

## **Teleconferência 2T21 – EZTec**

### **Pedro Tadeu Lourenço:**

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 conexão, utilize o mesmo link ou ID que estão disponíveis no nosso site: [ri.eztec.com.br](http://ri.eztec.com.br). No nosso site vocês também podem encontrar os slides que serão utilizados nessa apresentação na nossa central de download.

As informações estarão disponíveis em reais e em BR GAAP, IFRS aplicável a entidades de incorporação imobiliária no Brasil, no contrário será indicado.

Antes de começar, gostaria de mencionar que eventuais declarações durante essa teleconferência relativas as perspectivas de 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, gostaria de passar a palavra ao Sr. Emílio Fugazza, Diretor Financeiro e de RI que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. Emílio, o senhor pode prosseguir.

### **Emílio Fugazza:**

Muito obrigado, Pedro. Bom dia a todos. É um prazer enorme estar na nossa teleconferência de resultados da EZTec do 2T21. A parte de mim, estão os nossos Vice-Presidentes, Flávio Ernesto Zarzur e Sílvio Ernesto Zarzur; também o nosso Diretor Comercial e Controlador da Companhia, Marco Ernesto Zarzur.

Vamos começar falando diretamente no slide quatro de Lançamentos de 2021 que significa para 7M, ou seja, incluindo o nosso evento subsequente de julho, o melhor período, semestre, 7M da história da Companhia com R\$ 1,4 bilhão lançados em quatro empreendimentos sendo eles: o ID Paraíso, na região da Aclimação. Um empreendimento pequeno, um empreendimento acessório do nosso Signature by Ott.

O empreendimento Dream View Sky Resort, na Vila Prudente. Empreendimento esse de R\$ 253 milhões. São 420 unidades, ele está com aproximadamente 25% vendido, um empreendimento na faixa da classe média.

O empreendimento EZ Infinity, um terreno absolutamente único que a Companhia adquiriu em 2019. Um terreno de 11 mil m<sup>2</sup>, apartamentos de altíssimo padrão,

próximos de 280 m<sup>2</sup>, um empreendimento que dificilmente será replicado, tanto na região como em toda a cidade de São Paulo.

Finalmente, agora no 3T21, como evento subsequente na região do Brooklin, perto da Avenida Morumbi, o Arkadio. O Arkadio é um empreendimento de R\$ 460 milhões. São 276 unidades, um empreendimento que já se encontra com aproximadamente de 5% a 10% vendido. Ele abriu há pouco mais de uma semana, empreendimento esse com apartamentos em um médio pouco superior a 130 m<sup>2</sup>.

Na página cinco, conseguimos observar o que aconteceu do ponto de vista operacional. Tendo atingido já esse R\$ 1,4 bilhão, isso representou para nós em vendas em todo o semestre, aproximadamente R\$ 580 milhões, o que significa para o 2T21 R\$ 325 milhões, com destaque para a venda de imóveis prontos.

São R\$ 90 milhões, a melhor marca dos últimos três trimestres, aproveitando logicamente condições de taxa de financiamento que ainda são muito atrativas para esse consumidor, fechando vendas líquidas para a Companhia de R\$ 286 milhões.

No slide seis, ainda do ponto de vista operacional, nosso banco de terrenos, banco esse que fecha, incluindo todos os terrenos contratados que têm algum tipo de cláusula resolutiva, na ordem de R\$ 13,7 bilhões.

Destaque aqui obviamente para os mais de R\$ 5 bilhões já contratados na classe média ou alta e, ainda por entrar, aproximadamente R\$ 2,2 bilhões. De todo esse banco de terrenos, mais de R\$ 7 bilhões na zona sul de São Paulo.

No slide da página nove, estoque, é importante mencionar que agora com esse volume de lançamentos, onde até os 6M, mês de junho, somávamos aproximadamente R\$ 2,4 bilhões de estoque, apenas 12% do estoque são unidades residenciais prontas.

É importante mencionar também que o grosso desse estoque, que já teve sua passagem pela região metropolitana de São Paulo, hoje é quase que 70% dentro da zona sul de São Paulo, uma das regiões mais valorizadas de todo o Brasil.

No slide da página dez, observamos os lançamentos previstos agora para os próximos dois meses, os próximos 60 dias, um pouco mais ou um pouco menos. É importante mencionar o grande destaque desse período, o Unique Garden.

O Unique Garden caracterizamos como City América, mas estamos falando aqui daquela região onde passa pelo Parque São Domingos, Parque Toronto, Pirituba, zona oeste de São Paulo, na borda da Rodovia Anhanguera com a Marginal Tietê.

É a primeira fase do nosso terreno Bandeirantes, terreno que pode alcançar como VGV quase R\$ 2 bilhões. São R\$ 729 milhões nessa fase, com aproximadamente 900 unidades.

O lançamento é bastante exclusivo, uma característica de projeto como nunca feito pela EZTec. Com parque, muito arborização, prédios mais baixos, uma característica que vai enaltecer e engrandecer a região. Não há nada parecido ali, seja feito pelo EZTec ou pela concorrência.

Na página 11, observamos o desempenho financeiro. O desempenho financeiro começa pela receita líquida, receita líquida essa que foi no trimestre de R\$ 289 milhões. Isso é um crescimento em relação ao 1T21 de aproximadamente 40%.

O destaque dessa receita vem de mais evolução de obra, da venda dos imóveis performados, desses R\$ 90 milhões de venda de imóveis performados e, obviamente de reconhecimento de receita de empreendimentos lançados no 4T20 que estamos trazendo agora para o resultado.

Esses R\$ 289 milhões nos trazem 46% de margem bruta. É importantíssimo mencionar a recuperação que estamos vivendo essa margem bruta. Veja que desde o 4T20 com 40% para o 2T21 com 46%, estamos falando de aproximadamente 6 p.p.

Isso significa que a venda do estoque pronto que estamos fazendo vem em uma margem muito importante média de aproximadamente 50%. E, os empreendimentos que estamos reconhecendo em obra ou em lançamento na casa acima dos 40%. Essa média, esse *mix* resultando em 46%, 4 p.p. de margem de incremento, de margem em relação ao 1T21.

Despesas comerciais aqui para o destaque quando observamos R\$ 15 milhões entre publicidade e estande, destaque para a execução de plantões de venda que são plantões de venda para uso de longo prazo, como é o caso do empreendimento Bandeirantes.

Dentro desses R\$ 15 milhões, aproximadamente R\$ 6 milhões vêm de plantão de vendas do empreendimento Bandeirantes, que deve ser utilizado por muitos anos para várias fases desse empreendimento.

Despesas administrativas em R\$ 28 milhões, significando aproximadamente 10% em relação à nossa receita líquida, o que significa um dos melhores indicadores dos últimos trimestres para despesa.

Na página 12, o resultado financeiro em cima e à esquerda com R\$ 46 milhões, absolutamente em linha com o que veio no 1T21. Quero ressaltar aqui a força da nossa carteira de alienação fiduciária que devo comentar logo à frente, mas também destacar que o resultado financeiro começa a perder espaço, embora expressivo ele perde espaço para o resultado operacional mais pujante que deve se incrementar à medida em que existir maior evolução das nossas obras.

O resultado de equivalência patrimonial acima e à direita de R\$ 26 milhões é um resultado que representa o reconhecimento de três importantes empreendimentos lançados no 4T20. Signature by Ott, extremamente bem vendido, margem bruta acima de 40% na região da Aclimação.

O nosso Meu Mundo Mooca, um Minha Casa, Minha Vida na região da Mooca em parceria também. E Ereditá Parque da Mooca, um empreendimento nosso de médio alto padrão lançado em uma região onde nós temos muito mais a lançar. Um empreendimento bem vendido, reportando margem e reportando resultado, agora sendo a equivalência patrimonial tendo representado 19% do total do nosso resultado líquido.

Finalmente, o nosso lucro de R\$ 139 milhões no trimestre acumulando mais de R\$ 210 milhões no semestre. Destaque para a margem líquida, essa que vem acompanhada de uma margem bruta de 46%, de uma despesa comercial e administrativa que tem um *offset* pelo próprio resultado financeiro e a equivalência patrimonial reforçando esse resultado.

Para fechar esse slide, a força do *backlog* que demonstra que a margem bruta contínua da Companhia está mantida na casa dos 44%, 45%. Essa diferença do 1T para o 2T é uma diferença na primeira casa decimal.

Nós tivemos uma queda de 0,3% única e exclusivamente por conta do reconhecimento de um empreendimento nosso o Kit Casa José Bonifácio no Minha Casa, Minha Vida que deu essa diferença de 0,3% no nosso *backlog*, mas ainda assim se mantendo confortavelmente acima dos 40%

Na página 13, alienação fiduciária, foco de uma parte significativa do resultado dos últimos anos, um resultado financeiro fortíssimo, talvez um dos maiores resultados financeiros de todo o setor imobiliário até hoje.

Nós temos uma carteira hoje de R\$ 451 milhões, quase 1.300 clientes sendo financiados pela Companhia. Lembrando a vocês que o número de clientes em inadimplência se mantém absolutamente estável em relação aos últimos trimestres.

O destaque para tudo isso obviamente é o fato de que houve migração no período, migração essa para os bancos que oferecem taxas mais atrativas. Os clientes que conseguem essa migração têm passado, isso significou uma diferença de aproximadamente R\$ 135 milhões no ano de 2021, ou seja, no 1S21.

No slide 14 destacamos a força que veio o Fit Casa mesmo em um cenário onde a inflação de custo de construção foi crescente. O Fit Casa contribuiu no 1S21 na EZTec com R\$ 25 milhões resultado, uma margem bruta consolidada do Fit Casa na ordem de 48,5%.

Isso faz com que a nossa Empresa, a nossa Fit Casa rode em um retorno sobre o patrimônio, em um ROI na ordem de quase 16%. É definitivamente, além do resultado financeiro, um destaque operacional incrível na formação do nosso lucro líquido.

Para fechar, passarei a palavra aos nossos controladores e diretores da Companhia no slide da página 15 que demonstra o patrimônio alcançado pela Companhia no ano de 2021 na ordem de R\$ 4,350 bilhões.

Deste patrimônio, temos aqui uma parcela insignificante de aproximadamente R\$ 500 milhões como passivos, onde não há destaque para passivos financeiros.

Quando eu olho do ponto de vista de dívida, a Companhia ainda permanece tendo tomado apenas R\$ 11 milhões de financiamento. Tendo feito o seu pagamento de dividendos 20 dias após a aprovação em Assembleia Geral Ordinária, tendo pagos seus R\$ 96 milhões devido aos nossos acionistas.

Do ponto de vista de ativos, nós temos alguns destaques. O nosso *landbank* dentro dessa formação é praticamente 30% do nosso patrimônio. Hoje, o total contabilizado *landbank* é da ordem de R\$ 1,2 bilhão. Isso significa que os R\$ 11 bilhões de terreno em VGV contabilizados representam R\$ 1,2 bilhão, o que demonstra a força do que vem pela frente em termos de margem.

Um estoque de imóveis prontos e em construção na ordem de R\$ 760 milhões. E os recebíveis da Companhia na ordem de R\$ 1,1 bilhão.

Dito isso, fechamos com o ROI anualizado na ordem de 11% crescente porque viemos com praticamente 100% de lucro em relação ao 2T20, viemos com praticamente 100% de lucro em relação ao 1T21. Isso demonstra a força crescente dessa operação, seja em receita, em lucro ou em margem.

Dito isso, é o momento de passar a palavra aos nossos controladores fazendo menção também da chegada do presidente da Companhia, nosso também Diretor Técnico, Marcelo Ernesto Zarzur.

Antes de passar a palavra para as perguntas, algum comentário?

**Companhia:**

Podemos falar um pouco agora. Eu queria falar assim, olha o cenário é desafiador. Nós temos um incremento no preço dos materiais de produção relevante. A Companhia, ainda assim, conseguiu manter as margens que estamos acostumados a trabalhar, conseguimos fazer uma liquidez de forma razoável.

Quero lembrar que esse aumento aumente o valor do nosso patrimônio. Quando o Emílio fala que temos R\$ 1,2 bilhões a preço de escritura, ele vale pelo menos o dobro disso. Quando ele fala que nós temos R\$ 760 milhões de estoque é a valor contábil. Esse valor do estoque é muito maior.

E, nós vamos usar essa força para fazer liquidez, vamos acelerar a Companhia. Isso é o que nós temos aqui como planejado, acelerar a Companhia para atingirmos um faturamento maior mesmo dentro desse cenário. Seremos ainda mais agressivos e devemos ter resultados mais fortes de venda.

O cenário não é fácil, mas a Companhia está plenamente preparada para dar bons resultados dentro desse cenário que estamos enfrentando.

**Emílio Fugazza:**

Senhores, podemos abrir?

**Companhia:**

Sim, pode abrir.

**Emílio Fugazza:**

Então, Pedro, por favor, vamos abrir para perguntas dos nossos analistas *sell side* e *buy side*.

**Pedro Tadeu Lourenço:**

Ok. Obrigado senhores. Agora abriremos para perguntas primeiramente dos nossos analistas *sell side*. Depois, para os *buy side* e demais investidores. Na medida em que o tempo permitir, atenderemos as perguntas que vierem via chat.

Para os analistas que desejam se manifestar, solicitamos que seja utilizada a funcionalidade *raise hand*, para que o nosso time de suporte possa colocá-los na fila.

**André Dib, Itaú BBA:**

Bom dia, pessoal. Obrigado pela apresentação e pela pergunta. Na verdade, são duas perguntas do meu lado. A primeira é se vocês podem comentar sobre o que foi falado no *release* de que podemos esperar um *mix* de produtos com uma presença maior de médio alto e médio padrão fazendo também um paralelo com a velocidade de vendas desses segmentos.

A segunda é relacionada ao *landbank* para entender o quão confortável vocês estão com esse nível de banco de terreno. E, se partir de agora deveríamos esperar uma atuação mais na recomposição desses terrenos conforme forem evoluindo os lançamentos. Obrigado, pessoal.

**Companhia:**

...*mix* de produtos, o Emílio está dizendo que lançaremos mais produtos de médio e alto padrão. Isso é natural é do *landbank*. Antes o nosso *landbank* estava mais concentrado mais na Grande São Paulo, agora estamos mais em São Paulo com a maior parte desse *landbank* na zona sul de São Paulo.

A Zona Sul de São Paulo pode-se falar que é o coração financeiro do Brasil como um todo. Ela é enorme, os preços de venda na Zona Sul são maiores. Isso nos levará a ter um *mix* de venda de faturamento mais bem colocado nessa faixa de renda.

Tem mais um ponto porque com o aumento de custo da construção, o setor mais afetado foi o de média baixa e baixa renda. Então, nós reposicionamos também, nós temos essa capacidade de reposicionar os lançamentos e escolher os melhores lançamentos para serem feitos nesse momento, que são os do médio e médio alto.

Nós conseguiremos atingir o *guidance*, reposicionando e lançando os produtos que estão adequados para vender nessa situação que é mais médio e médio alto. Não é

que não tenhamos alguma coisa de médio baixo, mas concentraremos no médio e médio alto.

**Companhia:**

Na recomposição de *landbank*, posso adiantar que sem fazer força, ele acontece de forma natural porque nós temos uma série de oportunidades sempre aqui no nosso departamento de terrenos. Vamos estudando isso e conforme vão acontecendo os lançamentos, recompomos sem dificuldade. Aliás, é fácil aumentar o estoque uma vez que temos caixa.

**Companhia:**

Mas temos que falar que estamos confortáveis com o volume de *landbank* que temos nós vamos recompor isso aos poucos. Nós estamos realmente confortáveis. Nós temos R\$ 14 bilhões de *landbank*, o que é um número significativo.

Como o Marcelo falou, só vamos comprar, como sempre fizemos, quando o preço for atraente para nós, senão não compraremos.

**Pedro Tadeu Lourenço:**

Obrigado. Sr. André, gostaria de fazer mais alguma pergunta?

**André Dib:**

Era isso do meu lado mesmo, pessoal. Muito obrigado. Ficou claro.

**Companhia:**

Obrigado, André. Bom dia.

**Hugo Grassi, Bradesco BBI:**

Bom dia, a todos. Muito bom revê-los, mesmo que dessa vez do lado de cá da tela. Primeiramente, está todo mundo de parabéns pelo resultado. Parabéns, inclusive ao time de RI pela divulgação de super qualidade.

Acho que ficou bastante claro as fortalezas do modelo de negócio da EZTec. A resiliência das margens, projetos muito icônicos já sendo lançados e muito foco na execução.

Eu queria insistir aqui na pergunta nesse assunto de média renda. Eu sei que aqui realmente é o histórico da EZTec, é o berço da EZTec ter produtos de muita qualidade na média renda. Eu entendi que parte da exposição média renda agora está vindo de projetos que estavam sendo inseridos na baixa renda e que passam ser readequados, uma readaptação aqui do *pipeline*.

Mas eu queria que vocês pudessem dar um foco talvez no projeto Unique Garden, lá do Parque São Domingos, que me parece que será um projeto bastante relevante para olharmos e observarmos como é que procede.

Primeiro, porque são muitas fazes, é um projeto bastante grande e entra muito criticamente aquele *trade off* entre precificação e velocidade de venda. Gostaria de entender, na cabeça de vocês, como vocês estão imaginando esse lançamento, que imagino que virá em breve, do Unique Garden. Então, essa é minha primeira pergunta.

Queria aproveitar, se puder, e também fazer uma pergunta sobre aqui mais para o panorama de obra. Estou vendo que parte do incremento de receita que vocês chegaram nesse trimestre vem por conta de um ritmo de execução de obra.

Queria entender se vocês entendem que está normalizado e se conseguiram digerir os atritos que tiveram, nesse momento, até de fornecedores nessa fase anterior da pandemia. E, assim no geral, o que vocês estão sentindo nessa parte de obra?

Se tem ainda um esgarçamento da cadeia de fornecedores e preços. Então, é isso. É média renda primeiro e, esse panorama de obras. Por favor e muito obrigado.

**Flávio Ernesto Zarzur:**

Bom dia, Hugo. É um prazer vê-lo do outro lado também porque você faz parte do nosso DNA. Fico muito satisfeito de ver sua evolução na cadeira. Para falar do terreno da Bandeirantes, que hoje é o nosso projeto Unique Garden.

Como você falou, é um projeto que está muito ligado ao nosso DNA. Nós já fizemos alguns projetos muito grandes na cidade de São Paulo, mas é um projeto que se equivale à Cidade Maia e ao Jardins do Brasil. Diferente desses outros é um projeto que está inserido dentro da cidade de São Paulo.

É um terreno emblemático, um terreno que carregamos durante muito tempo. Tivemos uma série de dificuldades que, graças a Deus, estão superadas. Estamos muito confiantes com esse projeto e, como você falou, acreditamos que ele terá um desempenho muito bom.

**Companhia:**

Só para complementar o que o Flávio está falando, 65% desse terreno nós adquirimos a menos de um ano ou há pouco mais de um ano. Apesar dele falar do tempo que está no nosso *landbank uma aquisição vai ser feita*.

Esse terreno é completamente fora da curva. Ele tem uma posição espetacular, o projeto é espetacular. Ele está junto de Pinheiros, junto da Zona Oeste de São Paulo. Então, tem uma comparação de preço com um local de alta renda. Então, a nossa aventura, Marcos fez lá um plantão espetacular.

O plantão é espetacular, o projeto é espetacular. A sensação de entrar no terreno é única. Teremos uma alta velocidade de venda lá com um alto preço.



Essa é a nossa expectativa, é conseguirmos as duas coisas lá, porque realmente é um projeto completamente fora da curva pela posição do terreno. Aquilo que fizemos é a primeira fase de outras e tenho certeza de que será um baita de um sucesso.

**Companhia:**

Hugo, só parte falar, não aguento não falar um pouco desse projeto porque estamos lá, desenvolvido junto com todos. Esse projeto, além dele trazer o pessoal lá de Pinheiros e da Lapa para vir ao lado de cá com um custo-benefício bem melhor, ele te dá a sensação de estar fora de São Paulo e ele compete com todos aqueles condomínios.

Milhares e milhares de casas que estão ao longo da Anhanguera e da Bandeirantes. Ao invés de você ir lá, demorar, passar pelo pedágio e ter todo aquele estresse, você fica dentro de São Paulo e fora de São Paulo. Ele é muito especial.

**Companhia:**

E do lado do Parque Toronto. O Marcos está falando isso porque esse empreendimento tem um verde, um adensamento muito baixo. É uma sensação realmente de que você mora em um condomínio de casa e não em um apartamento. É uma coisa diferente. Tenho certeza que será um sucesso.

**Companhia:**

Bom Hugo, falarei agora sobre as obras. Primeiro, é um prazer ver você aí. Um menino que começou aqui, me lembro que ele vinha de patinete, bicicleta. É legal ver você crescendo na carreira, Hugo.

Quanto as obras, já nos readequamos a nova realidade. Já sabemos que os prazos são outros, então o nosso planejamento já se programou, os suprimentos já se reprogramaram para as novas datas de entrega porque realmente continua ainda muito demandado o mercado de construção.

Quanto aos preços, achamos que eles já começaram a se estabilizar. Realmente, eles estão em um patamar alto ainda, não esperamos um retorno tão breve dos preços. O fornecimento já está, na maior parte, em dia. Então, as obras estão transcorrendo normalmente.

A maior dificuldade já passou que foi a readequação aos prazos e a falta de material, que agora não está mais acontecendo. Então, acreditamos que o desafio é grande, mas vamos cumprir e vamos entregar as obras.

Inclusive, tivemos oportunidades de obras que estavam um pouco mais adiantadas, como o Fit Casa, de adiantarmos a entrega. Então, estamos adiantando a entrega do Fit Casa.

Então, é isso. Para frente, o desafio é grande, mas temos plena certeza que vamos conseguir cumprir as metas. O incremento também INCC vem suprindo grande parte dessa diferença no nosso orçamento ao longo do tempo, Hugo.

Muitos insumos sobem acima, mas alguns insumos não sobem na mesma proporção. No geral, conseguimos nos mantermos dentro dos orçamentos.

**Companhia:**

Quero lembrar também que conseguimos um aumento de preço de venda. Então, na verdade, temos vendido os produtos hoje por um pouco mais do que vendíamos antes, o que também nos dá uma ideia de estabilidade de margem. O Emilio até demonstrou um aumento de margem para nos dar a ideia de uma estabilidade de margem, apesar do aumento do custo de construção.

**Emílio Fugazza:**

Hugo, muito alegria de ver você aí.

**Hugo Grassi:**

A alegria é toda minha, Emílio. Vocês estão de parabéns. Agradeço pela pergunta e agradeço por tudo.

**Emílio Fugazza:**

Nós que agradecemos. Um ótimo final de semana para você. Bom trabalho.

**Gustavo Cambaúva, BTG:**

Oi, pessoal. Bom dia a todos. Eu queria fazer aqui duas perguntas. Na primeira, vocês comentaram bastante do projeto Bandeirantes. Queria entender mais, não só esse projeto, mas esses três projetos grandes de vocês, o Bandeirantes, o Arkadio e o Infinity mais sobre a ótica de margem mesmo o que vocês estão esperando.

Historicamente, vocês sempre conseguiram uma economia boa, uma eficiência boa de obra também nesses projetos maiores, que se mostraram projetos com margens bem altas. Entendo que esses projetos estão pouco refletidos ainda no *backlog* da Companhia. Queria entender qual é a expectativa talvez de margem, uma vez que esses projetos comecem a fluir um pouco mais forte pelo resultado da Empresa.

Ainda nessa linha, uma segunda pergunta até com relação à venda desses dois maiores. Vocês falaram que o Bandeirantes, mas não do Infinity e do Arkadio. Como estão vendo a demanda para esse segmento de mais alto padrão em São Paulo? Essa mudança recente de taxas de juros mexeu alguma coisa ou segue tão forte quanto estava nos últimos meses e no ano passado ou mudou alguma coisa? Obrigado e bom dia.

**Companhia:**

Bom dia, Cambaúva. Muito obrigado pela pergunta. É um prazer responder aqui para você. Vou começar e depois passo a palavra aos nossos vice-presidentes e diretores. É o seguinte, começando aqui pelos lançamentos que já fizemos, tanto o Arkadio quanto o Infinity, são lançamentos que representam um segmento de alta renda.

Historicamente, são lançamentos que sustentam as nossas margens acima 40% sem problema nenhum. Isso nós percebemos, Cambaúva, fazendo um paralelo com o nosso lançamento do Signature. Já foi um lançamento feito dentro de um momento pressionado de custos, mas o preço respondeu e a aquisição do terreno foi muito bem-feita.

Essa é a mesma realidade que nós temos tanto para o Infinity quanto para o Arkadio. Cada um tem uma característica diferente, distinta, mas ambos para sustentar as margens que você vê hoje. Então, eles estão de acordo com o nosso *backlog*.

O Bandeirantes é uma estratégia diferente. A estratégia dele era muito mais parecida com o que você viu lá atrás no Cidade Maia. Ele é um empreendimento grande, são várias fases. Nós começamos vendendo ele e, temos que vender por um preço competitivo. Um preço competitivo significa, eventualmente, margens na partida um pouco menores do que essas que você vê hoje na Companhia.

Isso é assim. Quando você vê o *backlog* em 45, esse *backlog* é o *mix*. Eu tenho lá empreendimentos de 38, de 37 e tenho empreendimentos de 50. O Bandeirantes não vai fugir a essa regra. Ele começa mais baixo e vai ganhando tração e importância ao longo do tempo.

Quero lembrá-lo, o INCC também é um excelente componente neste jogo que o Bandeirantes vai viver. Então, não tenho dúvida de que a médio prazo, o Bandeirantes estará dentro do que você hoje na EZTec.

#### **Companhia:**

Queria também falar uma coisa, ainda sobre o Bandeirantes. O Bandeirantes é um megaempreendimento, como foi falado aqui, como o Cidade de Maia e como o Jardim do Brasil. E ele é em São Paulo, ele é o primeiro de uma série desses megaempreendimentos que faremos em São Paulo. Nós temos outros que virão.

Isso é a especialidade da EZTec, é aquilo que nós fazemos melhor. E me arrisco a falar que quase só nós sabemos fazer esse tipo de coisa porque é uma mecânica e um controle todo que nós temos na forma de trabalhar como um todo que nos leva a ter um resultado espetacular no fim.

Neste empreendimento, pela oposição dele, nós vamos começar com uma coisa melhor porque como eu falei ele está junto de Pinheiros, está junto da Zona Oeste, ele é em São Paulo. Devemos começar com uma margem um pouco maior do que o Emílio está imaginando e vamos subindo gradativamente. É uma mina de ouro. É isso que eu queria falar. Você quer complementar?

#### **Companhia:**

Queria acrescentar uma coisa nesse empreendimento da Bandeirantes. Os que estão mais inseridos no desenvolvimento do produto é o Silvío e o Marcos, eu vou lá de vez em quando olhar o terreno e vejo de uma maneira como um observador.

Eu vou dizer para você, quando nós compramos os terrenos e fizemos o lançamento do GPA, imaginávamos o preço de R\$ 9 mi, R\$ 8,5 mil ou R\$ 8 mil. Nós estamos atingindo lá R\$ 10,5 mil. Porque é um terreno que encanta, o da Mooca é um terreno que encanta, assim como o Ereditá.

Assim como também é um terreno que encanta o da Bandeirantes. Só que o da Bandeirantes encanta ainda mais. O Emílio imaginou uma estratégia que o Sílvio vai sair vendendo, vendendo 5% em um preço mais barato e vai subir rapidamente. O Sílvio já falou que talvez ele saia um pouco mais para cima.

O problema é que é fora da curva, é diferente e não replicável. Nesse empreendimento da Bandeirantes, não sabemos onde vamos chegar. Vamos sair já em uma posição boa, onde nós vamos chegar é só para cima.

**Companhia:**

Cambaúva, é assim. Como em outros empreendimentos, principalmente esses megaempreendimentos, nós temos uma equipe de venda muito forte, levamos muita gente no plantão para poder fazer a venda.

O segredo que acontece é que o Sílvio e nós da equipe de vendas sabemos não canibalizar ele, não demonstrar que tem tanto produto a ponto de cair o preço. Ao contrário, ou compra agora ou terá que comprar mais tarde na sequência. Em função de tudo isso, temos essa especialidade de conseguir ganhar preço mesmo em grandes empreendimentos.

Todo mundo que fez grandes empreendimentos, vende muito barato, se canibaliza e depois, só sai o preço lá na frente. Temos essa especialidade, sabemos como conduzir e sabemos a mina de ouro que nós temos. Principalmente, porque o meu querido Diretor Financeiro, Emílio Fugazza, deixa o caixa tranquilo para ficarmos tranquilo de vender ou não vender.

**Companhia:**

Deixa eu falar do Infinity que você perguntou também. O Infinity é um prédio único. Ali, tivemos uma característica dele que foi o início imediato de obra. O pagamento do terreno aconteceu junto com a aprovação, então o pagamento do terreno aconteceu em menos de 30 dias, praticamente junto com o lançamento.

Basicamente, foi um pagamento de outorga neste terreno, mas ele ocupou o terreno inteiro. Como ele ocupou o terreno inteiro e demos o início de obra, fizemos uma estratégia de abrir para uma escritura que acontecesse.

O preço lá está girando em torno de R\$ 27 mil por m<sup>2</sup>, mas não temos ainda o plantão convencional, não temos isso que o Marcos falou que é a forma de vender como trabalhamos, plantão, decorado, tudo o que vem em um empreendimento de mais de R\$ 600 milhões. Não fizemos isso ainda. Isso acontecerá dentro desse ano. Nós locamos um terreno ao lado do empreendimento, onde será construído, o Marcos projetou um plantão, um show room de vendas que será o mais espetacular, será inusitado em São Paulo.

Quando esse plantão ficar pronto, as vendas começarão a acontecer em um volume mais razoável. Quero lembrar uma coisa, ter esse estoque que nós temos agora de mercadoria, o nosso estoque é na Zona Sul. Ao invés de ter um estoque em Guarulhos, temos um estoque no Paraíso, no coração de São Paulo, a 500 metros do Parque do Ibirapuera.

Isso é maravilhoso para nós, é um ponto que a Companhia ainda não tinha atingido. A margem dele é altíssima, como você pode imaginar. E temos certeza do sucesso desse empreendimento.

Queria aproveitar para falar mais uma coisa. Nós temos 60 mil m<sup>2</sup> de terreno na Mooca ainda para lançar. Nós temos um terreno de eixo de 43 mil m<sup>2</sup>, 44 mil m<sup>2</sup> na frente da represa de Guarapiranga. Nós compramos o Extra da Marginal Pinheiros com 108 mil m<sup>2</sup> que terá um VGV de mais de R\$ 2,5 bilhões. Ele ainda não está retratado.

Quando o Emílio fala de *landbank*, ele fica com aquilo que nós pensamos lá na hora de comprar o terreno, lá atrás, não está reprecificado. Então, nessa sequência de grandes empreendimentos que estávamos falando na Bandeirantes estamos em linha. E esses novos, são melhores ainda do que o da Bandeirantes porque eles estão mais bem posicionados.

A Companhia está caminhando para um outro patamar. Vamos atingir um patamar diferente desses que vivemos hoje. Em um ou dois anos essa Companhia estará de outro jeito, muito maior e muito mais forte do que está hoje.

**Companhia:**

Cambaúva, conseguimos atingir a expectativa da resposta? Tem mais alguma dúvida?

**Gustavo Cambaúva:**

Não, está ótimo pessoal. Acho que foi muito bem respondido. Obrigado. Bom dia a todos.

**Companhia:**

Gustavo, bom dia. Foi um prazer falar com você. Obrigado.

**Taís Alonso, Citi:**

Bom dia a todos. Parabéns pelo resultado. Minha pergunta vai na mesma linha de lançamento. O lançamento que vocês fizeram do Infinity realmente vendeu só duas unidades, parte foi explicado pelo que vocês comentaram da falta de estande.

Quando devemos ver esse lançamento começar a 'rampar' efetivamente? Quando falamos dos concorrentes agora lançando projetos mais *high end*, vimos Versace, por exemplo, atingindo quase 60% no primeiro mês de vendas.

E o Arkadio também tem o ponto do *long stay*. Qual foi a estratégia de vocês terem lançado esse *long stay* de 100 m<sup>2</sup> dentro do projeto? E se vocês devem se valer da estratégia que vocês usaram no Cidade Maia de locação / venda atrelada a ele.

A segunda pergunta é sobre a carteira que vem diminuindo. Vocês têm a estratégia de reduzir um pouco a taxa de financiamento para manter um pedaço dessa carteira ainda dentro de casa ou realmente vocês vão deixar enxugar com os repasses aos bancos? Obrigada.

### **Companhia:**

Com relação ao Infinity, que tem essa comparação com o Versace, a verdade é que não decolamos nesse empreendimento por uma questão de *timing*. A nossa tática de venda virá um pouco para frente, visto que a obra já está começando agora e ocupando 100% do terreno.

Nós conseguimos locar um terreno de 1.000 m<sup>2</sup> ao lado do empreendimento onde tinha uma floricultura que é de frente para a 23 de maio. Começamos semana que vem a construir o nosso *showroom* de vendas. Eu chamo de *showroom* porque é acima de tudo que você já viu por aqui.

Nós vamos fazer uma coisa fora da curva que deve ficar pronto por volta de dezembro. E nós vamos estar apresentando esse produto, de forma com a obra acontecendo e vamos vender ao longo do tempo. Nós não temos uma pressa muito grande na venda de um produto tão especial.

Não tem outro terreno de 11 mil m<sup>2</sup> em um raio nem de dois quilômetros do Parque Ibirapuera. Não existe esse tipo de produto. Então, é uma coisa tão escassa e tão especial que queremos vender até com uma relativa calma esse produto.

Não digo a mesma coisa para os outros. Quando você falar do Arkadio, quero vender o Arkadio porque depois eu já tenho outro para replicar. E quando vendermos a Bandeirantes, quero vender a Bandeirantes porque já tenho outro para replicar. O EZ Infinity não tem outro para replicar, não dá. Queremos tirar o melhor resultado possível desse produto e nós vamos tirar.

### **Companhia:**

Vocês devem ver atingirmos alguma coisa com 40% de venda de novembro em diante uns seis meses. De novembro em diante, quando inaugurarmos o plantão, temos como meta vender 40% do empreendimento em seis meses. É isso.

O Arkadio é um prédio espetacular. O que marca o Arkadio e que é forte é um novo modo de viver. A pessoa que chegar em uma casa e quer ter serviço junto com a moradia. Embaixo do prédio terá um concierge, se a pessoa quiser terá arrumação, se

a pessoa quiser vai uma pessoa lá cozinhar na casa dela. Se a pessoa quiser, irá uma pessoa arrumar a roupa de cama dele ou a roupa de esporte que ele vai sair.

Ele vai chegar em casa e encontrará em cima da cama a roupa dele para poder jogar tênis. Então, tem um serviço que está agregado também no prédio. O *long stay* é um benefício que a prefeitura nos dá.

Nós fizemos lá embaixo os apartamentos de 100 m<sup>2</sup>, eles nos darão uma massa crítica para podermos manter o serviço dentro do prédio. Ele será locado como *long stay*. Isso pode vir a mercado e nós poderemos vir a vender ou vender eles como um todo. Isso ainda não está resolvido. Ele não está à venda no momento. Por que você viu ele no *folder*? Porque é a obrigação da construtora informar que existe um *long stay* para quem está comprando o residencial.

Então, acho que é isso que eu falei. O *long stay* ajuda na venda do outro produto. Então, ele ajuda na venda do residencial e tem muito valor também. Agora o modo de comercialização ainda não estou certo, se vamos vender para investidor individual ou se vamos vender ele como um todo.

Agora essa estratégia que você falou de locar os apartamentos, provavelmente pode ser implementado em alguns prédios, a saber de quando entregarmos. O nosso negócio principal não será ficar locando apartamento.

Se quando entregarmos o prédio tiver uma proposta, se encontrarmos uma forma de vender antes, nós vamos vender, vamos vender como unidade e vamos vender com um todo, isso é certo. Se não encontrarmos isso, vamos locar e vamos vender esse negócio funcionando.

#### **Companhia:**

Esse projeto como o Arkadio e o Air Brooklyn são conceito Miami, esses prédios do Four Seasons, com serviços como o Sílvio falou. Então, são prédios bem localizados com massa, com volume e que você consegue conceituar e agregar valor no conceito de serviços. Com um preço de condomínio bem baixo devido a quantidade de unidades, tipo Miami.

#### **Companhia:**

Não sei se vocês conseguem enxergar aqui, até pela apresentação do Emílio que ele mostrou dos lançamentos, estamos com uma nova linha de produtos. Os nossos produtos não são mais produtos que estão alinhados com os produtos da concorrência. Os nossos prédios têm 40 andares, tem piscina de 25 m<sup>2</sup> na cobertura, 600 unidades. Eles têm uma série de coisas que não tem na concorrência.

Qual é a ideia? A ideia é sairmos da comparação de preço. Então, se o concorrente lançou um prédio ao lado e está vendendo o prédio por R\$ 10 mil o metro, eu não tenho nada a ver., não tem uma correlação com o que fazemos.

Então, podemos vender a R\$ 12 mil ou R\$ 13 mil porque o nosso produto é outro produto. Essa é a ideia da Companhia até lá na Vila Prudente, onde lançamos o Green Ville. Estamos vendendo lá por um preço bem diferente da concorrência porque o nosso prédio é diferente.

Nós estamos com esses prédios pela cidade inteira, estamos com esses prédios em Osasco, estamos com esses prédios na Zona Sul inteira, na Mooca, em todo lugar temos esse tipo de prédio. É o objetivo da Empresa, nos diferenciar para podermos

descolarmos do custo da concorrência. Não queremos ser comparados com a concorrência, queremos ter um produto diferente que eles paguem, um conceitual.

### **Companhia:**

Taís, falando da carteira, acho que a resposta é mais simples. Na verdade, nós passamos por uma fase de diminuição de taxa de juros em um sistema que levou os financiamentos bancários a menor taxa de juros de todos os tempos. Então, nós vimos uma migração da nossa carteira, mas em larga escala ela não é dos clientes mais recentes, não é dos clientes que nós fizemos a alienação fiduciária nos últimos três anos. Ela é dos clientes que nós fizemos alienação fiduciária entre 2010 até 2015, 2016.

Então, o que acontece, eles já tinham um percentual de pagamento bastante importante, o preço daquela unidade estava bem valorado. Isso significou que eles conseguiram fazer essa migração, isso é o fim.

Paulatinamente, isso é fim porque a taxa de juros vai subindo do próprio financiamento bancário com a quantidade de unidades que atingiram esse ponto ainda fica menor. Por este lado, essa migração chegará ao fim.

Outra questão importante é que a quantidade de entregas que nós temos começa a ser muito representativa. Só agora, nos próximos seis meses, o Marcelo tem seis entregas acontecendo. Dessas seis entregas, apenas dois empreendimentos são no Fit Casa.

Então, temos quatro empreendimentos de média alta ou de alta renda acontecendo, onde é fatal existirá geração de alienação fiduciária mesmo que seja acessória, mesmo que seja um pouco menor do que antes, ela começará a acontecer por causa das entregas.

Para o ano que vem isso será maior ainda. Sabe por quê? O volume de vendas de todos esses empreendimentos lançados em 2018 e 2019, que são os que estamos entregando agora, o volume de vendas é enorme. O estoque que vem com esses empreendimentos é muito baixo.

Então, são empreendimentos bem vendidos e você tem sempre um contingente ali que não tem interesse de fazer financiamento bancário. Como exemplo, temos o Z Cotovia, nós entregamos agora nos meses de março ou abril, a entrega final para os clientes, quando nós percebemos uma formação de 5% de alienação fiduciária.



Alienação fiduciária sendo formada nas taxas de juros históricas que nós temos na Companhia.

Então, esse volume virá. Não existe nenhuma discussão sobre fazermos taxas de juros diferentes do que estamos fazendo hoje. Até porque precisamos entender para onde vai essa taxa de juros do sistema. Isso ainda é pouco inseguro para discutirmos no momento, Taís.

**Companhia:**

Posso falar que a projeção da Companhia não aponta para nenhum prazo da diminuição da carteira. Na nossa projeção, a carteira de recebíveis deve aumentar nominalmente no médio prazo.

**Companhia:**

Taís, respondemos a sua pergunta?

**Taís Alonso:**

Responderam. Muito obrigado, gente.

**Companhia:**

Obrigado. Bom dia para você.

**Taís Alonso:**

Ótima semana.

**Daniel Gasparetti, Credit Suisse:**

Bom dia a todos. Obrigado pelo *call*. A minha pergunta é referente a questão de *affordability*. Gostaria de entender como vocês estão enxergando a capacidade de compra dos compradores diante de um cenário de aumento de juros e pressão dos preços.

Vocês comentaram pouco na resposta do Cambaúva a respeito do momento atual, mas gostaria de entender como vocês estão enxergando isso par frente. E entender se vocês acreditam que ainda tem espaço para repasse de preços, repasse de aumento de custo para os preços dos imóveis ou se não. Já estamos em um patamar aqui que acabaremos afetando a VSO? Gostaria de entender um pouco dessa questão com vocês.

Se possível também pegar um pouco da visão de vocês a respeito da pressão de mão de obra. Entendo que para a Companhia isso é menos importante a verticalização da Companhia e a capacidade de engenharia.

Gostaria da visão de vocês a respeito disso para o setor como um todo. Como vocês acham que mão de obra se comportará na construção civil aqui em São Paulo? Nos próximos dozes meses, vocês enxergam o risco de falta de mão de obra ou um aumento de custo significativo? Obrigado e bom dia a todos.

**Companhia:**

Gasparetti, eu sinto ali na ponta, na venda, essa dificuldade do cliente para vendermos os apartamentos. É lógico que existe uma dificuldade maior, mas já estamos enfrentando isso já nos últimos seis meses. Mas no mercado existe uma vontade muito grande dos clientes comprarem os apartamentos. Então, continuamos fazendo esse trabalho.

Eu não enxergo para frente uma dificuldade maior ainda do que a que já passamos nos últimos tempos nesse sentido. Os preços dos apartamentos subiram e os clientes demoram um pouco para absorver essa nova faixa de preço. Mas continuamos trabalhando e trazendo porque era o ímpeto e a vontade do cliente querer um imóvel continua e estamos conseguindo fazer essas vendas. Quer complementar Sílvio?

**Companhia:**

Quero falar o seguinte, vender não será fácil. Quero lembrar que temos margem líquida acima de 40. Nós vamos fazer liquidez. Não sei se o mercado como um todo conseguirá vender ou não. É uma resposta que eu não tenho. Realmente tem um aumento de preço, diminuiu um pouco a capacidade de compra do cliente e, isso pode levar a uma diminuição da velocidade de venda geral.

Quando você está sentado em uma posição como a nossa, do jeito que estamos montados aqui na Companhia, podemos diminuir um pouco o preço sem afetar tanto a margem e vamos dar liquidez na nossa. Então, o que eu posso falar é que a nossa mercadoria será vendida, isso eu tenho certeza.

Nós temos um posicionamento diferente. Nós compramos os terrenos por um preço diferente, nós construímos por um preço, fizemos projetos diferentes, temos margens diferentes e temos a melhor empresa de vendas do Brasil. Com tudo isso junto, vamos vender muito bem, eu tenho certeza.

Tem só mais um fator que eu vou falar, pode ser que chegue em março e tenhamos uma retomada geral. Eu não sei. Em março do ano passado, antes de começar a pandemia, a coisa parecia que iria explodir, de bom. Pode ser que chegue em março e comece tudo isso de novo. E podemos ter uma retomada super violenta das vendas e todo mundo conseguir vender.

Pode acontecer também uma perspectiva em que não temos certeza de como as coisas se comportarão. O fim da pandemia é igual ao fim da Segunda Guerra Mundial? Não sei. Falam que no final da Segunda Guerra teve um *boom* gigante para todo tipo de coisa. Vamos ver.

Dentro do cenário que tem hoje, da forma como temos o cenário que está montado hoje, vamos navegar muito bem. Acho que esse é o ponto.

**Companhia:**

Sobre a mão de obra, a minha percepção é que não teremos um incremento muito grande. O incremento grande já aconteceu. Aconteceu quando grande parte da mão de obra do nosso mercado foi para o Nordeste e foram beneficiados com o auxílio Corona Voucher. Esse auxílio acabou, a grana está acabando e eles estão voltando.

Esse é um dado que nós temos, que a formiguinha parou de consumir o cimento. Então, quando a formiguinha para de consumir o cimento, que era um pessoal que foi lá para o Nordeste com o auxílio Corona Voucher eles estavam consumindo.

Termina o dinheiro lá e eles têm de voltar para cá. Então, a oferta de mão de obra volta. Lembrando que em 2011, a EZTec chegou a 32 canteiros próprios e mais 4 de parceiros, onde foi o pico de mão de obra no meu entender.

Nós tínhamos a mão de obra da construção civil no topo, tínhamos a construção de estádios e de estrada e infraestrutura em todo o Brasil para a Olimpíada e para a Copa do Mundo. Hoje basicamente só temos a construção civil, obra pública muito pouco, não tem nenhuma usina fazendo.

Então, não estou dizendo que a mão de obra não está demandada, ela está, mas ela não ficará mais demandada do que está hoje precificada. Essa é a impressão que eu tenho e o estudo que fazemos aqui na EZTec. Daniel, se tiver alguma dúvida estamos à disposição.

**Emílio Fugazza:**

Daniel, respondemos?

**Daniel Gasparetti:**

Praticamente sim, Emílio. Se você me permitir fazer um *follow up* na primeira pergunta a respeito de capacidade e posteriores aumentos de INCC nos preços. Se você acha que ainda tem capacidade de preço ou talvez já seja um limiar que afetará a VSO?

**Companhia:**

Tenho certeza que sim. Acompanhando o INCC sim, aumento acima do INCC não estou enxergando por enquanto. Vocês têm que entender o seguinte, quando olhamos o nosso *landbank* e o Emílio vem com esse *landbank* ou a previsão que temos dentro da compra do terreno, na hora que lançamos isso é reprecificado.

Por exemplo, a Vila Prudente, esse que é o Green Ville, nós compramos para lançar a R\$ 7 mil, na hora lançamos a R\$ 8 mil, R\$ 8,1 mil. Eu falo assim, você mede o mercado e pega o preço.

O reajuste da mercadoria pelo INCC acontecerá e acho que será bem absorvido, não acredito que o INCC vai andar tanto. Ele vai andar 6, 6,5 ou 7 durante o ano, o que é absorvido pelo cliente também.

**Companhia:**

Daniel, acho que o que o Silvio falou é a verdade. O grande aumento do INCC que devido ao aço, à mão de obra, aos metais, as commodities todas já aconteceu. Daqui para frente, não estou enxergando espaço para eles subirem muito mais. O INCC não vai andar na mesma velocidade que vinha andando.

Estou acreditando que o que o Silvio falou do INCC para o próximo ano uma variação de 6% ou 7% e não os 17% que temos para trás. Então, o INCC também andarás mais devagar.

**Daniel Gasparetti:**

Está ótimo senhores. Muito obrigado pela resposta. Bom dia e bom final de semana.

**Emílio Fugazza:**

Obrigado, Daniel. Bom dia e bom final de semana.

**Pedro Tadeu Lourenço:**

Senhores, a teleconferência de resultados da EZTec está encerrada. Agradecemos a participação de todos. Vamos passar a palavra aos Diretores para que eles façam as considerações finais.

**Companhia:**

A Companhia está vivendo um patamar diferente daquele de alguns anos atrás. Nós temos um preparo, temos aqui uma equipe super bem montada, temos uma sincronia muito boa de trabalho. Nós temos um *landbank* incomparável. Temos uma capacidade de comprar terreno aqui em São Paulo através do nosso relacionamento, através do nosso conhecimento e network que é inigualável.

Nós compramos terrenos em um relacionamento de um amigo ou de uma pessoa que conhecemos há muito tempo. Moramos aqui em São Paulo desde que nascemos. Provavelmente, somos os maiores compradores de terreno de São Paulo. Não vai à venda nenhum terreno em São Paulo, praticamente, sem passar por aqui.

Então, temos a oportunidade de olhar todos. Todo mundo sabe que pagamos em dinheiro. Tudo isso nos dá uma facilidade na manutenção e na aquisição de *landbank*.

Nós temos montado nessa empresa a melhor empresa de vendas do Brasil, é uma potência de vendas, uma força extraordinária, com uma equipe altamente qualificada. Um investimento em CRM que não tem, nós investimos mais de R\$ 40 milhões ao longo do tempo nesse sistema de gestão de clientes.

Nós temos aqui uma equipe de projetos que é super de ponta, vemos pela qualidade dos projetos que entregamos. Queria falar também que os projetos mais complexos desse segmento, que são completamente fora da curva, são desenvolvidos aqui internamente, não são de arquitetos contratados e daqui de dentro da Empresa.

Um projeto normal, nós damos para um escritório de arquitetura, um projeto fora da curva, um Ester Tower, um Infinity, é interno no escritório. É uma capacidade que nós de fazer internamente.

Quero lembrar também o seguinte, nós temos a EZInc. A EZInc está lá, nós estamos trabalhando, estamos construindo o Ester Tower, todos os terrenos que tínhamos nos comprometido, a época, a comprar foram comprados. Temos tudo isso em andamento. Arrumamos alguma coisa para melhorar, para nos adequarmos a esse novo tempo de pós pandemia que vamos pegar, mas acreditamos muito na EZInc.

A EZInc dará frutos. Ela não aparece no nosso balanço. Vocês leem o balanço todo trimestre e ela não está lá porque é um modelo diferente. Mas vocês vão ver que ela terá muito resultado, tenho certeza absoluta.

E também queria falar do Fit Casa. Se você comparasse a nossa firma de Minha Casa, Minha Vida com a margem dos outros, vocês têm uma ideia do tipo de coisa que podemos fazer no econômico.

Está em andamento, tem as dificuldades que nós estamos enfrentando agora. Nós preferimos, em um primeiro momento, focar na EZTec e deixar a Fit Casa um pouco para frente para enxergarmos um pouco melhor esse cenário. Mas ela também tem um *landbank* extraordinário, ela também tem um posicionamento muito bom.

Vocês viram as margens que trabalhamos. A diferença para a Fit Casa para a EZTec, é que a TIR da Fit Casa é muito grande, é muito maior. A margem é igual, só que a TIR é maior. Então isso pode ser também um negócio que pode, em um momento oportuno, dar muito resultado.

Então, era isso que eu queria falar. Outra coisa que é importante dizer é a nossa rotatividade de funcionários. Não temos de *turnover* de funcionário. Desde que fizemos o IPO, trocamos um Diretor.

Em 14 anos, trocamos um Diretor. Na verdade, não trocamos, ele passou para o Conselho. Isso tudo nos dá muita tranquilidade para atravessarmos todo tipo de situação com essa Companhia e, em frente conseguirmos fazer um resultado espetacular para nós e para vocês também. É isso.

**Companhia:**

Muito bom. Estamos felizes. Vamos caminhar juntos para enfrentar os desafios que vierem pela frente. Da nossa parte, um bom dia para vocês todos.

**Companhia:**

Também vou falar que a Companhia está preparada. Como falei, dez anos atrás tínhamos mais obras, o desafio era a maior e nós passamos. Nos preparamos durante todo esse tempo e só melhoramos, melhoramos o processo, treinamos mais equipe e estamos preparados para passarmos mais esse desafio.

**Companhia:**

Falarei mais uma aqui, eu e todos os meus irmãos estamos mais jovens do que nunca. Alguns mais que outros.

**Pedro Tadeu Lourenço:**

Bom dia a todos. A teleconferência de resultados da EZTec está encerrada. Agradecemos a participação e a presença de todos. Desejamos um ótimo dia.

“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”