são para a construtora. Esses terrenos que aconteceram foram para um varejo, foi para uma igreja, eu não sei te falar.

Então, é gente que tem uma outra conta, faz uma outra conta, e vem com outro número para nós, e dinheiro é dinheiro, você faz a conta e vê o que compensa para você ou não, e assim impulsiona a venda. Já a compra é fruto do aumento de velocidade de lançamentos que nós fizemos, e nós resolvemos repor um pouco o estoque.

Está acontecendo também um aumento do preço dos terrenos. Eles continuam aumentando, o que é surpreendente. Mas quando nós encontramos uma oportunidade muito boa e ela cabe no nosso bolso, etc, etc. Nós costumamos comprar se nós precisamos de um terreno, se não precisa é por preço nenhum, mas se nós entendemos que precisa nós compramos.

Agora tudo é muito dinâmico, é isso que eu tenho que falar, tudo muito dinâmico, nós podemos tomar decisões diferentes, desde que seja para o bem da Companhia, desde que seja aquilo que nós buscamos financeiramente, em termos de retorno, de ROE, de tudo, nós podemos estar fazendo qualquer movimento dentro da Companhia que seja compensado financeiramente, é isso.

E estamos analisando tudo, tem muita coisa sendo analisada, muita coisa sendo vista, muita coisa que não é operacional, que é a coisa, o Emílio fala que é não operacional. Tem muita coisa acontecendo que nós temos que buscar isso para melhorar o resultado total da Companhia. Vocês devem ver, fatos não corriqueiros acontecendo aí ao longo dos próximos 12 meses, porque nós estamos buscando isso.

Quando nós fazemos a rotação dos terrenos, também pode ser uma mitigação de risco em alguma localização, algum tipo de coisa, também faz parte dessa estratégia que nós temos pensado.

EMÍLIO FUGAZZA:

Hugo, agora vindo para a questão de crédito que você mencionou. Nós, ao longo de 2022 tomamos uma série de atitudes, em relação à questão do financiamento de clientes, porque nós percebemos o encarecimento do crédito para o nosso cliente. É óbvio que nós também já começamos a perceber, já existe um encarecimento de crédito também para a Companhia. Isso tem muito a ver, por exemplo, com a diminuição dos recursos da poupança.

Então, esse ano nós tomamos a decisão de fazer e oferecer aos clientes a antecipação de repasse, quando as obras já estão mais para o final, não esperar até chegar uma blitz para de fato fazer o repasse daquele cliente ao banco. E isto se mostrou uma estratégia muito positiva porque os clientes estão garantindo essas taxas que nós estamos vendo ainda correndo no mercado imobiliário, que é uma taxa entre 8,9, 9,5, alguma coisa girando nessa faixa.

Já na alienação fiduciária, nós até publicamos isso no nosso *release*, que o índice de inadimplência está por volta de 3, ou 3,5%. É um índice de inadimplência bastante baixo, até mesmo dado ao fato de que você bem sabe que o IGP-M andou ao longo dos últimos dois anos e meio, nós vimos um volume de transferência desses créditos para os bancos muito grande. Já estamos estabilizados em relação a isso e quem fica continua mantendo uma inadimplência bastante relevante, tanto que o índice de inadimplência é baixo.

Esse é o motivo que nos impulsionou a oferecer esse crédito à taxa de R\$7,99 mais especial do IGP para empreendimentos, por exemplo, para as nossas unidades prontas em Guarulhos, porque nós entendemos que esse financiamento de longo

prazo, entende que essa taxa que nós estamos remunerando a Companhia neste longo prazo, é alguma coisa que faz muito sentido para a venda daquelas unidades.

Então, por enquanto, não nos perturba, mas nós já estamos observando os indícios de encarecimento de crédito, sem dúvida nenhuma.

ANDRÉ BAHIA, CONSTRUTORA ESTRELA:

Bom dia, pessoal. Nunca é demais reforçar os parabéns pelos resultados, em um país com tantas incertezas, em um setor de ciclo tão longo, conseguir entregar os resultados que vocês tem entregue, realmente é uma coisa espetacular.

A minha pergunta vai também nessa linha de crédito. Eu estive dando uma olhada aqui, olhando 2020 e 2021, o caixa bruto da EZTec era da ordem de 1 bilhão, números aproximados. E o endividamento era quase zero, era 20 milhões, era 30 milhões, 50 milhões, era um número muito pequeno em função do caixa bruto.

Eu entendo que vocês só conseguiam isso, porque vocês deviam estar vendendo muito bem na planta. Vocês têm uma tabela, que as pessoas pagam 40% até as chaves. O terreno já estava comprado. Vocês conseguiram então fazer a obra com o dinheiro do próprio cliente. Eu estou imaginando, não estou afirmando.

Quando eu entro agora para 2022, o caixa bruto da EZTec é da ordem de 800 milhões. Mas o endividamento subiu muito, foi para 400 milhões, em grandes números de reais. Então, a minha pergunta é: por que é que este fenômeno aconteceu? Talvez, isso eu pensando aqui, como a Selic estava muito baixa, o cara em vez de deixar o dinheiro no banco, passava a pagar. Só que o fenômeno agora foi de inflação, talvez esse raciocínio não faça lógica, porque o INCC estava mais alto do que a poupança.

Se essa fosse a razão, era melhor o cara tirar da poupança e pagar, porque o juros da poupança é menor do que o INCC. Então, isso são conjecturas. O fato concreto aqui da minha pergunta é o seguinte: por que é que o endividamento subiu, já que o volume de obras era da casa de bilhão de reais? Comparando 2020, 21 e 22.

Por que a pergunta é importante para eu entender? Porque se você tem uma Selic hoje a 13,75, e se você tiver o endividamento ainda mais baixo, o ganho financeiro para a EZTec será extremamente representativo. Eu espero ter sido claro na pergunta e nas conjecturas que fiz.

SILVIO ERNESTO ZARZUR:

Vou iniciar a resposta e depois o Emílio vai completar. Mas assim, quando você vende por um aumento de volume de lançamentos como nós estamos fazendo, é um aumento do tamanho da Companhia, com o mesmo capital, então nós temos o mesmo capital, é o que eu estava falando para você, nós vamos aumentar muito o nosso volume de operação.

Nós vamos atingir 2 bilhões de volume de operação por ano. Quando você olha a nossa receita líquida hoje, ela vai ficar abaixo de uns 800 milhões no ano, 1 bilhão no ano, o Emílio está me corrigindo, mas eu vou subir para dois. Quando você começa a investir mais, você aumenta, eu vou falar o uso do capital que você tem. Isso, é na verdade, o maior motivo do aumento, vou falar da diminuição do caixa, é o uso do caixa na operação da empresa.

Anteriormente, nós rodávamos mais devagar, agora nós chegamos a conclusão que nós devemos rodar mais rápido. Nós estamos buscando, várias pessoas deram parabéns pelo resultado da Companhia, etc, etc. Estamos contentes com o resultado da Companhia, mas o nosso objetivo no final do dia é melhorar o ROE, nós estamos aqui buscando uma melhora do ROE da Companhia.

Nós temos bastante solidez, bastante liquidez, bastante, vou falar, um patrimônio gigante da empresa, é um patrimônio gigante da empresa. E nós buscamos agora a toada da Companhia buscar um aumento de ROE, uma melhora do ROE, nós queremos atingir esse ROE bem melhor do que nós estamos.

E agora, vou deixar o Emilio explicar mais tecnicamente isso, mas eu não podia me furtar a falar do aumento do volume, porque isso é conforme caixa.

EMÍLIO FUGAZZA:

Obrigado, Silvio. André, só complementando, quando você olha e faz essa comparação, tem uma questão que precisa ser levada em consideração que é a seguinte: quando você olha o final de 19 para 20, e fala que eu tinha 1 bilhão, eu tinha acabado de fazer um *follow on*.

Nós levantamos R\$900 milhões em recursos no mercado naquele final de ano, de 2019, justamente para fazer os investimentos no crescimento da operação da Companhia. Naquele exato momento, eu tinha dinheiro de acionista aqui dentro, que na verdade, foi utilizado para fazer os investimentos que nós fizemos, onde nós mais do que dobramos, ou quase, eu diria para você, fizemos 150% a mais de *landbank*. Essa foi a primeira coisa.

A segunda, André, é a seguinte: ao contrário da situação tradicional, um trabalho com Caixa Econômica Federal, o nosso ciclo de giro é muito grande. Então, só para você ter uma ideia, vamos dizer que nós temos lançado R\$2 bilhões, aproximadamente isso, R\$2 bilhões por ano. O tempo de retorno desse capital começa em pelo menos quatro anos, mas vamos usar três. São 6 bilhões lançados, dos 6 bilhões lançados, nós tivemos que colocar pelo menos 25%, então, 25% de 6 bilhões, já me dá R\$1,5 bilhão.

Então eu consumi para trazer essa empresa para este nível que você está vendo, 1,5 bilhão. Então, André, obviamente, que teve o efeito que você falou, que bastante cliente antecipou, não tem a menor dúvida. Mas agora todos esses lançamentos que eu fiz, agora nos últimos dois anos, que os clientes já não tinham mais motivo para antecipar, me obrigam a consumir um pouco mais de dívida para fazer as obras. Isso é uma coisa.

E a outra, é que o Esther, naturalmente, me consome uns 600 milhões de caixa, eles estão aplicados dentro do Esther Towers, que vai nos premiar ao longo dos próximos anos. André Em síntese, é isso.

COMPANHIA:

Emilio, acrescentando duas coisas para você colocar o número. Tem uma parte de financiamento que nós usamos também no Infinity, R\$300 milhões, não é tão representativo. E a segunda, recompra de ações que também tem um número relevante. Então, esses dois números sairão 400 milhões, 200 no Infinity, 200 de recompra de ações. E teve mais a parte tanto do Air Brooklin, quanto do Esther Tower.

ANDRÉ BAHIA:

Entendi bem, estou curioso para deixar o tempo passar para ver se essa locação aí no Air Brooklyn e Esther Tower, e EZ Infinity foram alocações acertadas. Eu estou bem curioso para deixar o tempo passar. Vocês são gigantes nessa matéria de aplicação e alocação de capital. Entendi bem a razão e estou curioso para ver os desdobramentos mais a frente.

COMPANHIA:

Nós vamos matar a sua curiosidade com bom resultado. André, pode ficar tranquilo. E você não vai ter que esperar tanto tempo assim porque as coisas vão acontecer rapidamente agora.

COMPANHIA:

E objetivamente, tem uma outra coisa que é importante também colocar, que no caso do Infinity, essa alocação de capital que foi feita, era basicamente pagamento do terreno. Então não é que o negócio.

ANDRÉ BAHIA:

Entendi. O prédio faz parte do terreno.

COMPANHIA:

Exatamente. Então esse é um ponto de venda. E na parte corporativa, você já entendeu que nós também estamos de olho e vamos sair bem.

ANDRÉ BAHIA:

Assim como vocês saíram do EZTower, com certeza.

COMPANHIA:

Obrigado, André. Muito bom ter você aqui junto conosco. Abraço.

JOÃO BOSCO, BASTTER:

Bom dia pessoal. Parabéns pelo resultado. Eu queria entender como vocês estão vendo a questão de vendas e velocidade de vendas nos próximos trimestres? Eu vou falar o que eu penso do mercado hoje, de vendas, e vocês falam se faz sentido ou não.

A taxa de juros está em um patamar elevado, 3,75. Então ele deixa o mundo de clientes elegíveis para financiamento, menor, mas dentro do que fica, acredito que a previsibilidade de ter parado de subir a taxa de juros, pode aumentar o apetite de venda desta tranche, até devido à instabilidade política. Ele já consegue fazer as contas, vê se cabe o valor certo no orçamento deles, acredito que pode ter uma elevação de vendas nessa questão.

Em relação à velocidade de vendas. Se nós cruzarmos a estrutura de capital de vocês, que é bem tranquila, mesmo vocês acelerando um pouco em detrimento da margem momentânea, eu acredito que não vai ser em todos os empreendimentos. Aqueles empreendimentos que são menos replicáveis, que vocês tratam de difícil reposição, vocês vão preservar as margens, mesmo em detrimento de uma velocidade de vendas menor até que a taxa de juros caia.

Então eu li dessa maneira essas duas questões e quero saber se faz sentido.

SILVIO ERNESTO ZARZUR:

É assim, João, por exemplo, quando nós falamos em desconto, o desconto foi menor do que a diluição de custo. Então, é importante ter em mente que o desconto que nós demos aumentou a nossa margem. Quando você olha o resultado líquido da venda, ele foi maior do que sem dar desconto. São coisas estratégicas e pontuais, não é um desconto, sacrificando a margem, é um desconto diluindo por custos fixos e mantendo a margem ou aumentando ela. Então, primeiro esse ponto.

Agora, curiosamente, com esse juros de 13,75, nós achávamos que ia piorar o cenário de venda, ele não piorou, ele se manteve. Então, até agora ele se manteve. Agora, fazer uma previsão do que vai acontecer para frente é muito difícil. Eu, sinceramente, não consigo olhar o todo. Nós temos que reagir no dia a dia. Nós temos um acompanhamento semanal, diário, de tudo para nós estarmos tomando as decisões acertadas e fazer os movimentos corretos.

Então, o que eu posso te falar é que até agora não impactou de forma como seria de se esperar um aumento desse de taxa de juro. Não sei se tem que pegar um psicólogo, um economista para explicar isso, eu não sei por quê, mas o fato é que as vendas continuaram ocorrendo dentro da normalidade, e nós temos a expectativa que continue dessa forma.

Agora, eu quero falar também, que é importante eu falar para vocês que é assim, nós estamos acostumados, 44 anos de mercado, já passamos por tudo, temos estrutura de capital de forma muito sólida, somos extremamente comprometidos com o nosso negócio.

Então, se acontece, por exemplo, se nós temos uma dificuldade na venda ou alguma coisa, nós sabemos reagir nisso da melhor forma possível, é isso que eu posso falar. Agora, nós somos otimistas para a frente, mas se não acontecer as vendas, se não for como nós pretendemos, nós sabemos sair dessa situação também. Acho que é isso.

EMÍLIO FUGAZZA:

Só me permite, Silvio. João, a sua pergunta sempre é um exercício importante. Quando o Silvio menciona essa questão de margem, o que ele diz é o seguinte: que na verdade, a margem que ele ofereceu desconto, a margem bruta que ofereceu qualquer queda do ponto de vista de desconto, foi mais do que compensada pela diluição das despesas comerciais e administrativas.

Então, por mais que eu tenha 1p.p., por exemplo, de queda na margem bruta, eu tenho 2p.p. de crescimento na margem líquida, é isso que ele experimentou esse trimestre. É isso que ele gostou do resultado que ele viu no cômputo geral. E é isso que nós vamos continuar fazendo agora no 4T, essa é a ideia, João.

PEDRO LOURENÇO TADEU:

Não havendo mais nenhuma pergunta e também já transcorrido o tempo previsto, passo a palavra agora para os nossos Diretores prosseguirem com as suas considerações finais.

SILVIO ERNESTO ZARZUR:

Bom, eu agradeço a presença de todos. Eu gostaria também de afirmar e deixar claro para vocês que tudo que nós colocamos de expectativa. Nós temos expectativa, desde que as coisas transcorram de maneira normal. Nós entendemos que estamos em uma fase de transição. Estamos todos alerta para essa fase de transição, e imaginamos que haverá uma transição responsável. Mas, de qualquer maneira, em cima de qualquer cenário que houver, nós vamos com rapidez se adaptar para o cenário que houver. É isso.

COMPANHIA:

Como nós falamos diversas vezes na reunião, o cenário é muito desafiador. Nós estamos aqui de olho em todas as etapas do processo, em todas as oportunidades no mercado, em todos os desafios do mercado. Como o Silvio falou, nós pretendemos fazer esses 2 bilhões no ano que vem, mas se puder fazer mais, nós vamos fazer. Se tivermos que fazer menos, nós vamos ter que trabalhar de acordo com o que o mercado permitir para manter a Companhia sempre saudável, estamos atentos a tudo.

COMPANHIA:

Para só agradecer a todos, e dizer que estamos aqui para trabalhar e fazer sempre o melhor para a Companhia.

EMÍLIO FUGAZZA:

Senhores, obrigado. Obrigado pela teleconferência. Podemos encerrar.

PEDRO LOURENÇO TADEU:

Agradecemos demais a participação de todos. A teleconferência de resultados da EZTec, então, agora está encerrada. Desejamos a todos vocês um ótimo dia e um ótimo feriado. Forte abraço.

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de relações com investidor (e/ou institucional) da respectiva Companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição”