

**Simone Oyamada:**

Boa tarde a todos. Bem-vindos à teleconferência de resultados do 4T22. Eu estou aqui com André Valente, CFO e DRI, e com Vanderlei Rigatieri, que é o CEO e fundador.

Eu vou ler o aviso legal e depois eu passo a palavra para iniciar a apresentação. As afirmações contidas neste documento relacionadas à perspectiva sobre os negócios e de crescimento da WDC Networks são baseadas exclusivamente nas expectativas da Diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem substancialmente das condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio. Todas as variações aqui apresentadas são calculadas com base nos números, sem os arredondamentos.

O presente relatório de desempenho inclui dados contábeis e não contábeis, tais como operacionais, financeiros e proforma. Os dados não contábeis não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.

Boa conferência a todos. Eu passo a palavra para o Vanderlei.

**Vanderlei Rigatieri:**

É um prazer sempre estar com vocês aqui para divulgar os nossos resultados, conversar e explicar um pouco mais da Companhia.

Como de costume, eu gosto de sempre fazer um slide dos principais destaques de resultado. Uma das coisas importantíssimas que conseguimos atingir neste trimestre foi a marca de R\$808 milhões de receitas futuras contratadas. Ou seja, é o backlog de receita. Isso é um aumento de 36,6% versus o mesmo trimestre do ano passado.

Este ano, nós vendemos 516 milhões de novos contratos de Taas, 34% do total das vendas DESTA ano. Isso dá uma noção para vocês DE que a nossa tese de *as a service* continua forte, crescendo e avançando. E fizemos um EBITDA ajustado de R\$257 milhões, que é uma margem de 24%.

Neste trimestre, nós atingimos as vendas totais de R\$380 milhões, 8% acima do mesmo trimestre do ano passado, e um total do ano de aproximadamente R\$1,5 bilhão em vendas, 1,7% de crescimento acima de 2021.

Uma das coisas importantes é que, em um ambiente de macroeconomia como o nosso, nós estamos fazendo uma gestão de caixa muito apurada, e continuamos com R\$305 milhões de caixa, que fechamos dezembro de 2022. E até conseguimos antecipar a quitação de algumas dívidas, uma delas é a da primeira emissão de debêntures, da qual faltavam R\$47 milhões e quitamos isso. Para nós, é um sinal da nossa saúde financeira, da nossa capacidade de fazer o plano daqui para frente.

Eu volto com vocês, mas agora eu queria passar para o André, que é o nosso CFO, para contar um pouco dos números da Companhia. André?

## **André Valente:**

Boa tarde a todos. Neste slide, apresentamos aqui a evolução das nossas vendas totais no consolidado, no qual alcançamos R\$1,481 bilhão em vendas totais em 2022, significando um crescimento de 1,7% versus o mesmo período anterior, no ano de 2021.

Aqui, acho que é importante mostrar também a evolução trimestral. No 4T22, entregamos R\$380 milhões de vendas totais, versus R\$351 milhões do 4T21, o que significa um crescimento de 8%. E destaco aqui o impacto das diferentes taxas de câmbio que estão vigentes nesses trimestres. Neste trimestre de 2022, nossa taxa de câmbio média foi de R\$5,27, enquanto a taxa de câmbio vigente no 4T21 foi de R\$5,58, maior em 5,4%.

Como a Companhia opera com produtos e soluções que têm seus preços todos atrelados ao câmbio do dia da venda, quando pensamos em USD, nosso crescimento foi maior do que esse 8%. Na verdade, teríamos de somar os 5 p.p. que variou o câmbio. Então, estamos planejando um crescimento em torno de 13%, o que é uma variação mais positiva do que essa demonstrada no número em BRL. E também, quando olhamos no acumulado do ano, este 1,7, pensando em USD, acaba se tornando um crescimento de 6 p.p.

Seguindo, no próximo slide, apresentamos aqui a nossa receita líquida, na qual entregamos um R\$1,071 bilhão No ano de 2022. O 4T22 foi de R\$278 milhões, significando um crescimento de apenas 0,5%, mas aqui também tem o impacto da data das taxas de câmbio.

Lembrando que, na receita líquida, a grande diferença para as vendas totais é que, na receita líquida, todas as vendas da modalidade do Taas são contabilizadas no P&L, na receita líquida, de acordo com a competência dos contratos. Então, muitas vezes vendemos um contrato grande no ponto 0, mas como às vezes o contrato é de cinco anos, a nossa contabilidade dessa venda na receita líquida leva em consideração a competência. Então, seria como se fosse 1/60 todos os meses.

Acho que isso demonstra que vimos caminhando bem com a nossa estratégia de alongamento dos prazos dos novos contratos de Taas, que, conforme demonstrado ali embaixo, fechamos com 55 meses de prazo médio, os contratos vendidos no 4T, dentro daquela nossa estratégia de alongamento dos prazos dos contratos.

No próximo slide, apresentamos o desempenho do Taas. São várias informações aqui de quantidade de contratos. Vendemos 279 novos contratos de locação neste 4T, com um valor médio de R\$469.000, e as vendas totais de locações alcançaram R\$131 milhões no 4T, o que, comparado com o mesmo período do ano anterior, significa um crescimento de 31%, como vocês podem ver no segundo gráfico.

E quando comparado com o trimestre anterior, apresentamos uma queda de 32%. Mas aqui, é importante ressaltar que, conforme publicamos na última conferência de resultados do 3T, fizemos uma grande venda a um provedor de Internet, no valor total de R\$189 milhões, a qual entregamos, no 3T, R\$87 milhões. Então, esses R\$87 milhões acabaram aumentando o valor contabilizado de vendas totais de Taas no 3T, muito por conta desse acúmulo desse único contrato.

Relembrando a vocês, este contrato totaliza R\$189 milhões, entregamos R\$87 milhões no 3T. Continuamos entregando bem no 4T, este mesmo contrato, chegando a R\$54 milhões, entregues e contabilizado nessas vendas totais no 4T, e ainda resta o valor final de praticamente R\$40 milhões, pouco mais de R\$40 milhões a ser contabilizado no 1T23.

À direita, mostramos no terceiro gráfico a evolução do CAPEX. E aqui, a comparação que sempre gosto de fazer, fizemos um CAPEX de R\$47 milhões no 4T, que significa um

crescimento do dispêndio desse CAPEX para imobilizar os ativos alvos de locação, crescendo 4,5%.

Se crescemos 31% a venda de Taas e o CAPEX cresceu somente 4%, significa que estamos com uma performance melhor da rentabilidade dos contratos de locação, que é o que traduzimos no último gráfico à direita, em que apresentamos aqui, o *markup* do Taas. O *markup* do Taas, lembrando, é o total do contrato de locação dividido pelo CAPEX que temos que fazer na imobilização dos ativos que têm que ser entregues ao cliente.

Então, tínhamos um histórico muito próximo de 2,20, 2,30, e, neste 4T, batemos o nosso recorde de *markup* do Taas em 2,80, o que significa que, a cada R\$1 de CAPEX que gastamos, conseguimos transformar em R\$2,80 de receita futura contratada.

E, para fechar este slide, abaixo, demonstramos em vários trimestres para trás os prazos médios dos contratos, exatamente para demonstrar para vocês que lá atrás, no início de 2020, tomamos uma decisão estratégica de privilegiar o longo prazo e mudar a característica dos contratos de locação de curto prazo. Como vocês podem ver, aproximadamente dois anos, a primeira coluna de 27 meses, e o nosso objetivo era transformar todos os contratos da Companhia em algo próximo a cinco anos, 60 meses.

Temos tido um bom desempenho em aumentar essa curva, chegando lá na frente, no 4T22, com 55 meses de prazo médio desses contratos vendidos neste trimestre.

Na sequência, no próximo slide, aqui mostramos a evolução da receita futura contratada. Esse é um indicador que gostamos bastante. Alcançamos R\$808 milhões de receita futura contratada. Lembrando a vocês que, receita futura contratada, a Companhia já importou os produtos, imobilizou no nosso balanço, remuneramos nossos times de vendas com as comissões, já gastamos com todos os custos de fabricação do produto, os custos logísticos para entregar nos nossos clientes finais. São contratos em que não temos mais nada para gastar, eles já estão em curso e, sem termos que despender nada, eles vão gerar receita no nosso P&L, e por consequência, EBITDA, e por consequência, caixa, esses R\$808 milhões ao longo dos próximos anos.

Demonstramos também, logo abaixo, para vocês, o cronograma de realização dessas receitas futuras contratadas. Como vocês podem ver, em 2023, já temos R\$280 milhões garantidos de receitas e EBITDAs e caixas, provenientes de contratos de locações já vendidos no nosso passado.

Evidentemente, este número vai ser melhor, porque os times de vendas continuam aqui atrás, vendendo todos os dias novos contratos. E quando o novo contrato é vendido, ele já gera a primeira parcela de receita no mês seguinte, já engorda também a receita futura contratada, gerando esse efeito de previsibilidade de resultados, que é o que bastante nos atrai e guiou a nossa decisão estratégica lá atrás, de aumentar esses prazos médios.

No próximo slide, eu passo a palavra para o Vanderlei para falarmos um pouco individualmente de cada um dos segmentos da Companhia.

### **Vanderlei Rigatieri:**

Exatamente. Obrigado. Como vocês sabem, temos três segmentos principais: Telecom, Enterprise e Solar, e o Telecom hoje é muito representativo para nós. Ele representa 53,6% das vendas totais do ano.

Uma coisa importante a se ressaltar nesse período é que tivemos um aumento de market share dos modems de fibra, que são as ONUs que vão lá na casa do assinante. Então,

passamos de 13,6% do market share em 2021 para 20,4% de market share, sendo que, pelos dados da Anatel, no ano passado foram vendidos 9,1 milhões de assinantes novos, e este ano que passou, 2022, foram só 4,9 milhões, quase a metade. Mas, com esse cenário, conseguimos aumentar a nossa participação no mercado. Isso demonstra a força que temos dentro desse segmento.

Outra coisa importante, teve uma pequena redução da margem bruta, de 25,7% para 25,3% neste 4T, isso muito em função do alongamento dos prazos e desses contratos fechados.

Outra importante notícia que eu quero sempre ressaltar, a despeito de qualquer análise, é que o Taas, que é o nosso contrato de *as a service*, é extremamente atrativo em momentos como esse que nós estamos passando na macroeconomia.

Reparem, mesmo com a desaceleração do crescimento do mercado de telecom, nós mantivemos se quase 55% das vendas da WDC no Taas, crescendo essa participação. Isso é importantíssimo para mostrar que, mesmo com a consolidação dos provedores, eles ficando maiores, somos muito atrativos nesse modelo de *as a service*.

E para deixar claro também, uma coisa que já prevíamos que ia acontecer é o início da renovação tecnológica dos assinantes. Na casa do assinante, muitos provedores já começam a substituir os modems por, por exemplo, modems com WiFi 6, uma tecnologia muito mais poderosa para transferir banda para dentro de casa. Esse é o cenário que vimos neste trimestre, que mostra que estamos firme nesse segmento.

No próximo slide, falamos sobre Enterprise. O Enterprise é todo o segmento corporativo. Então, temos o crescimento da receita em 12,7% do trimestre anterior para este trimestre, e estamos tendo ainda uma grande indisponibilidade no mercado internacional de câmeras de alta performance, que é o segmento de segurança eletrônica. Outra vertical importante do Enterprise é o crescimento da vertical cibersegurança, em que crescemos quase 60% nas vendas totais, atingindo R\$54,8 milhões durante este ano que passou, mostrando essa tendência que vimos lá atrás e fizemos acontecer agora.

No próximo slide, falamos sobre o Solar. O segmento Solar foi o segmento dentro deste trimestre que mais sofreu, em que tivemos mais dificuldade na realização das vendas, muito em função do que chamamos de pressão da concorrência. Todos os concorrentes estavam superestocados, inclusive a WDC, que teve um elevado volume de estoque comprado anteriormente, com custos mais altos, e isso pressionou também a nossa margem.

Nós continuamos implantando novos contratos de Taas no Solar, principalmente no mercado corporativo e dos provedores de Internet, que começaram a instalar solar dentro das suas unidades, atingindo R\$6,4 milhões das vendas totais de Taas dentro do Solar.

E por causa desse cenário que passamos dentro de 2022, com todas as dificuldades que encontramos, nós implantamos uma reestruturação na equipe comercial. Trocamos a diretoria, trocamos a gestão comercial, porque percebemos que precisávamos ficar mais próximos do nosso canal.

A distribuição é uma coisa muito importante no mercado de Solar, e entendemos também que isso estava deixando a desejar. Então, fizemos a lição de casa. Acho que é importante vocês saberem que os resultados não foram bons perto do que imaginávamos, mas fizemos a lição de casa para entrar em 2023 com uma nova estrutura e com uma nova perspectiva.

No próximo slide, eu já passo de volta para o André, para ele contar um pouco sobre os resultados financeiros, por favor.

## **André Valente:**

No próximo slide, apresentamos as grandes linhas. Aqui, descendo, o P&L. Alcançamos um EBITDA ajustado de R\$62,1 milhões no 4T, que foi 17% inferior aos R\$75 milhões apresentados no 4T21, muito por conta do que o Vanderlei explicou nos segmentos sobre as maiores pressões competitivas de cada segmento, reduzindo margens praticadas.

Nas despesas de depreciação, vimos um aumento de R\$37,8 milhões para quase R\$45 milhões no 4T22, um incremento de 18% na linha de depreciação, que entendemos que é uma variação boa, considerando que a depreciação anda muito de acordo com a evolução do backlog de receitas.

E como vocês viram lá atrás, o backlog de receitas, cresceu 36,6%, e aqui vimos a depreciação crescer 18%, muito fruto do aumento da rentabilidade dos contratos Taas, em específico.

O resultado financeiro foi de R\$-18 milhões no 4T22, versus R\$-11,6 milhões no 4T21, R\$6,9 milhões pior, muito por conta do aumento das taxas de juros, considerando as maiores dívidas contratadas pela Companhia. Então, foram quase R\$7 milhões de impacto. E, por fim, o lucro líquido ajustado no 4T foi de R\$1,6 milhão, versus R\$24,3 milhões no mesmo período do ano passado.

Segundo, no próximo slide, aqui mostramos um pouco o comportamento da evolução da dívida líquida e alavancagem. Em termos de dívida bruta, no quadrinho na tabela abaixo, vocês veem que fechamos o ano com R\$794 milhões de dívida bruta, versus R\$588 milhões do fechamento do ano de 2021. Com a emissão da debênture que processamos em junho de 2020, a Companhia chegou a quase R\$1 bilhão de dívida bruta.

Como vocês podem ver, seguimos um bom cronograma de amortização neste 2S, fechando o 3T com R\$913 milhões de dívida bruta e fechando o ano com R\$793 milhões de dívida bruta, em um 2S de mais de R\$200 milhões de redução de dívidas.

Com isso, também vimos preservando bastante o saldo de caixa e equivalentes. A debênture trouxe ao nosso caixa aproximadamente R\$490 milhões de recurso líquido, dos quais ainda mantemos R\$305 milhões em caixa na virada do ano, mesmo considerando os dispêndios de CAPEX relacionados àquele grande contrato de Taas, assim como todos os outros contratos de Taas também processados nesse 2S.

O nosso índice de alavancagem, que acompanhamos bastante, até pelas questões dos covenants, fechou em 1,74x. Ou seja, nossa dívida líquida dividida pelo nosso EBITDA dos últimos 12 meses, significa 1,74x. O nosso covenant é de 3x, o nosso limite máximo, então ainda navegamos bastante distante. O foco, como o Vanderlei comentou, tem sido gerir o caixa, cuidar do caixa, mantendo uma situação saudável.

À direita, apresentamos um gráfico muito interessante, comparando a evolução da nossa dívida bruta versus a receita futura contratada. Nesse fechamento de ano, chegamos com uma dívida total de R\$795 milhões, versus um total de receita futura contratada de R\$808 milhões. Ou seja, temos uma cobertura, temos mais receita futura contratada a receber do que o que temos de dívida.

E à direita, mencionamos também aqui, ano a ano, esse cronograma de realização futura, até para mostrar que a emissão da debênture do meio do ano, unida com uma amortização mais forte de dívidas neste 2S, faz com que tenhamos um perfil de endividamento, olhando os cronogramas futuros, muito mais tranquilo para o decorrer do nosso caixa.

No próximo slide, apresentamos aqui um pouco do que aconteceu com o nosso caixa. Iniciamos o ano de 2022 com R\$337 milhões. Tivemos uma geração operacional no ano de R\$285 milhões. Esse é um número bastante positivo. Só para vocês terem uma ideia, o nosso número de 2021 foi de R\$186 milhões. Então, crescemos bastante nossa geração das atividades operacionais.

Tivemos um consumo nas linhas de capital de giro, e por 'capital de giro', nos referimos principalmente a contas a receber, financiando clientes, estoques, menos a linha de fornecedores – fornecedores internacionais, principalmente –, consumindo R\$179 milhões.

O CAPEX do Taas consumiu R\$217 milhões para fazer aquela venda que o Vanderlei apresentou nos destaques, de R\$515 milhões de novos contratos, e tivemos um serviço da dívida de quase R\$400 milhões. Nesses R\$396 milhões, temos aqui R R\$299 milhões de amortização de principal de dívidas, e o restante, os outros praticamente R\$100 milhões, relacionados a despesas de juros de dívidas.

E à direita, outros itens que tocaram também o nosso fluxo. Os R\$493 milhões, basicamente R\$489 milhões da debênture e mais R\$4 milhões daquele pequeno *follow-on* que processamos em fevereiro de 2022. Temos aqui o pagamento de dividendos de R\$11 milhões, e temos também a recompra de ações que consumiu R\$7 milhões, concluindo o ano com esses R\$305 milhões de caixa, o que nos permitiu, dentro dessa quitação de principal de dívidas, tomamos a decisão de, em 15 de dezembro, quitar antecipadamente a nossa primeira emissão de debênture, que tinha um vencimento que ia até novembro de 2024. Então, foi um total de R\$47 milhões que desembolsamos no dia 15 de dezembro para zerar essa debênture passada.

Por fim, passo aqui é a palavra ao Vanderlei, para falarmos um pouco de perspectivas.

### **Vanderlei Rigatieri:**

Obrigado, André. Eu quero terminar a nossa apresentação dizendo para vocês que, é claro, no ano de 2022, esperávamos poder trazer um resultado muito mais robusto. Mas não estamos parados. Não estamos sentado em cima esperando as coisas acontecerem.

A nossa estratégia como companhia não é de curto prazo. Quando decidimos tomar o modelo de negócio do Taas, sabíamos que isso era de longo prazo, que traz resultados a longo prazo. E a primeira coisa que eu quero mostrar para vocês é que nós estamos chegando àquilo que chamamos de 'maturidade' do modelo de negócio Taas.

Porque conforme mudamos o perfil dos contratos para serem mais longos, fazemos um casamento muito melhor das receitas, o caixa futuro, e aí vamos começar, daqui para frente, a parar de ter o desgaste dessa troca, desse *reshuffle*, e melhorar o nosso resultado.

Isso foi uma decisão difícil de ser feita lá em 2020, mas temos certeza de que isso vai ser muito positivo no futuro. Temos ainda mais um ou dois trimestres, e aí vamos começar a sentir toda essa mudança, desses alongamentos de prazo daqui para frente.

Outra coisa importante, na WDC, desde o começo da sua história, tínhamos o propósito de conectar as pessoas às tecnologias. E a conectividade das pessoas e das empresas com certeza vai continuar tendo uma demanda muito grande por novas infraestruturas. Estamos acompanhando toda essa infraestrutura que foi construída ao longo desses anos de fibra ótica, para levar banda larga fixa.

Eu lembro que, quando começamos a trazer fibra ótica, lá atrás, era temeroso. Ninguém acreditava que ia acontecer isso, e nós forçamos. E olhem essa realidade em que vivemos hoje.

Da mesma maneira, sabemos que existe uma renovação tecnológica sobre tudo isso. Então, as gerações dos roteadores WiFi 6, e agora em Barcelona, no congresso de wireless, de mobile, está se falando já em WiFi 7. As redes 5G, não só as redes públicas que vamos usar nos nossos celulares, mas as indústrias vão começar a implantar essas redes nos seus ambientes particulares, privados, para controlar a sua produção industrial etc. Já começamos a fazer isso. Isso vai aparecer ao longo deste ano que entra.

Outra coisa importante: lá atrás, 2019, previmos que a digitalização da mídia outdoor, que é o OH, iria acontecer, e nos adiantamos a isso. E hoje, começa a haver realmente um movimento muito forte no Brasil, acompanhando o que acontece lá fora, de digitalização da mídia outdoor. Aqueles relógios que vemos na rua, tudo isso começou a ser digitalizado, e isso tudo gera uma demanda pelos nossos produtos.

Cibersegurança, nem precisa falar. Quanto mais nos digitalizamos, mais somos atacados, e mais precisamos de proteção.

Outra coisa importante, que, no ano passado, com a parceria com a Huawei, principalmente, nós trouxemos, foram os sistemas BES, que são as baterias de lítio para armazenamento de energia, principalmente a solar, para uso não só industrial, nas telecomunicações, como nas utilidades, na *utilities*. Isso tudo vem como uma tendência e estamos superpreparados para esse novo mercado.

A macroeconomia, que não controlamos, cada vez é mais desafiadora, cria mais dificuldade para os nossos clientes. Para nós também, é claro, como empresa, mas para os nossos clientes, a dificuldade de tomar crédito é muito maior, para fazer CAPEX.

Isso, sentimos em 2014, 2015, quando estávamos começando a fazer o Taas. Percebemos o quão aderente é esse modelo de OPEX para esse mercado. E temos certeza, como já vimos agora, neste ano que passou, que o Taas continua firme, em outros mercados, não só em telecomunicação, e vai ter uma aderência maior nos próximos anos. É uma tendência. Os institutos de pesquisa mostram isso. Então, estamos alinhados com essa tendência.

É sempre difícil você ser inovador. Você tem que sempre vencer barreiras e, às vezes, ter alguns movimentos de adaptação para continuar crescendo. Mas essa estrutura que montamos, de capital, que vocês viram, supercapitalizados, com uma governança muito importante que foi instaurada dentro da Companhia, e com esse planejamento de longo prazo, nós temos certeza de que o nosso futuro tem muito crescimento pela frente e muito valor para agregar para os nossos acionistas.

Essa era a nossa mensagem, e acho que agora talvez possamos abrir para as perguntas. Eu queria, antes de mais nada, agradecer à nossa equipe interna, do RI, do financeiro, que se esforçou para entregar esses resultados em um período muito rápido. E agora abrimos para as perguntas.

#### **André Valente:**

Temos algumas perguntas, Vanderlei. Em ordem, vimos uma pergunta sobre a questão da queda do nosso lucro, rentabilidade, ROIC e demais indicadores. E, aliado a isso, também a receita estagnada de 2021 para 2022. O investidor pergunta se não seria o momento de criarmos uma nova fonte de receita ou segmento para tentar mudar esse cenário.

## **Vanderlei Rigatieri:**

Ótima pergunta. Na verdade, já colocamos em prática durante este ano, não posso dizer que seja uma nova unidade de negócio, porque ela ainda não tem tamanho, mas entramos muito forte no mercado de datacenter corporativo. Ou seja, não é mais para vender para o provedor de Internet, em que já temos uma larga experiência, abrimos esse mercado lá atrás, mas agora estamos com uma parceria, principalmente com a Huawei, fazer a infraestrutura dos datacenters corporativos.

Já temos um negócio muito grande em andamento, e sendo implantado, e tem muito pipeline pela frente. Datacenter, a nuvem, é extremamente importante em um momento em que você tem mais digitalização nas empresas.

Esse é um segmento, com certeza, em que devemos ter uma linha de crescimento muito acentuada nos próximos dois anos. Acreditamos que esse modelo é muito importante.

Outra coisa: dentro desse novo negócio, eu tenho que ressaltar o modelo de 5G privado. Não será uma nova telecom que temos, mas ele com certeza será uma fonte importante de receita. O primeiro negócio, já fechamos no modelo Taas, pequeno, mas é claramente uma mostra de que o Brasil vai adotar essa tecnologia nas indústrias.

Outra coisa que sabemos que está acontecendo, e que começamos lá atrás, é o agronegócio, para nós. Começou com o Solar, a energia para tocar os projetos de irrigação. Tem algumas usinas em construção que ainda, infelizmente, não geram receita, não dá para mostrar, porque temos que primeiro construir para depois transformar isso em vendas totais, que são modelos de locação.

Mas isso tudo e está, está em andamento. É por isso que eu falo que, às vezes, o resultado no curto prazo não demonstra tudo o que estamos fazendo por causa desse modelo do Taas. O Taas é superinteressante, mas ele demora para aparecer no balanço. Então, sofremos um pouco quando tem esse tipo de mudança.

Mas estamos muito atentos a ter outras fontes, outros segmentos de tecnologia que vamos vai explorar, sim. Não dá para ficar explorando sempre venda de modem de fibra, porque ninguém vai ter dois modems de fibra na sua casa. Sabemos disso, e estamos muito atentos.

## **André Valente:**

Adicionando a esse ponto, Vanderlei, essa é uma dúvida recorrente dos investidores, e que, internamente, na área de planejamento, sempre enxergamos dessa forma. Quando geramos valor através de uma venda, temos dois caminhos possíveis no nosso P&L: quando é via venda, jogamos para o resultado do trimestre, e quando é via Taas, pegamos esse mesmo resultado e jogamos dentro do backlog de receitas, da receita futura contratada.

E é exatamente isso que você comentou. Por isso chamamos tanto a atenção ao backlog de receitas, à receita futura contratada, porque é exatamente a foto dessa via em que estamos pavimentando o nosso resultado de longo prazo.

Então, quando vemos o backlog crescendo aqueles 37%, olhamos e falamos, “puxa, a receita líquida da Companhia andou de lado”, mas o backlog de receitas cresceu 37%. Isso significa que canalizamos aqueles R\$515 milhões que o Vanderlei apresentou no primeiro slide para dentro do que queremos colher futuramente.

E aí, dentro da parte de despesas, temos toda a parte “ruim”, vamos assim dizer, porque apesar de você canalizar a receita do recebimento para o futuro, para os próximos cinco anos,

a despesa onera o P&L do mês, porque não podemos ratear e jogar as despesas para frente. Contabilmente, temos a incorrência daquela despesa, de pagar o caminhão do frete para entregar todos os produtos ao cliente.

**Vanderlei Rigatieri:**

As despesas vêm na cabeça.

**André Valente:**

Junto com o CAPEX. Para deixar isso bem claro aos investidores, por isso que sempre batemos na tecla nas apresentações, de mostrar bastante a receita futura contratada, porque a receita futura contratada é que vai gerar, depois, uma vida mais constante.

Mas seguimos no nosso caminho de atender e conectar as pessoas, e o Taas, como até tem outra pergunta aqui também falando “você passaram bem pelas crises de 2014 e 2015, mesmo com as Selics. Até que ponto a taxa Selic pode ser considerada culpada pelo atual momento que a Empresa vive?”

E aí, já tomando a liberdade de responder, a Selic alta causa um efeito colateral. Como temos uma dívida atrelada ao CDI, a Selic alta acaba criando maiores despesas financeiras. Mas como vocês viram no nosso P&L, isso é uma coisa que é um problema nosso? Sim, é um problema nosso. Por isso que também temos feito essa agenda de cuidar do caixa e pagar o quanto antes as dívidas.

Então, ter virado o ano com R\$305 milhões em caixa, no nosso exercício orçamentário de 2023, termos tomado a decisão de pré-pagar uma debênture, porque estamos em um momento atual em que as pessoas estão com incertezas, se os bancos vão disponibilizar crédito, qual vai ser o preço das novas dívidas. E tomamos uma decisão de pegar uma debênture que era bem contratada, aquela debênture de 2019, e quitá-la antecipadamente para reduzir a carga de despesa financeira no nosso resultado de 2023. Então, acho que a Selic tem esse ponto de vista.

Temos aqui uma pergunta aqui do pessoal da Mapfre: “acreditam que a margem bruta do Solar deverá voltar aos patamares observados anteriormente? Qual patamar de margem bruta podemos considerar para o longo prazo, e quais estratégias da Companhia para a vertical Solar em 2023 dado o cenário econômico desafiador?”

**Vanderlei Rigatieri:**

O Solar realmente foi uma unidade de negócio que, em 2022, nos fez aprender muito. Na verdade, o aumento da competição lá fora nos fez repensar toda a nossa estratégia comercial. Vocês viram que focamos muito na construção de usinas, em não ficar só no varejo. O varejo de Solar, hoje, com 26.000 instaladores, é um ambiente complexo.

A virada do ano para 2023, com a mudança da legislação, tem assustado o cliente, e não é motivo para se assustar, com certeza. Já fizemos todas as simulações aqui. Ainda vale muito a pena fazer um investimento de energia solar para a sua casa, para o seu pequeno negócio.

Mas o mercado se assustou, porque, no final do ano passado, todos os instaladores meio que fizeram um terrorismo de dizer “olha, se você não comprar agora, não vai mais valer a pena”. Isso assustou o cliente. Não é verdade. A verdade é que a energia solar no Brasil tem ainda muito espaço.

E sabemos que os projetos precisam ser um pouco mais sofisticados. Temos investido muito junto com os integradores, e é por isso que fizemos essa reestruturação, para ficar mais próximos deles. Nos últimos três meses, eu posso dizer que eu fiz quase uma expedição, no modelo que eu tinha feito lá atrás, conversando com esse instalador e entendendo o que está sofrendo lá na ponta.

Por isso, eu tenho certeza de que vamos conseguir colocar para esse instalador, principalmente o instalador que tem a característica de qualidade – porque nós fizemos uma opção para trazer produto de qualidade, e o mercado foi completamente para preço. Então, é uma dificuldade você vender um produto que é muito mais sofisticado, que pode ter bateria, ele está preparado para receber bateria, então você não precisa ter um gerador na sua casa, na sua empresa, que tem todas as proteções elétricas no padrão mundial, e competir com um produto que é ‘pé de boi’. Preço por preço, o cara fala “eu vou no mais barato”.

Não é isso que vemos no futuro para esse mercado. Vemos que o cliente vai ficar mais sofisticado também. Ele vai ter um carro elétrico, ele vai ter um carro híbrido, ele vai querer ter uma fonte de energia com mais proteção. E imaginamos que esse mercado retome.

Sobre as margens, só para deixar claro, essa margem que tivemos no último trimestre foi muito abaixo, consequência de vários fatores: essa pressão do mercado, os nossos estoques comprados lá atrás com valores que, ao longo do ano, caíram. Isso tudo se corrige, e imaginamos que essa margem volte para o patamar que tínhamos lá no começo, da ordem de 15% a 18%. Esse é o patamar que achamos muito saudável para esse mercado.

Vai demorar um pouco? Vai demorar um pouco, mas já demos o remédio. Já estamos tratando muito bem esse cliente, esse canal, que está preocupado lá na ponta em entregar qualidade.

Isso tudo que estamos fazendo no mercado de varejo não vai ter tanto volume quanto os de baixa qualidade, mas vai ser uma venda saudável. E aí, do outro lado, as usinas, principalmente do agronegócio. Nisso, com segurança, temos uma perspectiva de, nos próximos dois anos, de implantar várias dessas usinas, e isso vai trazer uma qualidade de receita, uma qualidade de venda muito melhor.

Temos mais perguntas?

**André Valente:**

Existe uma pergunta sobre, eventualmente, novos produtos para diversificação de portfólio.

**Vanderlei Rigatieri:**

Acho que já falamos um pouco sobre datacenter, sobre 5G privado, WiFi 6 e 7, a parte de IOT também, que é uma coisa importante. Agora mais próximos do segmento de agronegócio, que para nós é novo, conhecíamos muito bem telecom, conhecíamos muito bem segurança eletrônica, entramos no solar e agora estamos explorando o agronegócio, que é 25% do PIB brasileiro. Tem muita oportunidade ali e, com certeza, estamos trazendo coisas.

Criamos uma diretoria de novos negócios aqui dentro da WDC no final do ano passado justamente para ajudar nessa visão de longo prazo. Aquilo que vai ser receita daqui para frente. Então, estamos muito atentos a essa diversificação de portfólio, sim. Não estamos parados.

E tem outra coisa muito importante: continuamos em uma jornada de digitalização da Companhia. A WDC está evoluindo nesse processo de se transformar em uma empresa mais digital.

Trouxemos no ano passado também alguns profissionais da área de TI para nos ajudar nessa mudança. Isso vai nos ajudar a analisar melhor os dados que temos, analisar o tipo de cliente que atendemos, com o que atendemos, o que precisa para esse cliente performar melhor.

Temos mais?

**André Valente:**

Sim, temos uma última pergunta: quais poderiam ser os efeitos da reforma tributária sobre o Taas?

**Vanderlei Rigatieri:**

É uma boa pergunta, porque sabemos que o Taas hoje não é tributado. Ele não tem ISS, ele não tem ICMS. A decisão do STF, Súmula 31, é de que locação não tem imposto sobre serviços, não tem imposto sobre circulação de mercadoria.

Então, eu tenho a impressão de que isso vai ser mantido. Não sabemos exatamente. O Brasil sempre tem notícias. Mas eu acredito que tendemos a ser bem beneficiados com isso, porque deixa de ter esses tributos todos na mensalidade, aquilo que não é uma prestação de serviço, que é uma locação. Só se mudarem a Súmula 31, o que não sabemos,

Mas eu tenho impressão de que vai ser muito boa essa mudança para nós. Por quê? Porque mensalizar tecnologia é deixar o cliente com mais fluxo de caixa. Na verdade, não é um financiamento. Sempre batemos nessa tecla. É como se estivéssemos vendendo a tecnologia sob assinatura. Ele tem todas as vantagens de ter uma tecnologia sob assinatura, assim como tem hoje já dos veículos, que atendemos de várias outras modalidades. Mas estamos fazendo com tecnologia.

Mais perguntas?

**André Valente:**

Não, acho que é isso. Não tendo mais perguntas, acho que podemos encerrar. Obrigado a todos por participarem da nossa conferência de resultados. A nossa área de RI, a Simone Oyamada, nosso Gerente de RI, eu e todo o time, o Vanderlei também, estamos sempre à disposição para atender, tirar dúvidas e compartilhar um pouco sobre o nosso negócio, sobre o que temos feito para aumentar o entendimento sobre os nossos segmentos, sobre a nossa atuação.

Nosso e-mail do Fale com o RI está à disposição de todos, e também estamos à disposição via telefone, via WhatsApp e via também LinkedIn. Fiquem à vontade para nos contatar.

**Simone Oyamada:**

Qualquer dúvida, crítica ou curiosidade sobre nosso negócio.

**Vanderlei Rigatieri:**

Exatamente. Somos uma empresa que dá muito valor a vocês, acionistas, que entende muito bem qual é o nosso papel e geração de valor para vocês, e temos essa transparência como

um DNA aqui dentro da Companhia. Contem conosco, e sempre pensem na WDC como um investimento de longo prazo.

Muito obrigado a todos. Boa tarde, e até a próxima.

**André Valente:**

Obrigado. Até logo.

"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"