

# TELECONFÊRENCIA 1T23

**PEDRO TADEU LOURENÇO:**

Bom dia, senhoras e senhores, sejam todos bem-vindos à teleconferência de resultados do 1T23 da EZTec. Eu sou Pedro Lourenço, responsável pelo Departamento de Relações com Investidores da Companhia e conosco aqui do nosso lado para esta apresentação estão, virtualmente, Silvio Ernesto Zarzur, Diretor Presidente da Companhia, Diretor Comercial de Incorporações.

Presencialmente, Flávio Ernesto Zarzur, Diretor Vice-Presidente, Presidente do Conselho de Administração, Marcos Ernesto Zarzur, Conselheiro da Companhia, Marcelo Ernesto Zarzur, Vice-Presidente e Diretor Técnico, e nosso Diretor de Relações com Investidores e CFO, Emílio Fugazza.

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 informações serão fornecidas.

Caso algum dos participantes necessite de assistência durante a conferência, queiram, por favor, solicitar a ajuda do suporte através do chat, em caso de falha na conexão reutilize o mesmo link ou ID disponíveis no nosso site [ri.eztec.com.br](http://ri.eztec.com.br) para retornar a esta 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, gostaria de mencionar que eventuais declarações durante esta teleconferência relativas às perspectivas de negócio da EZTec como projeções, metas operacionais e financeiras, constituem-se em de premissas da diretoria da Companhia, bem como informações totalmente disponíveis. Considerações futuras não são garantia de desempenho, elas envolvem riscos, incertezas, premissas, pois se referem a 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.

Agora eu gostaria de passar a palavra ao Sr. Emílio Fugazza que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. Emílio, pode prosseguir.

**EMÍLIO FUGAZZA:**

Pedro, muitíssimo obrigado. Bom dia a todos, é sempre um prazer, uma honra estar diante da teleconferência de resultados para o 1T23 da EZTec.

Começamos diretamente no slide de lançamentos do trimestre, onde temos a grata satisfação de anunciar o primeiro lançamento que fizemos em parceria com a construtora Adolpho Lindenberg, parceria essa que criamos no ano de 2022, depois de mais de 13 anos de trabalho com a construtora, empresa com a qual mantemos o mais alto nível de relação, e temos profundo respeito e admiração.

Começamos então com Jota by Lindenberg, empreendimento na Rua Gregório Serrão, esquina com a Joaquim Távora, na região da Vila Mariana, um VGV na participação EZTec de R\$127 milhões, pagamento esse feito em fevereiro deste ano, que já encontra-se 32% vendido, ou seja, 1/3 do total.

Este lançamento nos dá bastante força justamente para seguirmos para a próxima página, e mencionar que a Companhia envida todos os esforços, ou os melhores esforços para o lançamento do Lindenberg Ibirapuera, lançamento esse na região do prédio da IBM, na 23 de Maio na região do bairro do Paraíso, muito próximo do Parque do Ibirapuera.

Um empreendimento flagship da Companhia, onde a participação da EZTec dentro desse empreendimento atinge praticamente R\$600 milhões. Em termos de venda, está aberto, devemos começar, tudo indica que começaremos a assinatura de venda desses apartamentos ainda dentro do 2T23.

Logo na sequência, falando um pouco da nossa performance operacional, tivemos uma evolução de vendas nesse 1T23 se compararmos com a média de todo o ano de 2022, fizemos R\$414 milhões, fruto esse de um início de janeiro já com uma convenção realizada no Clube Atlético Monte Líbano, que contou com a presença de mais de 1,800 mil profissionais de vendas, que ajudou sem dúvida nenhuma a dar a largada no ano de 2023 com a força que nós temos neste reconhecimento de vendas por período.

Também é importante mencionar a venda líquida que ficou em R\$366 milhões mas lembrando que o distrato, parte desse distrato, uma parte importante dele, de mais de R\$20 milhões foram upgrades e downgrades, portanto, foi um distrato em uma ponta e se reverteu em uma venda na outra ponta. O distrato, propriamente dito, foi de apenas, digo apenas R\$26 milhões, o que nos coloca em uma das menores posições de distrato nos últimos tempos.

Logo na sequência, no próximo slide, gostaria de mencionar as entregas. As entregas serão um tópico extremamente importante no ano de 2023, sem dúvida nenhuma será para a Companhia o ano de maior volume de entregas de varejo que nós já fizemos.

Temos uma tabela nesse slide demonstrando que no 1T23, começamos entregando o empreendimento Z.Ibirapuera que encontra-se 65% vendido. Logo na sequência, agora no 2T23, devemos entregar duas obras que é Meu Mundo Mooca, uma obra em parceria, onde estamos desenvolvendo o projeto Minha Casa Minha Vida.

E o Jardins do Brasil, empreendimento de mais de R\$250 milhões em VGV na participação da Companhia, sendo realizado na cidade de Osasco, sexta fase do nosso empreendimento Jardins do Brasil, que está acabando no custo contabilizar, isso é muito importante mencionar.

Já no 3T temos a entrega do Parque da Cidade, empreendimentos em Guarulhos, como o Giardino, Piazza e Pin Internacional. Pin Internacional, um empreendimento de 1,400 mil unidades no programa Minha Casa Minha Vida, que está sendo entregue também no prazo e no custo contabilizado.

E fechamos o ano com o Air Brooklin, empreendimento extremamente importante, quase R\$400 milhões, 84% vendido na Avenida Santo Amaro, e o Ereditá na região da Mooca, também muito bem vendido.

Logo na sequência, mencionamos o nosso estoque. O nosso estoque de unidades residenciais soma, ao final do 1T23, R\$2,5 bilhões. Vale a pena uma menção, que desse estoque temos carregando ainda, aproximadamente, dentro do estoque, R\$120 milhões em apartamentos locados.

Essa estratégia que adotamos ao longo dos últimos anos e que logicamente visa a valorização desse imóvel e a venda com mais lucro do que no momento da própria entrega do empreendimento, uma atitude que tem sido assertiva para a Companhia em muitos casos.

Logo na sequência, mencionamos aqui, sem dúvida nenhuma, porque falamos do estoque de empreendimentos residenciais, agora mencionamos aqui imóveis em construção, compõem uma parte importante do nosso ativo também e que estarão prontos para gerar resultados para a Companhia assim que comercializar.

No lado esquerdo, o nosso Esther Towers, projeto na região do Parque da Cidade, com aproximadamente 54% emitido, onde já foram investidos neste projeto mais de R\$600 milhões até o momento, incluindo obra, terreno, outorgas, descontaminações, etc.

E do lado direito, a nossa do Torre Air Brooklin Comercial, os senhores podem ver a pele de vidro montada, estrutura metálica da cobertura já também montada, bem do lado da construção do nosso Air Brooklin Residencial, empreendimento que ficará pronto no final desse ano.

Este empreendimento comercial já está praticamente pronto para a comercialização, logicamente que ainda temos acabamentos, algumas montagens a serem feitas que serão realizadas a medida que tivermos um comprador ou um locatário para essa torre, mas é mais um empreendimento que tem um potencial de geração de valor para a Companhia no médio prazo.

Encaminho agora para o nosso landbank. O nosso landbank é residencial, essencialmente é da ordem de R\$8,3 bilhões. As únicas variações que tivemos ao longo do 1T23 é o próprio lançamento do Jota, que aparecem como lançamentos residenciais de R\$127 milhões e os R\$159 milhões que além de alguma variação de preço, é também a dedução do lançamento da Chanés que fizemos ao final do 4T22.

Fechando então com R\$8,3 bilhões, podendo ainda ser adicionado de mais próximo de R\$2,6 bilhões, projetos que nós temos em cláusula resolutive, contratados de cláusula resolutive, que podem ser ratificadas pela Companhia até o ano de 2029.

Vamos nos movimentar agora para os nossos indicadores financeiros. Vamos começar acima e à esquerda com a nossa receita líquida. A receita líquida da Companhia, fecha o 1T em R\$251 milhões, é até muito importante mencionarmos essa variação em relação ao 4T, onde obtivemos R\$311 milhões, são aproximadamente R\$60 milhões. A variação aqui, em primeiro lugar, é explicada pelo fato de que no 1T23 nós não tivemos nenhum fator extemporâneo, heterodoxo, afetando a nossa contabilidade no aspecto de receita.

Ou seja, no 4T22 nós tivemos alguma venda de terreno, nós tivemos reconhecimento de lançamento, nesse 4T que teve o reconhecimento do lançamento HUB e Haute Brooklin, desenvolvido ao longo de 2022, e sem dúvida nenhuma tivemos alguma coisa que nos afetou positivamente também, que foi uma laje comercial vendida naquele período.

Não houve nenhum desses fatores, então o que nós temos de reconhecimento é o fruto específico de vendas e de execução de obras, o toque de execução de obras realizado ao longo desse 1T.

Sem dúvida nenhuma, o 1T é impactado pelo início do ano com férias coletivas, pelo meio do trimestre com carnaval, isso faz com que exista alguma morosidade de execução de obra, que faça com que o toque não se desenvolva exatamente como toda a média de trimestre, o 2T e 3T, muito menos afetados por este tipos de eventos.

Nos movimentando agora para o lucro bruto e a margem bruta, aqui sim temos algum tipo de impacto importante de ser mencionado. Fechamos o 1T com R\$71 milhões, representando uma margem bruta de 28,4%.

Se olharmos logo abaixo, veremos a margem e o resultado a apropriar da Companhia, representado por aproximadamente 36%. O que é esperado pela Companhia, sem dúvida nenhuma, é que a margem bruta, como foi ao longo de praticamente 15 anos de capital aberto, é que a margem bruta sempre se reporte, sempre consiga conversar plenamente com a margem REF da Companhia, com a margem a apropriar da Companhia.

Portanto, essa diferença entre 28% e 36%, ela sempre é um impacto direto de efeitos ocorridos naquele trimestre. E esses impactos, sem dúvida nenhuma, como não há nada extemporâneo e nada exógeno, esses impactos, sem dúvida nenhuma, estão vinculados às obras, e temos mencionado isso em nossos releases, em nosso comunicado de 2022 é praticamente 75% a 80% desse impacto advém de incrementos de custo relativos ao nosso projeto EZ Parque da cidade.

Existem muitas preocupações, temos recebido as perguntas, se esse tipo de impacto se refere ou pode se referir futuramente a outras obras, só que nós temos percebido aqui, sem dúvida nenhuma, é que estes 80% de impacto estão sendo devido exclusivamente dentro do Parque da Cidade.

Os 20% adicionais podem ser devidos ainda em função de obras diferenciadas, obras extremamente de grande porte, a serem entregues em 2023, mas não temos percebido nenhum movimento de impacto futuro para as obras que serão entregues ao longo de 2024 e 2025.

Esse é o exato motivo pela qual a margem REF, tem permanecido nesse patamar linear de 37% a 36%. Vale a pena muito a explicação de por que os 36% e 37% em detrimento aos 40% que atingíamos no passado, como os senhores podem observar no 1T22.

Isso se deve ao fato que temos mencionado ao longo de aproximadamente dois anos e meio, os discursos que temos vivido na EZTec, novo lançamento na cidade de São Paulo, na qualificação de nossas obras, muitas dessas obras icônicas, temos observado custos que caminham acima do INPC médio promovido pela Fundação Getúlio Vargas.

É fácil pensar nisso, por exemplo, no próprio 1T23 onde o INPC se reportou em torno de 0,8% a 0,9% durante o trimestre inteiro. Logicamente que os custos que verificamos, os aumentos que verificamos e que temos, por exemplo, as instalações foram acima dos reportados pelo INPC.

Dessa forma, as margens de hoje demonstram que os projetos que nós temos em andamento, ou seja, praticamente 90% de todo o nosso REF, se encaminha dentro dessa margem bruta de 36%, que deve ser a margem de fato no próximo trimestre.

Portanto, relacionando o impacto do 4T e do 1T com um abalo secundário, impacto muito vinculado ao que estamos vivendo com o empreendimento EZ Parque da Cidade. Tudo isso mencionado, vale a pena mencionar a equivalência patrimonial de R\$17 milhões de resultados, nesse trimestre por 1/3 do lucro.

E se vocês puderem observar o nosso release de resultado ao final das tabelas anexas, veremos que a equivalência patrimonial demonstra projetos realizados pela Companhia, construído pela EZTec, absolutamente em linha com a margem REF de aproximadamente 36% que estamos demonstrando aqui. Isso apenas para ressaltar que os problemas verificados na nossa margem bruta estão bem direcionados a especificamente um projeto.

Passando ao slide 11, resultado financeiro da Companhia. Tivemos um resultado positivo, acima e à direita, de R\$24 milhões, que é em larga escala o resultado da aplicação de caixa da Companhia.

A Companhia ainda se mantém como caixa líquido, hoje na casa de R\$180 milhões, e a nossa carteira de recebíveis, que também é uma componente importante do total do nosso resultado financeiro, tem nesse trimestre o impacto do IGP ainda bastante contido, positivo, mas ainda bastante contido.

No entanto, logo à direita é possível perceber uma boa notícia em relação à nossa carteira de alienação fiduciária, que nós tivemos depois de bastante tempo, um primeiro aumento, passando do final de 2022 de R\$363 milhões para R\$385 milhões, fruto de novas AFs assinadas no período, da ordem de quase R\$50 milhões.

Fechando, então, com o lucro líquido da Companhia de R\$42 milhões, é uma recuperação em relação ao 4T, ainda aquém do que queremos, rezeptamos e devemos estar já no próximo trimestre demonstrando uma margem líquida de 17%.

No próximo slide, menciono a vocês nossa situação de balanço, observando então na pizza da esquerda, o patrimônio da Companhia estando por volta de R\$4,5 milhões a R\$4,6 milhões e capital de terceiros, em torno de R\$1 bilhão.

De maneira mais geral, demonstrada por R\$609 milhões de empréstimos, de financiamento da produção que temos obtido para a construção de nossas obras e também da debênture que nós temos de recursos, de capital de giro para a Companhia. Além de, aproximadamente, hoje R\$80 milhões em terrenos a pagar.

No lado direito, percebemos os nossos ativos que compõem o nosso balanço, os ativos de maior liquidez, sem dúvida nenhuma, Caixa e Aplicações, hoje da ordem de, praticamente, R\$790 milhões.

Os nossos Recebíveis Performados, formados pelas alienações fiduciárias e repasses, neste momento de R\$509 milhões e os Não-Performados, ou seja, de imóveis em construção de R\$562 milhões.

Quero apenas lembrá-los que de Recebíveis, aqueles reconhecidos no balanço, tanto de equivalência patrimonial quanto no nosso balanço consolidado, somando mais R\$1,5 bilhão de recebíveis a serem reconhecidos nos próximos trimestres.

O Estoque em Construção da Companhia, que inclui o Esther Towers, como eu já mencionei, de aproximadamente, R\$1,4 bilhão, e os terrenos de aproximadamente R\$8 a R\$9 milhões em VGV, somando o custo de R\$1,140 bilhão que já inclui as repartes, as outorgas pagas por cada um desses projetos.

Para fechar e finalizar, apenas mencionar aqui como tem sido a nossa característica trimestral de pagamento de dividendos, faremos o nosso pagamento de dividendos correspondente a 25% do lucro líquido do 1T agora no dia 31 de maio de 2023, onde a data EX para esse dividendo será o dia 19 de maio, logo na próxima semana.

Tendo feito a apresentação geral, eu passo a palavra primeiro ao nosso Diretor Presidente, Silvio Ernesto Zarzur, para fazer alguns comentários e depois ao nosso Vice-Presidente da Companhia e Conselheiro. Silvio, gostaria de fazer algumas colocações?

**SILVIO ERNESTO ZARZUR:**

Tudo bem pessoal, eu queria dar bom dia para todos, agradecer pela audiência. Eu queria falar que nós não estamos contentes com o resultado que estamos tendo, vocês devem imaginar isso. Eu vou falar duas coisas que resumiriam uma parte muito importante do que está acontecendo conosco.

Primeiro é um cenário econômico, um juros de 13,75%, uma situação econômica que não é, vamos falar, dinâmica, que não tem uma força na economia. Nós temos uma dificuldade de venda de imóvel tendo em vista os aumentos de custo que aconteceram, e entendemos que isso faz parte do nosso negócio e com o tempo teremos isso, vamos falar, revertido.

Baixando os juros que se paga, os juros do financiamento, acreditamos que vamos conseguir voltar a vender muito mais em um cenário macroeconômico muito melhor, que acreditamos que vem.

Eu acho que pouca coisa já nos ajuda muito, então, eu não acho que tem que ter uma melhora de juros tão extensa para termos uma resposta muito forte nas nossas vendas, acho que uma pequena melhora já vai trazer um aumento de vendas muito grande, isso diz a minha experiência.

De outro lado, nós temos esse problema, vamos falar, do estouro de custo de obra, e isso é uma coisa que estamos bastante desconfortáveis, mas nós estamos muito firmes, muito empenhados em resolver isso e nós vamos resolver. Então é assim, nós estamos incomodados, mas tranquilos.

A Empresa toda, toda a Diretoria está se empenhando, não é só a Diretoria Técnica, toda a Empresa está se empenhando para resolver esse problema e trazer isso para a caixa. Entendemos que já conseguimos, vou falar, daqui para a frente tem muita pouca coisa ainda por vir, mas nós estamos trabalhando intensamente para voltar a ter a nossa engenharia como ela sempre foi.

Eu acho que isso poderia acontecer de forma natural se nós não nos movimentássemos, mas nós estamos nos movimentando muito para fazer isso de forma rápida, então eu acho que rapidamente traremos isso para a normalidade, que temos uma precisão nos custos e não vemos esses estouros que aconteceram.

E eu vou falar assim, nós temos terrenos muito importantes comprados dentro da Companhia, nós temos terrenos muito bons, as mercadorias, quando se fala em estoque, não é estoque, é mercadoria, são apartamentos muito bons nos melhores bairros, muito bem construídos, eu tenho certeza que tudo isso vai vender.

Também não queremos vender isso de qualquer jeito, então procuramos vender por um preço muito bom. Se não tivéssemos tido esses, eu quero também deixar claro, se não tivéssemos tido esses estouros que tivemos, nós tínhamos tido um resultado muito, muito melhor. Então, o preço de venda que praticamos, nos põe em uma situação de margem e lucro muito melhor do que vocês estão vendo no balanço.

Então, resolvendo o problema de custo, que está quase resolvido e nós vamos acabar de resolver, voltamos a caminhar em um balanço muito melhor neste cenário econômico, quando temos um cenário econômico melhor, aí nós vamos voar muito mais.

Então a nossa expectativa é essa, nós temos uma Empresa de venda muito bem colocada, nós temos melhores terrenos, posso falar assim, da cidade, nós temos um departamento que tem projetos arrojados muito bem colocados.

Então, temos tudo para nos próximos 12 meses trazer um resultado muito melhor do que esse. Acho que é isso. Obrigado.

**FLÁVIO ERNESTO ZARZUR:**

Bom dia a todos, obrigado pela audiência. Acho que sobrou muito pouco para acrescentar no que o Silvio falou. Eu quero reforçar o seguinte, que o que o Silvio falou está impregnado em toda a Organização, que é um misto de desconforto e alinhamento.

Então assim, temos por natureza não aceitar esse problema de estouro de obra que foi uma coisa que não tínhamos vivenciado. Então, portanto, todas as equipes de superintendentes, gerentes e coordenadores estão alinhados em reverter isso, não entrar mais nesse problema, e é isso que eu tinha para dizer. Acho que o que o Silvio falou também engloba tudo o que estamos sentindo aqui. É isso.

**MARCELO ERNESTO ZARZUR:**

Bom dia a todos, obrigado pela audiência. Acho que sobrou muito pouco para acrescentar no que o Silvio falou. Eu quero reforçar o seguinte, que o que o Silvio falou está impregnado em toda a Organização, que é um misto de desconforto e alinhamento.

Então assim, temos por natureza não aceitar esse problema de estouro de obra que foi uma coisa que não tínhamos vivenciado. Então, portanto, todas as equipes de superintendentes, gerentes e coordenadores estão alinhados em reverter isso, não entrar mais nesse problema, e é isso que eu tinha para dizer. Acho que o que o Silvio falou também engloba tudo o que estamos sentindo aqui. É isso.

**MARCOS ERNESTO ZARZUR:**

Bom dia a todos. Vou reiterar o que meus irmãos já falaram, Silvio e Flávio, estamos trabalhando muito, estamos já com um grande caminho andado, realmente o Parque da Cidade foi um grande polo gerador do estouro, e está no término.

As novas obras não vão ter o mesmo problema, não vamos ter mais problemas que tivemos no Parque da Cidade e com certeza todo mundo trabalhando junto vamos voltar aos resultados que tínhamos anteriormente. Só isso, muito trabalho pessoal.

**FLÁVIO ERNESTO ZARZUR:**

Agradecemos a presença de todos, nós todos, todos os irmãos junto com os acionistas, estamos alinhados a trazer a Empresa de volta o que ela sempre performou.

**BRUNO MENDONÇA, BRADESCO:**

Senhores, bom dia. Obrigada pela apresentação e pelo espaço para as perguntas. Eu queria explorar um pouco o tema da estratégia comercial que vocês têm falado bastante no release, sobre eventos, sobre qualificação de lojas. Eu fico com a sensação de que são estratégias para tentar aumentar talvez o fluxo de visitação de clientes, trazer o cliente para a loja, trazer o cliente para o stand.



Então, eu queria perguntar primeiro, se esse fluxo tem aparecido mesmo e como que tem se comportado a conversão. E uma vez que esse cliente está dentro do stand ou da loja, o que é que vocês entendem que são as alavancas mais sensíveis nesse momento? Se é dificuldade de financiamento, se tem algum tema de desconto e o que esperamos de venda já no 2T. Essa é a primeira pergunta.

E a segunda, olhando um pouco mais para frente, pensando mais na curva de retomada de lançamentos da Empresa, vimos que o nível de estoque vem caindo, caiu 8% esse trimestre.

Eu queria entender se a retomada de lançamento é uma função principalmente desse nível de estoque, se tem um nível de estoque mais baixo, que vai animá-los a retomar os lançamentos ou se essas retomadas de lançamento passa nesse momento por um reposicionamento de landbank por segmento dado o landbank atual de vocês. São essas as minhas, obrigado

**SILVIO ERNESTO ZARZUR:**

Eu queria começar respondendo e depois quem quiser pode continuar. Olha, é assim, as lojas que nós fizemos têm basicamente duas funções. A primeira função é reduzir o custo comercial, você imagina que cada vez que fazemos um plantão, você faz um plantão em um terreno, aí você faz um lançamento, em pouco tempo você derruba esse plantão e você fica sem plantão de venda.

Você imagina que nós podemos fazer lançamentos de dentro da nossa central de vendas, e nós vamos fazer lançamentos de dentro dela também, e fora isso, os empreendimentos nossos têm uma característica de ser muito grandes.

Eles não são empreendimentos, vou falar os principais empreendimentos nossos, não são empreendimentos que vão liquidar em seis meses, nem é o que queremos fazer, queremos aproveitar, eles demoram para maturar, para conseguirmos lançar, licenciar, eles são grandes, queremos vender ao mundo da construção.

Então, para fazer isso, e ter essa loja funcionando o tempo todo e não ter que desmontar o plantão que estava no terreno, eventualmente eu desmonto aquele que estava no terreno e continuo vendendo da minha central, faz muito sentido.

A parte de eficiência do trabalho do corretor, o aproveitamento do cliente quando ele chega, ele tem 6, 7, 10 mercadorias para olhar e poder escolher aquilo que está melhor, vamos falar, aquilo que melhor se encaixa naquilo que ele está procurando. Então, nós entendemos que essas centrais de vendas são uma alavanca muito forte para venda. Devemos inaugurar mais alguma, pelo menos mais uma esse ano e talvez mais, vamos ver. Então, esse é o primeiro ponto.

O ponto para o cliente comprar, tem que caber no bolso dele, o cliente já entendeu que o preço está atrativo, ele entendeu tudo isso, mas ele tem insegurança ainda de comprar. A taxa de juros, acho que é a maior nos últimos quatro, cinco anos, eu não sei o que estamos enfrentando agora para o financiamento para ele.

Ele tem a opção de investir em um CDI de 13,75%, então eu acho que os maiores concorrentes são esses. O que temos para oferecer é um financiamento, é um preço bom, óbvio que o cliente sempre quer desconto e damos aquilo que podemos, e condição de financiamento. Então eu acho que é isso, e a apreciação, isso que eu falei, temos as melhores mercadorias.

Quando falamos já de lançamento, eu queria posicionar assim, nós temos essa pequena redução de estoque e o custo do dinheiro está 13,75%, só para vocês poderem entender a lógica, mas é uma lógica que vocês sabem de trás para frente, eu vou falar o padre nosso para o vigário, mas é mais ou menos assim, o Emílio relatou aqui uma série de entregas desse ano.

O que acontece quando temos uma série de entregas? Volta muito dinheiro para a Empresa, tem o repasse do financiamento, tem a quitação das prestações do cliente, tem a assinatura das alienações fiduciárias, então volta um volume de caixa muito grande para a Empresa.

O custo do dinheiro está rodando a 13,75%, quanto mais rápido eu lançar e eu conseguir fazer esse dinheiro retornar para a Empresa, melhor é para a Empresa, então é óbvio que você tem que levar uma série de considerações de segurança, de você não ter um estoque muito extenso, de você lançar o produto certo, de você ter capacidade de venda.

Mas a mecânica de estar lançando, é assim, o produto é viável, ele fecha o custo, ele fecha no preço de venda, temos que ir em frente, tem o cliente e tem que ir em frente, porque esse dinheiro retorna para Empresa mais rápido e podemos, vamos falar, usufruir dessa taxa de juros altas.

Quando os juros eram 2%, você tinha uma situação de carregamento diferente. Agora você não tem mais isso, você tem uma situação de carregamento de terreno muito desfavorável, tanto que se você for ver, depois o Emílio pode me corrigir, eu acho que nos últimos 12, eu não sei há quantos meses que não compramos terreno.

Nós não estamos comprando terreno, nós estamos rodando com os nossos terrenos, porque tem essa taxa de juros muito alta, queremos que o dinheiro retorne para a Companhia de forma a rentabilizar ele.

E nós temos um pagamento do terreno do Extra, o terreno do Extra é uma coisa desproporcional o que ele é bom, o que ele vai trazer para a Companhia é uma coisa desproporcional.

Agora, no pagamento também, o Emílio também depois pode me corrigir, acho que de R\$300 milhões, é um número desse, Emílio?

**EMÍLIO FUGAZZA:**

Incluindo a construção da loja. É isso mesmo, um pouco mais que R\$300 milhões, R\$315 milhões, incluindo a construção da loja que nós vamos entregar para o Extra.

**SILVIO ERNESTO ZARZUR:**

Então, para isso precisamos ter dinheiro e estamos trabalhando para o dinheiro retornar para a Companhia para podermos fazer esse pagamento e eu acho que esse terreno vai ser um dos principais lançamentos da cidade e vai ser um marco na Empresa, não vou falar que vai ser o melhor que já fizemos, mas vai ser um dos maiores.

Esse VGV que está colocado é bem menor do que o VGV que nós vamos receber na prática, é esse que está estimado no release, a hora que formos para o mercado mesmo fazer a pesquisa, estamos vendo que os concorrentes que estão em volta estão vendendo por um preço muito, muito maior do que esse que estimamos na compra, então é uma situação favorável. Eu acho que é isso, agora podem complementar, por favor. Obrigado.

**MARCOS ERNESTO ZARZUR:**

Eu complemento só uma coisa, as lojas trazem clientes, ajudam a trazer novos clientes, ela permanece lá e hoje, com tudo que está acontecendo no mercado, a cada 10,5 clientes que entram no plantão, nós conseguimos fazer uma venda de apartamento.

Quando o Silvio falou com relação aos juros, quando o juros está mais baixo isso cai um pouco, já chegamos até uma faixa de 7 no ano, nós estamos na faixa de 10,5 clientes por conversão de apartamento.

Então, quanto mais clientes, mais lojas, mais local, quanto mais clientes, mais lojas, mais local. Enfim, é isso o intuito nosso, perpetuarmos isso para continuar vendendo bastante, colocando mais clientes no plantão.



**FLÁVIO ERNESTO ZARZUR:**

Eu tenho só uma coisa para acrescentar, que apesar do ambiente político, de cenário futuro muitas vezes incerto e sem conseguirmos ter uma visualização da coisa mais no médio e longo prazo. O que tem acontecido de maneira recorrente, eu acho que vendas para a situação em que vivemos, é boa.

Acho que as vendas têm respondido e acho também que tem uma máxima, que acho que o Silvio colocou, que eu quero deixar mais claro, que o cliente sabe que essa mercadoria que ele está comprando hoje, ele está comprando barato e que ele vai ganhar dinheiro.

Então é uma coisa que nós colocamos preço para ter esse volume de venda e as vendas têm respondido, podiam ter respondido melhor, mas elas responderam em relação ao que eu imaginava no começo de janeiro, naquele oito de janeiro, eu acho que elas responderam bem melhor do que eu podia enxergar naquele momento, é isso.

**GUSTAVO CAMBAÚVA, BTG PACTUAL:**

Oi pessoal, bom dia a todos. Eu queria fazer duas perguntas também, a primeira em relação à margem bruta, pensando para a frente de novos projetos, como é que vocês estão vendo no momento atual, uma vez que o custo de construção já está mais estabilizado, mas ao mesmo tempo o cenário macro, como vocês bem colocaram, não é dos melhores.

Entender um pouco quando vocês olham o pipeline de vocês de lançamentos desse ano, se vocês já veem a margem na ponta voltando para aquele histórico da EZTec por volta de 40%.

A minha segunda pergunta é em relação a, o Silvio até comentou essa questão do capital voltar para Empresa, etc. Nós sempre discutimos bastante o Esther Towers, mas eu queria que, se vocês pudessem falar um pouco, na verdade dos outros projetos da EZ Inc, o Verbo Divino, o próprio Air Brooklin que o Emílio comentou um pouco na apresentação.

Enfim, o EZ Mark tem um capital bem relevante também, vamos dizer assim, alocado nesses projetos. Eu queria que vocês falassem um pouco, talvez, se tem alguma estratégia diferente do que talvez seja a estratégia no Esther Towers para eventualmente vender, ou se já tem alguma alocação mais encaminhada também e o quão rápido o capital, vamos dizer, da EZ Inc pode também ser reciclado dentro da Companhia. Obrigado. Bom dia.

**EMÍLIO FUGAZZA:**

Oi Gustavo, bom dia. Vou começar falando da margem e vou deixar depois para o Flávio fazer esses comentários também neste assunto e EZ Inc. O que temos visto é que o custo de construção escalou para níveis que eu diria para você que em 2019 eles eram inimagináveis, nós estávamos falando entre 2017 e 2019, construção da Companhia girava em torno de R\$3 mil a R\$4 mil o metro quadrado dependendo da tipologia de empreendimento.

Hoje você tem custos que variam de R\$4,5 mil, até dependendo do padrão, nós estamos falando de pouco mais de R\$8 mil por metro quadrado. Então, eles mudaram de patamar de fato, para alguns lugares, principalmente em lugares de alta renda, é óbvio imaginar que temos uma capacidade de entregar uma margem maior.

E isso vai ser visto, por exemplo, quando começarmos a contabilizar com o Park Avenue que deverá começar agora, deverá ser apresentada no 2T23. Então você já vai ver a margem bruta e a margem REF, e a equivalência patrimonial, pulando para patamares históricos da Companhia, isto é muito importante.

E os projetos de classe média ou os projetos que adentram o programa Minha Casa Minha Vida, veremos esses projetos continuarem muito em linha com o REF, pelo menos por enquanto e olhando aqui para o ano especificamente de 2023. Agora vou deixar o Silvio complementar e depois também fazer as menções da EZ Inc, Silvio e Flávio. Silvio, por favor.

**SILVIO ERNESTO ZARZUR:**

Vou falar assim, o Emílio viu o lado do custo de construção, mas nós temos o ponto da demanda. Nós estamos com uma demanda, vamos falar, reprimida pelo tamanho da taxa de juros, e é óbvio que essa taxa de juros deprime o preço.

E assim, os terrenos da Companhia estão muito bem comprados, o Emílio tem razão, nós temos um aumento de custo, mas quando eu olho a margem de venda na ponta, eu não sei, nós vamos ter uma margem, eu acho que vai cair dois ou três pontos da histórica dentro desse cenário de baixa demanda devido a taxa de juros. Então, eu não sei. Acho que teremos uma margem na faixa de 36, Emílio? Eu não sei, rodando ao longo do ano.

**EMÍLIO FUGAZZA:**

É isso. É isso.

**SILVIO ERNESTO ZARZUR:**

Porém, a qualquer momento tendo uma reação de vendas, nós escalamos essa margem muito forte. Eu percebo, porque o preço de venda está muito deprimido e nós temos terrenos muito bem comprados e produtos muito bem encaixados.

Então, eu falo assim, a hora que, é que eu estou contando com uma coisa que eu nem sei se vai acontecer, pode não acontecer, e é por isso que trabalhamos muito justo; mas, eu acho que mais ainda do que o custo, essa taxa de juros que está segurando a nossa margem embaixo.

E, a hora que temos essa taxa baixando nós vamos com força para cima. E eu não acredito que possamos conseguir baixar o custo de volta para onde ele estava, mas a taxa de juros pode voltar a baixar um pouco. Eu acho que é isso a respeito da margem bruta.

Eu só darei uma rascunhada rápida na parte comercial. Eu vou deixar o Flávio se detalhar um pouco. Nós desviamos uma parte do landbank da EZ Inc para residencial. Nós não podemos ficar esperando isso para sempre, então uma parte daquilo que estava projetado para ser comercial, não vai ser. A EZ Inc é uma empresa 100% EZTec. Na verdade, nós conseguimos transferir ativos da EZ Inc para a EZTec, para o residencial, sem nenhum problema.

Então, é assim, o terreno da Roque Petroni tinha uma parte importante, comercial, e não tem mais. Nós tocamos aquilo como residencial. Esse é um terreno muito importante. E tem outros terrenos sendo feitos, e o que está em andamento nós acabaremos. E eu acho que teremos sucesso, mas nós temos que ter paciência.

E eu vou deixar o Flávio, ou quem quiser também, falar um pouco sobre essa parte do comercial. Mas nós estamos transferindo parte importante do landbank para residencial, e nós viraremos eles no residencial muito rápido, com uma margem boa.

**FLÁVIO ERNESTO ZARZUR:**

Pouquíssima coisa a acrescentar, mas o que tem, já recentemente, no mês de dezembro, nós vendemos próximo de 25% do estoque que tinha no EZ Mark. E nós temos tanto no EZ Mark, quanto no Air Brooklyn, alguns clientes e algumas possibilidades que estão em uma temperatura média, para que possamos fazer uma colocação e conseguir colocar e alugar. Então, esse é um ponto que está mais próximo de acontecer. E, como o Silvio já colocou, na questão de realocação de algum produto que estava no comercial para residencial.

E no Esther Towers, nós teremos um empreendimento emblemático, único, no qual também temos um planejamento de levar essa obra até um determinado ponto e ficar no aguardo de conseguir uma ancoragem para, eventualmente, fazer primeiro uma torre, e outra torre. Aqui é assim, vai ser no tempo, com paciência, buscando o melhor para sair lá na frente, da melhor maneira possível. É isso.

**SILVIO ERNESTO ZARZUR:**

Eu quero falar só mais uma coisa a respeito do Esther. O Esther é um prédio extraordinário. Ele é uma coisa extraordinária. Ele não tem, praticamente, coisa similar aqui no Brasil. E, se tem, tem dois, três prédios.

Então, o que o Flávio está falando, e eu só quero reforçar é assim, isso é uma pérola, e nós vamos vender como pérola. É um diamante, e nós vamos vender a preço de diamante. Nós não vamos, depois de trabalhar tanto, investir tanto e esperar tanto tempo, fazer por menos.

Nós vamos ter paciência, vamos aguardar e, talvez no primeiro passo, alugar. E, se aparecer uma coisa muito boa, nós podemos comercializar. Mas, a ideia não é queimar esse ativo ou vendê-lo com pouco lucro.

**EMÍLIO FUGAZZA:**

Só explicando para você, Gustavo. Lembrando que nós temos, na EZ Inc, um patrimônio de, aproximadamente, R\$1 bilhão. E, quando nós olhamos para os terrenos da EZ Inc, um terreno como esse mencionado, na Roque Petroni, é um terreno extremamente bem comprado para todo o potencial que ele carrega.

O Silvio mencionou que nós estamos transformando em residencial, e não é somente esse, é o terreno de Moema também, é o terreno da Chácara Santo Antônio. Então, a ideia é, este R\$1 bilhão é EZTec, é EZ Inc, e ele vai criar um período menor do que nós imaginávamos antes, Gustavo. É isso.

**ANTÔNIO CASTRUCCI, SANTANDER:**

Obrigado por pegar minha pergunta. Na verdade, são dois pontos aqui. Queria primeiro entender um pouco sobre a receita que vocês reportaram no trimestre. Acabou vindo um pouco mais fraco, apesar de uma venda de estoque bem forte.

Queria entender se isso foi puramente efeito do Parque da Cidade? O que podemos esperar de reconhecimento de receita daqui para frente? E o outro ponto, eu queria entender qual tem sido o impacto na margem reportada de vocês, referente à dificuldade de repassar INCC nos preços de venda.

**EMÍLIO FUGAZZA:**

Oi, Antônio. Eu vou começar e logo na sequência eu passo a palavra para o Silvio. Antônio, primeiro a questão da receita que você mencionou. Sem dúvida nenhuma, sim, tem alguma coisa de impacto, no aspecto de eu não ter reconhecido tanta receita quanto gostaria em função do Parque da Cidade, porque, com o aumento de custo, o POC reconhecido no Parque da Cidade foi de apenas 2%. Então, isso, sem dúvida, tem alguma coisa ali.

Mas, eu quero te lembrar o seguinte, quando você olha o nosso resultado REF, conforme colocado pelo Pedro na página de resultado a apropriar, eu tenho R\$1,118 bilhão que está consolidada a reconhecer de receita. O Parque da Cidade só representa R\$70 milhões desses R\$1,118 bilhão. Tanto que é por isso que ele não faz grande diferença na margem REF, e também do ponto de vista prático, eu nem tenho tanta receita a reconhecer dele.

Eu terei mais receita à medida em que vendemos o restante do estoque que tem lá, e é um estoque que nós estamos vendendo a um preço bastante importante. Eu quero lembrar a você, também, do ponto de vista da receita, não houve de fato, como eu falei até na apresentação, nenhum fator heterodoxo, o que houve foi a ausência desses fatores de fato.

Por exemplo, eu tenho, praticamente, três projetos para serem reconhecidos agora no 2T. E, quando eu reconheço o projeto, eu já reconheço todo aquele volume de venda de uma vez só, na proporção daquele POC, que serão os Jota, que nós lançamos no 1T23, que já vai estar na fase de reconhecimento. O Park Avenue, que virá por equivalência patrimonial, e eu já estou com ele, praticamente, 40% vendido por um preço muito bacana.

E, por último a Chanés, que nós lançamos no 4T22, e também já teremos esse reconhecimento. Então, por exemplo, tudo isto cobora um volume de receita que eu vou chamar de extraordinário para o trimestre normal, o 2T normal, que nós devemos conhecer.

Fora isso, eu ainda tenho mais reconhecimento de POC ao longo do 2T, porque eu tenho menos impacto desses eventos como férias coletivas, carnaval, e tudo mais. Então, é isso um vasto reconhecimento de receita, mas devemos avançar dentro do 2T. Silvio, gostaria de fazer algum comentário?

**SILVIO ERNESTO ZARZUR:**

Não, eu queria falar assim, o problema do impacto do não acompanhamento do preço de venda pelo INCC não existe. O INCC está avaliando muito pouco. Então, não é que nós não estamos repassando o INCC no preço. O problema é que o custo estava subindo mais rápido que o INCC.

Então, eu acho que no nosso histórico nós não temos, não existe queda de preço em INCC. Ao contrário, o preço tem aumentado, se levamos em consideração o INCC. O ponto é que o custo de construção no último ano aumentou mais rápido do que o INCC, e foi isso que nos impactou, na verdade.

E o baixo INCC, você também tem que pensar o seguinte, quando lançamos um prédio, eu vou dar um exemplo extremo, que é o Park Avenue. Por exemplo, o Park Avenue, eu estou falando números redondos, só para dar uma noção para vocês, é R\$400 milhões de venda, que fosse, o custo de construção dele é 120, 130. E, quando você vende, você reajusta tudo pelo INCC, só que você reajusta o custo de R\$120 milhões, e você reajusta o VGV de R\$400 milhões.

Então, quando nós temos um INCC avançando rápido, ele melhora a nossa margem. E, quando você tem um INCC parado, do jeito que ele está, nossa margem segura um pouco. É isso.

**EMÍLIO FUGAZZA:**

E, apenas, para corroborar as informações do Silvio, nós temos também naquele nosso gráfico posto de vendas, você nota que tivemos uma variação de preço positiva no trimestre, de mais de 20 milhões de reais, o que demonstra que nós acompanhamos o estoque pelo INCC ao longo do trimestre. Mas o INCC foi de apenas, entre 0,8 a 0,9, só fizemos 0,86 no trimestre, que é o que você vê de variação de preço no nosso estoque, Antônio.

**ANDRÉ MAZINI, CITIBANK:**

Oi, time. Obrigado pelo call. A primeira pergunta é sobre a parceria com a Lindenberg, que está tracionando bem agora, vários projetos importantes juntos deles. Pelo que eu lembro, daqui a três anos, vocês tem uma opção de subscrição, onde se essa opção fosse exercida, a EZTec passaria até a compartilhar o controle da própria Lindenberg.

Então, a pergunta é se, dado o relacionamento e o desempenho desses projetos até agora, o que podemos esperar para daqui a três anos para o relacionamento de longo prazo e essa capitalização? Essa é a primeira pergunta.

A segunda é sobre possíveis distratos no Parque da Cidade. Eu queria confirmar o entendimento para quem quer distratar, ele pode distratar agora em maio? Se começa em maio esse período de, entre aspas, distrato?

E se, dado também quem não distrata, receberá essa multa, se vocês têm visto distrato ou o pessoal, enfim, prefere ficar com unidade e, eventualmente, vender no mercado secundário, que subiu bastante, também, desde a época do lançamento lá atrás. Como é que está ali em questão de distrato no Parque da Cidade? Obrigado.

**SILVIO ERNESTO ZARZUR:**

Eu queria falar assim, olha, o Parque da Cidade, é óbvio, você sempre tem algum distrato, ainda mais quando você faz a devolução integral do valor, você abre uma porta melhor para o distrato. Mas quem comprou no PDC fez um bom negócio.

Então, nós vamos ter distrato, nós já temos distratos em um número, vamos falar assim, moderado, vou chamar de moderado, porque quem comprou fez um bom negócio. Só que, independente de ser um bom negócio, tem pessoas que a vida dele mudou, ele não quer mais usar o apartamento, ou ele quer fazer um investimento diferente.

E nós estamos dando para essa pessoa uma oportunidade de desistir e receber o reembolso total. Então, sim, nós vamos ter distratos lá, de forma moderada, mas é um prédio muito grande e isso vai impactar, de alguma forma, o nosso balanço, sim.

Mas, eu tenho também que falar o seguinte, a hora em que essa mercadoria volta, nós vamos vender ela de novo a um preço muito bom. Nós vendemos um, essa semana, eu não me recordo se foi a R\$23 mil ou a R\$24 mil, então, acho que foi a R\$23 mil.

Eu nem sei se chegou para o resto da diretoria ainda essa venda, ela está na parte administrativa da empresa. Mas isso demonstra que em um primeiro momento nós teremos um problema, mas esse distrato não deve representar um problema na linha total de tempo.

Então, esse é um ponto.

E eu esqueci a outra pergunta, Emílio. Não sei, eu esqueci.

**EMÍLIO FUGAZZA:**

A outra pergunta é sobre a nossa parceria com a Lindenberg, que é na verdade, a ratificação do co-controle no prazo que nós temos contratado com eles.

**SILVIO ERNESTO ZARZUR:**

A Lindenberg é nossa parceira. Olha, os Buazar, que são acionistas da Lindenberg, são amigos nossos desde sempre, e também temos uma amizade muito longa com o Adolpho. Nós temos uma história de uma parceria de quase 15 anos, não é, Emílio? Não é?

**EMÍLIO FUGAZZA:**

É isso mesmo. É isso aí.

**SILVIO ERNESTO ZARZUR:**

E essa parceria foi muito proveitosa para nós e para eles, e nós nunca tivemos um problema de relacionamento. Então, quando você faz um negócio desse tipo, nós não fizemos só porque a empresa é boa. Nós fizemos porque a empresa é boa e porque está dentro de casa.

Nós sabemos e estamos muito acostumados a trabalhar com eles. Eu acho que nós vamos ter um sucesso muito grande nisso, para nós e para eles. Acho que isso vai ser muito proveitoso, porque nós vamos fazer essa parte de gestão financeira estratégica, estamos ajudando eles nessa parte, e eles vêm com a marca, com o nome deles. Nós entendemos que a marca Lindenberg tem um valor muito grande, ela precifica melhor, ela permite que você faça investimento, ou gaste, faça a coisa de mais alto padrão e consiga retorno.

Então, acho que ela vai ser muito positiva para todos. E assim, acho que esse prazo de três anos, eu vi o Emílio contando, do prazo eu não vou falar, mas estamos caminhando muito bem para desvendar isso com a finalização, com a aquisição da metade do controle dela.

**SILVIO ERNESTO ZARZUR:**

Eu acho que o Flávio também poderia falar também, o Marcos falar também, um pouco da Lindenberg. Acho que é interessante.

**FLÁVIO ERNESTO ZARZUR:**

É assim, deixa só eu falar uma coisa, quando nós estamos fazendo uma parceria, o Silvio colocou isso, mas não é somente uma parceria comercial. Estamos fazendo uma parceria de valores, é uma parceria de confiança. Então, estamos muito confortáveis com essa parceria pelo histórico do passado e pelo que vislumbramos no futuro.

Então, sim, isso deve ser uma coisa duradoura e estamos todos confortáveis, acho falo isso pelos meus irmãos também, mas eles vão falar na sequência.

Um outro ponto que para mim também é importante, só para colocar, como foi dito na questão do PDC, e, acho que, a minha sensação talvez seja menos do que moderada a tendência de distrato. Esse empreendimento, por ter tido uma engenharia, uma arquitetura arrojada, e tudo mais; e, como vocês sabem, estamos tomando um cuidado enorme na execução dele; é um empreendimento que vai ser difícil de ser replicado, e quem comprou está comprando também uma coisa que eu entendo que é uma jóia.

É uma coisa que vai ter uma valorização constante, aquelas coisas que não vão ser fácil de ser replicadas. Então, também estou alinhado nessa questão do PDC. E eu acho que o Marcos quer falar alguma coisa.

**MARCOS ERNESTO ZARZUR:**

Vou emendar no PDC do Flávio. Eu estou muito ligado com a equipe de vendas e, para nós de vendas, por acaso, se você voltar mais com o PDC, o PDC é uma jóia, é um produto super, hiper especial.

Eu acho que nós conseguimos colocar um preço cada vez mais valorizado, principalmente depois da entrega. É um produto que é ímpar, não tem comparação no mercado, e nós vamos conseguir ter preço. O cliente que devolver vai deixar um pouco de dinheiro na mesa para nós. Essa é minha impressão.



E com relação a Lindenberg, eu queria falar para vocês que, também falando pelo time de vendas, ajuda, ela atrai, ela tem uma história no mercado. Quando o cliente senta conosco, o pai dele, a família dele, já ouviu falar, teve um Lindenberg, tinha um padrão muito bom. Então ele ajuda, e soma muito para com a EZTec.

Eu acho que a EZTec tem que utilizar a Lindenberg da melhor forma possível, porque ele é um parceiro que vai contribuir bastante para conseguirmos ter vendas, principalmente no produto de padrão alto.

**PEDRO HAJNAL, CREDIT SUISSE:**

Oi pessoal, bom dia a todos. Obrigado pela apresentação e pelas perguntas. Do meu lado são duas. A primeira delas, mais simples, vocês comentaram sobre as entregas desse ano e o potencial de geração de caixa. Queria entender melhor como está a cabeça de vocês com a alavancagem da Companhia no final do ano?

E a segunda é, na verdade, em relação à carteira de crédito das EZTec. Vimos no passado o resultado financeiro sendo suportado por um nível de IGP mais alto, mas ao mesmo tempo víamos as taxas dos bancos ficando, talvez, um pouco mais competitivas.

Agora que estamos vendo os dados de inflação mais baixos, vocês têm sentido os clientes migrando novamente para o financiamento próprio da EZTec? Isso tem sido decisivo no momento de conversão de vendas? Do meu lado era isso. Obrigado.

**EMÍLIO FUGAZZA:**

Obrigado, Pedro. Eu vou começar deixando o Silvio mencionar a respeito das nossas alienações fiduciárias. Depois eu faço o comentário da alavancagem. Silvio, por favor.

**SILVIO ERNESTO ZARZUR:**

Eu quero falar que ele serve como um empréstimo ponte. O nosso financiamento direto é muito facilitado, então, muitas vezes, quando o cliente vai demorar, ou vai conseguir ter esse financiamento bancário um pouco mais para frente, ele entra no nosso.

Mas, no fim do dia, a preferência, a parte mais importante das vendas hoje, está acontecendo pelo financiamento bancário. De uma forma bem intensa. E eu queria comentar também uma coisa, esse negócio do IGP baixo agora não me tira a atratividade de fazer o financiamento de alienação fiduciária.

Vamos lembrar que esses financiamentos são longos, de 10, de 15 anos, acho que até mais. Então, o fato de eu ter um IGP baixo agora, não me indica, não me leva a pensar em não fazê-lo ou que ele não é proveitoso para nós. Acho que, ao longo do tempo, ele vai voltar a ser bem rentável.

E eu acho que isso também está na cabeça do cliente, então ele também pensa um pouco no longo prazo, às vezes, ele entra no nosso financiamento, enquanto ele busca um recurso próprio, ou, eventualmente, um financiamento bancário, e usa o nosso como ponte.

A nossa carteira é dinâmica, está sempre lá nos R\$500 milhões, mas ela é dinâmica. Entram R\$100 milhões, sai R\$100 milhões, entra R\$150 milhões, ela vai girando. Acho que é isso.

**EMÍLIO FUGAZZA:**

Obrigado, Silvio. Pedro, deixa eu comentar um pouco da nossa expectativa de alavancagem. Como você bem percebe no nosso balanço, grande parte da geração de qualquer tipo de dívida está vinculada aos financiamentos à produção.

Dos financiamentos à produção, sem dúvida nenhuma, neste exato momento, praticamente metade do que nós temos está vinculado ao Esther Towers. Isso significa que, de tudo o que nós vamos entregar, por exemplo, em 2023, temos pouquíssimos financiamentos imobiliários tomados, por conta, naturalmente, do período que passamos, de 2020 até 2022, onde as obras foram, ou tiveram, bastante adiantamento de clientes que suportaram toda a sua construção.

Não é o que esperamos acontecer, principalmente em um cenário de juros, como já mencionado, não é o que esperamos acontecer para as obras que serão entregues de 2024 a 2025, em termos de adiantamentos de clientes.

Então, é óbvio que, esperamos mais consumo de refinanciamento à produção. E, portanto, a nossa dívida bruta segue em trajetória de crescimento para todos esses projetos que temos a entregar. Então, é possível esperar, ou olhar para o final do ano, por exemplo, com a Companhia, que hoje está com aproximadamente R\$600 milhões de financiamento tomado, alguma coisa muito próxima de R\$1 bilhão de financiamento tomado.

E suposto, significa que nós devemos flertar, eu digo apenas flertar, com a situação de dívida líquida. O flertar por quê? Porque, naturalmente, o que mencionou o Silvio a respeito da geração de caixa, pelos projetos que são entregues, é uma verdade.

Então, é muito possível que cheguemos com esse caixa líquido zero, ou um pouco negativo para o final do ano. No câmputo geral é isso, mas nada que altere sobremaneira a força, a saúde financeira, que um balanço de R\$4,5 bilhões de patrimônio possa indicar.

**VICTOR TAPIA, UBS:**

Senhores, bom dia. O primeiro ponto que eu queria abordar com vocês aqui, ainda referente a uma estratégia comercial, e esse cenário um pouco mais pressionado para a margem bruta. Até onde conversamos com vocês, vocês falam bastante que a estratégia comercial continua sendo a de não dar desconto no preço das unidades, do estoque, e aí, as vendas seriam teoricamente impulsionadas por essa condição mais atrativa na tabela direta.

Quería entender um pouco qual é o racional, e esse trade-off, porque talvez não ter uma política de preço, diretamente de preço, mais agressiva para monetizar o estoque de uma maneira mais rápida durante esse cenário desafiador? Então, esse é o primeiro ponto.

E o segundo ponto, talvez possa ser um pouco uma divagação aqui, mas sobre inteligência artificial. Acho que esse tema vem ganhando muita força e muita discussão. Talvez seja muito cedo ainda para entender o impacto disso e, talvez, para o setor da construção, e incorporação também, o impacto seja muito menor do que para outros setores, acho que isso também é claro.

Mas eu queria saber se vocês já vem estudando alguma coisa onde isso pode ter algum impacto, e mais ligados na parte de processo e gestão, não necessariamente no campo, na obra. Mas assim, pensando alto aqui, não sei, talvez na parte de prospecção, de terreno ou até de desenvolvimento de produto, para entender algum detalhe a mais sobre a demanda? Então, o segundo ponto é essa divagação aqui. Se vocês puderem comentar também, por favor.

**SILVIO ERNESTO ZARZUR:**

Quería falar primeiro sobre o preço, a história do preço. É assim, nós damos descontos, nós damos desconto, e para você ter uma noção, nós fazemos um estudo do efeito que tem um desconto no nosso balanço. Então, se você imaginar que

nós não damos desconto, está errado, nós damos. E nós rodamos aquilo que acontece no mês de uma forma técnica para enxergar o efeito disso no nosso balanço.

Porque se você der desconto sem ter uma base financeira, você pode ter um impacto muito negativo no balanço. O ponto que negativou o nosso balanço foi o estouro de obra, não foi o desconto que nós demos, porque o desconto foi controlado, vamos falar, pelas análises que foram feitas.

Agora, nós temos que ter um limite entre o desconto e a liquidez. Procuramos buscar a melhor combinação entre tamanhos de desconto e liquidez que precisamos. E fazer disso o melhor para nós, e buscar o melhor resultado no longo prazo.

Então, assim, nós somos muito agressivos quando se fala de desconto. Quando você olha, por exemplo, o nível de preço que nós vendemos, ele é igual ou menor que o da concorrência. Então, não se imagine que os nossos apartamentos em um determinado padrão X ou Y é mais caro que o da concorrência. Ele é igual, vamos falar. E nós usamos, na verdade, mais do que nossa capacidade de financiamento, a nossa capacidade de venda, para dar vazão no estoque.

A nossa capacidade de venda com os corretores, o nosso renome na cidade de São Paulo, usamos o nosso marketing, usamos isso mais do que, até, hoje em dia, funciona melhor do que o financiamento. Eu acho que também ajuda, mas é um componente a mais dentro de uma cadeia de coisas que fazemos para dar liquidez na mercadoria.

Agora, de inteligência artificial, eu vou deixar, não sei, o Flávio, o Emílio, ou o Marcos, ou alguém responder. Nós vemos a aplicação em venda, e viemos trabalhando um pouco na parte de conversar com o cliente nesse negócio, já trabalhamos antes com Watson. Agora, vamos estudar isso um pouco mais, mas para a parte de vendas é o que eu sei. Eu não sei se o Emílio tem outras informações, ou o Flávio, eu não sei.

#### **EMÍLIO FUGAZZA:**

Obrigado, Silvio. Então, Victor, vou só fazer alguns comentários sobre a resposta do Silvio, também, apenas para complementar. Quero lembrar a você que quando nós oferecemos e fazemos uma campanha de vendas, onde essa campanha de vendas inclui o oferecimento do crédito pela EZTec hoje, que é um diferencial, sem dúvida nenhuma, para todo o mercado, nós oferecemos taxas que iniciam em 7,99, mais IPCA, ou mais IGP. Isso é, sem dúvida nenhuma, uma forma de desconto.

Porque sabemos que, hoje, essa taxa oferecida pelos bancos estaria menos competitiva do que a nossa. E conseguimos fazer isso, sem dizer que nós estamos oferecendo um desconto, o que é muito importante do ponto de vista comercial. Então, nós atingimos parte do objetivo.

Agora, deixa eu falar um pouco só sobre a inteligência artificial, e abrir aqui para o Flávio falar alguma coisa. Vale a pena mencionar três tópicos nessa questão de inteligência artificial. Em primeiro lugar, é lembrar que tudo isso ainda é bastante incipiente dentro do nosso setor. Por exemplo, o desenvolvimento disso no próprio serviço de atendimento ao cliente. As dificuldades que vemos nas empresas de varejo, não se comparam às dificuldades que vemos em uma empresa de construção civil.

Então, o cliente que se relaciona com uma empresa de construção civil está comprando o negócio da vida dele. Não é uma geladeira, não é um fogão, não é um bem, vamos dizer, durável ou semidurável aqui, que custe R\$2 mil, R\$3 mil, R\$4 mil. Esse é um negócio que ele leva 30 anos para pagar.

Então, ele não consegue, ele não se dá bem, ele precisa do atendimento humano do outro lado para expor os seus problemas, as suas angústias, as suas necessidades. Ele precisa ser compreendido pelo lado de cá. Então, esta é a primeira dificuldade que nos conectamos.

A segunda, é que nós entendemos exatamente essa necessidade que você menciona hoje, tanto que nós somos um dos mantenedores do Cubo. O Cubo é uma iniciativa do Banco Itaú. Nós somos um dos maiores mantenedores, um dos

pouquíssimos mantenedores do setor da construção civil, e estamos lá com trabalho, com dinheiro e com expectativas bastante positivas.

E complemento, aqui, que o Flávio também é o nosso responsável pela área de inovação que existe aqui dentro da EZTec justamente para isso. Flávio, gostaria de fazer algum comentário?

**FLÁVIO ERNESTO ZARZUR:**

Primeiro, assim, aqui um dos diretores mais velhos é quem olha um pouco mais para essa área de inovação. E, objetivamente, temos optado na área de inovação de aplicar a inovação naquelas áreas que vão agregar valor e facilidade para a empresa de maneira mais rápida e objetiva.

Durante a pandemia isso funcionou demais. Eu pego desde Doc Sign, Agillitas, ou outras coisas desse tipo que foram aderentes. Na questão que o Emílio falou, estamos participando do hub do Cubo, que é o Construliving, que é um hub que foi lançado no mês de abril, acho.

Somos em cinco empresas, além do Banco Itaú BBA, que patrocinou o hub, ainda é uma coisa que deve ganhar corpo. E para nós, também, eu não preciso falar, eu sei que tem vários bancos, mas é sempre bom estar lá, próximo daquela inovação, próximo do Itaú, que tem sido um grande parceiro nosso.

Agora sim, no que o Emílio falou, nós temos investido uma plataforma própria de relacionamento com o cliente, estamos investindo um pouco mais nisso. Temos um projeto de CIEPS que é o Customer Experience, que também deve melhorar.

Lembrando que a EZTec tem uma característica de dentro da mesma empresa, ela se relacionar com diversos tipos de cliente. Então, estamos segmentando um pouco esses tipos de cliente. Então, nós temos personas variáveis, temos alto padrão, médio padrão e baixa renda, então estamos criando isso. E, eu acho, que é um trabalho que em grande parte vai ser automatizado e ter depois dados para que possamos melhorar sempre.

E esses clientes nossos, que sempre foram molas de venda futura, serão cada vez mais molas de venda no sentido de indicar o cliente, de trazer o clientes, de eventualmente comprar uma outra unidade da EZTec, por essa experiência de relacionamento que é de longo prazo.

Não é que nem nas Casas Bahia, não é que nem no Ponto Frio, onde você compra uma mercadoria e acabou, e não tem um relacionamento. Não, apartamento é uma coisa que no mínimo são três anos, da aproximação até a entrega, e depois tem a manutenção. Então, estamos nessa linha.

Eu vou deixar até o Marcos falar, porque assim, acho que parte importante também, que não é exatamente inteligência artificial, mas que fazemos aqueles acessos pela internet, gerando need, motivação de corretores. Acho que o Marcos tem mais, talvez, um pouco mais de dados, acho que isso reverte em vendas, mas eu não sei se é exatamente a pergunta que o Victor tinha feito. Mas é isso.

**MARCOS ERNESTO ZARZUR:**

Já que o Flávio jogou a bola para mim, vou falar que na parte de inteligência artificial temos um programa interno, no SIVEZ nosso, que atende nossos corretores. SIVEZ é Sistema Interno de Vendas EZTec, que trabalhamos. E nós procuramos trabalhar muito, principalmente com os nossos corretores, interagindo com eles, mostrando para eles quem são os clientes que tem que convalidar, o que aconteceu nas últimas vezes, todo o histórico.

Temos um histórico todo traçado do cliente. Normalmente o cliente compra o apartamento, em média, de 90 a 120 dias após o primeiro contato. Temos todo um histórico, todo um trabalho feito em cima disso. Agora, acho que essa parte de T.I. vai conseguir agregar bastante no cliente futuro. Trazendo essas inovações que estão vindo pelo Cubo e etc., porque é importante trazer esse cliente novo.

Com relação ao nosso backup aqui, que são os nossos corretores, o pessoal, os nossos clientes, que já estão em casa, estamos trabalhando bem nisso. É isso.

**JONATHAN KOUTRAS, JP MORGAN:**

Obrigado, Pedro. Um bom dia, Silvio, Emílio e time. A pergunta é bem rápida do meu lado. Eu queria só perguntar o que acontece na performance de vendas agora no começo de abril, e nesse começo de maio, de ver uma melhora na VSO no 1T23? Eu queria entender se esse nível de VSO está se mantendo agora nesse começo do 2T? Obrigado, Pedro.

**EMÍLIO FUGAZZA:**

Muito obrigado, Jonathan, pela pergunta. É um prazer. Silvio, quer responder?

**SILVIO ERNESTO ZARZUR:**

Jonathan, três feriados e Dia das Mães agora. Então, eu acho assim, para esse cenário estamos indo bem. Para esse cenário de três feriados e Dia das Mães.

Como Emílio falou, nós abrimos o plantão do Lindenberg Ibirapuera, e ele é um atrativo de corretores. Então, nossos corretores estão focados em angariar clientes para lá. Devemos começar a assinar isso em 20 dias. Então, isso também é momentaneamente. São três feriados. Agora, nessa semana, depois de amanhã, é Dia das Mães.

Temos um resultado que eu julgo bom, acima de R\$100 milhões no mês, mas é um resultado que, se você olhar ele a seco, parece ruim.

Agora nós acreditamos que conseguiremos desempenhar muito bem esse trimestre como um todo. A hora que fechar o trimestre, entendemos que deve ir melhor do que o trimestre passado, quando eu olho um todo. É que esses três feriados atrapalharam um pouco, e tem mais uma coisa, foram três feriados com sol, e Dia das Mães, que é uma data muito importante agora.

Mas, esfriando um pouco, sumindo um pouco de feriado, provavelmente vindo com mais dois lançamentos, o Lindenberg e o East Blue, no Tatuapé. Eu acho que nós vamos bater o 1T23, se Deus quiser, com folga. Eu acho que é isso.

**EMÍLIO FUGAZZA:**

Obrigado, Silvio. Mas, então, Pedro, estamos nos conduzindo ao momento final. Eu gostaria de passar a palavra ao Silvio, primeiro, e depois a vocês. Silvio, as suas considerações finais.

A Companhia está trabalhando muito e nós vamos acertar. Tem alguns ajustes para serem feitos, a Companhia mudou de patamar, ela é muito grande. Nós temos uma série de coisas em andamento, principalmente o Flávio e o Emílio trouxeram para a Empresa, na parte organizacional, na parte de melhoria de sistemas, uma série de coisas que estão acontecendo na Empresa, que de alguma forma são onerosas em um primeiro momento, mas depois eu tenho certeza que nós colheremos os frutos.

A Companhia é uma grande Companhia. Nós devemos corrigir, eu tenho que falar, esse resultado que não foi bom. E, nós vamos voltar a ter bons resultados, estamos nos esforçando muito para isso, e eu tenho certeza que nós vamos conseguir. Temos tudo para conseguir.

**FLÁVIO ERNESTO ZARZUR:**

Eu também queria agradecer a presença de todos. E falar que o incômodo que têm para o nosso acionista, é o incômodo que têm para nós.

Aqui nós temos, de novo eu reforço, uma situação de alinhamento para conseguir reverter esse resultado que tivemos, que não atendeu nossa expectativa neste 1T23.

E estamos bem sentados na nossa Empresa, com uma estrutura financeira que nos dá conforto, e vamos tocar pra frente, que atrás vem gente. É isso aí.

**MARCELO ERNESTO ZARZUR:**

Bom, vou falar que estamos com muita força, muita vontade, tenho certeza que vamos chegar nos próximos resultados com melhores números, e vamos virar a página, e vamos voltar para o que a EZTec sempre foi.

**MARCOS ERNESTO ZARZUR:**

Eu corroboro tudo junto com meus irmãos. E, vamos trabalhar, vamos para a frente. Nós vamos atingir os resultados almejados.

**PEDRO TADEU LOURENÇO:**

Obrigado, senhores. Com isso, eu dou por encerrada a teleconferência de resultados da EZTec. Muito obrigado a todos que participaram aqui conosco. Tenham um ótimo final de semana e um ótimo Dia das Mães.

“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”