

Bryan Pinho Roque

Bom dia a todos e bem-vindos à apresentação de resultados do segundo trimestre de 2024 da WC Networks. Eu sou o Bryan Pinho Roque, especialista de relações com investidores. Estou aqui com o Felipe Meldonian, nosso CFO e diretor de relações com investidores, e com Vanderlei Rigatieri, CEO e fundador da companhia. Vou ler o aviso legal: As informações contidas neste documento relacionadas às perspectivas sobre os negócios e de crescimento da WC 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 do mercado internacional e, portanto, estão 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. Os dados não contábeis não foram objetos de revisão por parte dos auditores independentes da companhia. Eu passo a palavra para o Vanderlei.

Vanderlei Rigatieri

Olá, bom dia a todos, pessoal. Muito obrigado pela audiência, por estarem assistindo a nossa videoconferência de resultados. Eu sempre gosto de fazer, no começo da apresentação, ressaltar alguns destaques do que foi o trimestre anterior. E nesse segundo trimestre de 2024, a gente tem muita coisa para comemorar. A primeira coisa que eu acho que é fundamental para todo investidor, quando olha uma empresa, é analisar a lucratividade da empresa. e esse trimestre nós reportamos 8,4 milhões de lucro líquido. É o segundo trimestre... ..R\$ 1,1 milhões, revertendo o prejuízo de 2023. Nós atingimos também um recorde de EBITDA. O nosso EBITDA ficou em R\$74,7 milhões... 8,9% acima do mesmo trimestre do ano anterior. E uma margem de EBITDA ajustada de 38,7%. 7,5 pontos percentuais acima do mesmo período do ano passado. O segundo trimestre consecutivos também que a gente melhora as margens brutas de todos os segmentos. Não é só de telecom, de enterprise, todos melhoraram e a gente atingiu no consolidado 27,2% no semestre. Nesse trimestre também inauguramos nosso showroom que eu acho que é fundamental dentro da estratégia da WDC de reposicionamento para vender projetos, para vender mais valor agregado. Nós tivemos também a contratação de toda a nossa equipe de design center. Então, hoje a WDC tem uma equipe de projetistas para ajudar o canal a fazer projetos mais complexos. e também a gente assinou a distribuição com uma nova marca, um novo fabricante de equipamentos de segurança eletrônica, que é a Dahua, uma das maiores fabricantes de produtos da área de segurança eletrônica do mundo. Enfim, nós estamos em pleno movimento de mudança para o nosso reposicionamento. Em grandes números, só para deixar marcado aqui para vocês, depois o Felipe vai comentar mais sobre isso. Nós tivemos um lucro líquido ajustado de R\$ 8,4 milhões, isso é 138% a mais do que o mesmo período do ano passado. EBITDA de R\$ 74,7 milhões, despesas operacionais de R\$ 31,6 milhões, ou seja, a gente está conseguindo reduzir a nossa despesa operacional, a gente já está quase 2% abaixo do que foi o ano passado, isso mostra a nossa preocupação em conter despesas e melhorar a nossa performance como um todo. O nosso backlog de receitas, os contratos que a gente já fez, a entrega dos produtos, já fez o CAPEX, agora só falta gerar a EBITDA, temos aí mais R\$ 842 milhões de receita a performar nos próximos anos. A nossa receita líquida, ficou em R\$ 193,1 milhões. Ressalto que a gente está tendo menos receita do que o ano passado,

mas muito mais lucratividade. Esse é o momento da WC em 2024, ou seja, a gente está privilegiando projetos com mais rentabilidade, não vendendo a qualquer custo, não crescendo sem margem. A nossa receita bruta de serviços, atingiu R\$41,8 milhões. Esse é um dado muito importante que eu quero sempre ressaltar. Na medida em que nós vamos mais para a área de projetos, essa receita vai crescer. Isso representa quase 20% de crescimento acima do que foi no mesmo período do ano passado. A nossa dívida líquida versus o EBITDA dos últimos 12 meses está em um nível super saudável, estamos aí com 2,14%. Nossos covenants de dívida são três vezes, então a gente está com folga nesse processo. O resultado financeiro foi R\$14,3 milhões, isso melhora a nossa posição em 11% versus o ano passado, ou seja, a gente está reduzindo o nosso custo, a nossa despesa financeira em função da redução do nosso nível de endividamento, Nossa dívida líquida está quase 7% abaixo do que estava no mesmo período, atingindo R\$532,3 milhões. Enfim, são destaques positivos que eu queria ressaltar logo de início. A gente está super contente, não só desse trimestre, mas o semestre todo tem sido muito positivo para a companhia. Passo a palavra aqui para o Filipe, que é o nosso diretor financeiro, CFO e de relações com investidores. Felipe, por favor.

Felipe Meldonian

Obrigado. Bom dia a todos, dando sequência aqui na apresentação. Em termos de vendas totais, entregamos nesse segundo trimestre de 2024, R\$ 220 milhões de reais. É importante notar que o comportamento dos segmentos nesses últimos trimestres, basicamente Telecom e Enterprise se mantém estável na ordem de R\$ 200 milhões de reais e superando em alguns trimestres. Se nós comparamos R\$ 220 milhões contra os R\$ 250 milhões de reais do segundo trimestre do ano passado, basicamente essa queda de 12,1% é explicado pelo solar, E, ao mesmo tempo, a gente nota um crescimento da representatividade dos segmentos de enterprise. Observando o semestre de 2024 contra o semestre de 2023, enterprise avançou 20%. Estamos naquele momento em que os frutos estão sendo colhidos por uma decisão muito acertada de diversificação de portfólio, incorporação de novas marcas. Infelizmente, o segmento de enterprise, o segmento corporativo, servindo como uma compensação por conta desse momento mais desafiador do segmento de telecom e por conta das quedas em vendas de solar por uma decisão da companhia. Nossas vendas de TaaS representaram cerca de 40% das vendas totais aqui no segundo trimestre de 2024, um pouco superior a um patamar da ordem de 30% do primeiro trimestre de 2024 e segundo trimestre de 2023. A dinâmica que está por trás desses números é de... Mais volume, foram quase 400 contratos convertidos, ao mesmo tempo que tickets médios menores. O backlog totalizou R\$ 242 milhões de reais e vale destacar que esse ativo fora do balanço traz uma enorme previsibilidade, recorrência de receita e muita segurança para a administração seguir no curso de reposicionamento colhendo essa previsibilidade e recorrência nos exercícios futuros. Na receita bruta, a gente gostaria de destacar o ganho de musculatura da venda de serviços dentro da receita total, foram quase 19% dos R\$ 224 milhões reconhecidos como receita no segundo trimestre de 2024, quase 16% dos R\$ 466 milhões, E como o Vanderlei mencionou agora há pouco, essa é uma tendência que veio para ficar. É resultado de decisões e de escolhas estratégicas. E esse foco em projetos de maior valor agregado abre espaço também para a conversão da venda de serviços que tem agregado bastante lucratividade também. A gente vai ver mais adiante. Em termos de receita líquida, mais

uma vez, Telecom e Enterprise se mantiveram estáveis, Enterprise servindo como uma compensação por uma pequena redução ali no segmento de Telecom, mantendo a ordem de grandeza de R\$ 180 milhões. O segmento de Enterprise, olhando o semestre de 2024 contra o semestre de 2023, avançou mais de 20%, então vem ganhando representatividade. E importante, botando em números, segundo trimestre de 2023, a Enterprise representava 27% da nossa receita líquida total. Segundo trimestre de 2024, 33%. Então, esse é um ganho de relevância desse segmento dentro do business. Em termos de lucro bruto, há um progresso muito significativo, principalmente levando em conta que existe uma venda e uma receita mais desafiadora. Entregamos R\$ 55 milhões de reais em lucro bruto em termos nominais, é um avanço de 2,5% versus o trimestre anterior, 7,5% em grandes números versus o segundo trimestre do ano passado, olhando semestre contra semestre, 7,7%, e em termos de margem, que não está retratado aqui na tela, esse progresso é igualmente significativo. A gente partiu de 23,5% de margem bruta no segundo trimestre de 2023, chegando a quase 29% de margem bruta no segundo trimestre de 2024. Semestre contra semestre foram 5,3 pontos percentuais adicionados de lucratividade. As despesas operacionais seguem sob controle em rota de manutenção ou queda do seu patamar. Foram R\$ 31 milhões em segundo trimestre, representando 16% da receita líquida. R\$ 69 milhões, representando 17% em grandes números em relação à receita líquida. Essa é uma queda nominalmente falando de 5,5%. e em termos reais essa queda seria até mais expressiva, se computássemos aqui dissídio, a inflação que ocorreu no período. Então a empresa segue muito disciplinada na gestão das suas despesas, e isso tem contribuído para a lucratividade e para o resultado lá no bottom line. Em termos de EBITDA... Chegamos a casa de 39%, inacreditavelmente, um patamar muito alto, 35% de margem EBITDA no primeiro semestre de 2024. Isso é reflexo da representatividade de serviços dentro da nossa receita total, ganho de lucro bruto, controle das despesas operacionais. É a maior margem da série histórica desde a fundação da companhia. Por fim, gostaria de destacar, a gente tem adotado o termo ajustado, isso é um pequeno ajuste que nos números estão lá, existe o disclosure, foram cerca de R\$30 mil reais de despesas ligadas ao nosso pipeline de M&A, muito pouco representativo, mas por rigor a gente fez o ajuste e não compromete a leitura do nosso EBITDA, fato é que chegamos à nossa melhor margem histórica. Nosso resultado financeiro melhorou, progrediu bastante, foram 25% de avanço semestre contra semestre, totalizando quase R\$ 26 milhões de reais, isso é um reflexo predominantemente da queda do montante de juros reconhecido em P&L, na medida em que taxa de juros reduz, se comparados os períodos e também o índice de O volume de dívida total também. Então, chegamos aí a um patamar 25% melhor do que o primeiro semestre do ano passado. E por fim, lucro líquido avançando 138%, segundo trimestre de 2024 contra segundo trimestre de 2023, totalizando R\$ 8,4 milhões de reais, um avanço de quase R\$16 milhões de reais no primeiro semestre de 2024, se comparado ao primeiro semestre de 2023. Isso aqui é resultado do foco em rentabilidade, na seletividade da escolha de projetos, não crescer a qualquer custo. um alto controle sobre gestão de estoques obsoletos, bota a margem zero que seja, abre espaço para recomposição de estoque de novos produtos, novos produtos mais atualizados tecnologicamente, então isso contribuiu bastante para o nosso resultado, despesas operacionais, representatividade de serviços, de projetos e assim por diante. Agora a gente vai entrar na performance de cada um dos segmentos. O segmento de telecom avançou em receita, imagem bruta, comparado ao trimestre anterior. Importante notar que esses serviços que a gente vem mencionando, eles se refletem predominantemente dentro do segmento de

telecom. Foram R\$ 116 milhões de reais em receita líquida contra R\$ 120 milhões aproximadamente no segundo trimestre do ano passado, R\$ 105 milhões no primeiro trimestre de 2024. Se a gente observa o primeiro semestre de 2024 contra 2023, a gente vê uma receita de TaaS estável, como não poderia deixar de ser, essa é a grande característica dessa modalidade de venda, ao mesmo tempo que de R\$ 121 milhões para R\$ 98 milhões é um reflexo de um setor estagnado em termos de crescimento orgânico, Não significa que não existam oportunidades de venda, mas a venda de produto acaba sentindo, na medida em que a gente tem uma representatividade, um market share grande dentro do segmento de telecom. Nossa margem bruta avançou muito significativamente, totalizou 27%, passou um pouco de 27% no segundo trimestre de 2024, quase 26% no semestre de 2024, contra 23,4% no semestre de 2023. Segmento de enterprise, totalizou no trimestre 63, quase 64 milhões de reais em vendas, um pouco superior ao segundo trimestre de 2023, e contra o primeiro trimestre de 2024, uma queda explicada por conta de um grande projeto convertido na Colômbia. Acho que isso aqui talvez seja uma característica do que vem pela frente, esses grandes projetos, a recorrência de conversão é diferente da recorrência de colocação de pedido de produtos, então o projeto entra, o sucesso de conversão entra e eleva o patamar muito substancialmente, que é o que está por trás desses 80 milhões de reais no primeiro trimestre de 2024. É o melhor primeiro semestre da série histórica, do segmento de Enterprise. Em termos de lucro bruto, quase 34%, então cresce muito, cresce com margem, com margens crescentes. 32,5% de margem bruta no primeiro semestre de 2024, conta 31% no primeiro semestre de 2023. Segmento de solar, a gente vem reportando nos últimos releases e todos que acompanham mais no detalhe conhecem o que vem acontecendo no mercado e compreendem a situação e o contexto. A WDC vem sendo muito seletiva na conversão de leads do nosso pipeline. Isso vem permitindo agregar margem. Foram 8,2% pontos percentuais contra a margem bruta do segundo trimestre do ano passado, sendo muito expressivo, um crescimento muito expressivo, 14,7%, de margem no primeiro semestre de 2024. O que está por trás disso tudo foi, ao longo dos últimos anos, um aumento da capacidade instalada muito significativa na China, que levou a uma queda também muito significativa do custo de reposição dos equipamentos solares, de tal modo que até mesmo os fabricantes chineses se encontraram numa situação desafiadora, não só os distribuidores que tiveram que reconhecer prejuízos para permitir giro de estoque, para permitir recompor estoque com os novos custos, se mantendo competitivo nesse mercado. Então, seguimos cautelosos, queremos margem muito mais do que crescimento de receita, principalmente nesse segmento. Nosso endividamento segue muito saudável, uma alavancagem de 2,1, dívida líquida/ebitida, contra os covenants, comparado aos covenants de três vezes, super tranquilo. Dívida de curto prazo, muito mais baixa, se comparado à dívida de longo prazo. E quando a gente faz o contraste da dívida líquida em relação ao nosso backlog, a gente vê um adicional, um sobressalente de quase 60%. Então, nos coloca numa situação de liquidez e de alavancagem muito confortáveis. A próxima tela é uma tela clássica que vem sendo reportada há muito tempo. Basicamente, a mensagem que pode ser extraída dela é que a dívida está paga. Se a gente considerar que o backlog é um estoque de recebíveis performado, ou seja, a companhia não tem... CAPEX pela frente, não tem obrigação de manutenção pela frente, uma vez firmado o contrato de locação, basicamente é aguardar o reconhecimento da mensalidade e o caixa dessa mensalidade, então o que a gente pode ver nesse restante de 2024 é um excedente de backlog muito significativo, quase seis vezes, Em 2025 também, um excedente, 2026, as contas se estabilizam e se

equiparam lá em 2027 e naturalmente ao longo desse período de 2024 a 2027, novas vendas vão ocorrer, o estoque vai sendo renovado, então a tendência é realmente a gente sempre ver um backlog sobressalente se comparado à curva de amortização da nossa dívida. vale só destacar, por fim, que do ponto de vista de EBITDA, essa previsibilidade de receita também se reflete em EBITDA, para EBITDA a gente basicamente reconhece pis e cofins e depreciação, perdão, pis e cofins, e a depreciação está no nosso custo, no nosso lucro bruto também, e para fins de caixa é basicamente pis e cofins, então a previsibilidade de receita que nós mencionamos, ela também significa uma previsibilidade muito alta de EBITDA e de geração operacional de caixa. No nosso trimestre, iniciamos com quase R\$ 96 milhões em caixa, finalizamos o segundo trimestre com R\$ 75 milhões, houve um desembolso a título de CAPEX de investimento muito explicado por conta da representatividade do TaaS, na primeira tela de vendas a gente viu que representava 40% contra 30%, então esse incremento de TaaS necessariamente se converte também em incremento de CAPEX, de modo que fez com que o nosso saldo de caixa baixasse um pouco de 95% para 75%. Nós fizemos uma captação no segundo trimestre, reforçando o caixa, e olhando o comportamento do caixa no semestre, a gente partiu de 102 para R\$ 75 milhões, a gente já viu uma geração operacional de caixa mais robusta e um saldo, um montante de desembolso a título de investimentos maior, mais uma vez reflexo das vendas, Toda vez que a gente converte TaaS, vai trazer um CAPEX naturalmente para o nosso fluxo de caixa. Fluxo de financiamento R\$ 20 milhões, aqui entra essa captação reforçando o caixa e nos levando a R\$ 75 milhões de saldo final em junho de 2024.

Vanderlei Rigatieri

Obrigado, Felipe. Obrigado pela explicação dos números. eu continuo sempre a mostrar para vocês a grande mudança que está acontecendo na WDC durante 2024 a gente tem uma estratégia que eu brinco que a gente está saindo da estratégia de vender preço o cliente querendo preço e prazo de entrega e a gente fazendo projetos vendendo retorno de investimento isso é uma É uma jornada, isso não acontece rapidamente, a WDC vai fazer isso ao longo dos próximos dois anos, mas isso com certeza vai levar a WDC para um outro patamar. Nós vamos nos tornar um distribuidor de valor agregado. ou seja, a gente quer levar para o cliente, né, seja ele da vertical ISP, seja ele da vertical educação, da vertical transporte, da vertical entretenimento, da indústria, nós temos um portfólio de soluções, que eu mostro nesse slide, né, que é muito vasto, né, A gente tem soluções que vão de infraestrutura a cibersegurança. Por isso que a gente fala que a WDC agora tem de solução de A a W. Por quê? Porque a gente tem muita coisa que, combinada, tem sentido para cada um dos segmentos que a gente quer atender. O varejo. A gente tem tido muito projeto de digitalização das lojas, os painéis de LED. A gente tem muito projeto na mídia, out of home. Então, isso tudo leva a WDC para um outro patamar que vocês estão percebendo agora. Mudança de não tanto volume de venda, Eu quero crescer o volume de vendas, sim, mas eu quero crescer o volume de venda de acordo com a estratégia de fazer produtos, projetos. Então, esse é o nosso grande desafio, que a gente está já há dois trimestres fazendo isso, né? Essa mandala de soluções que a gente tem aí é exatamente em cima disso que vocês vão ver a WDC focando, né? e acredito que isso vai trazer os drivers de crescimento, principalmente, são, como mostro no próximo slide, exatamente essas novas verticais de atuação, o aumento da base de canais, de integradores de

sistemas. Lembro que a WDC tem um volume muito grande de integrador de sistema nesses segmentos. Integrador de sistema são empresas que fazem não só a venda de produtos, mas ela faz também o projeto, a instalação, a manutenção, e também essa agregação de serviços do nosso lado, para ajudar esse integrador a entregar o projeto de uma maneira mais rápida e mais segura para o cliente final dele. Isso tudo permite um cross-selling, ou seja, o cliente de telecom tem possibilidade de comprar muitos outros produtos. A gente tem venda de energia solar para o telecom, tem venda de cibersegurança... para o telecom, e assim por diante. Então, essa é a perspectiva, não só a perspectiva, mas é o projeto maior desse novo posicionamento da WDC, que a gente vai estar executando, acho que esse trimestre mostrou que estamos no caminho certo, estamos fazendo essa conversão, isso tudo acho que era isso, com mensagem do nosso resultado. Agradeço a todos. Acho que a gente tem aí o Bryan, vai coordenar com a gente a sessão de perguntas e respostas. Muito obrigado, pessoal.

Bryan Pinho Roque

Ok, Vanderlei. Obrigado. E passaremos agora para a sessão de perguntas e respostas. A primeira vem do senhor Joel, da Grifo Asset. Bom dia, parabéns pelo resultado. Gostaria de saber mais qual o motivo do aumento do contas a receber desde o começo do ano, junto com o aumento do PCLD?

Felipe Meldonian

A gente, naturalmente, adicionando vendas e prazos longos, a gente... impacta o prazo médio de recebimento. Ao longo desse semestre, paralelamente, a gente vem promovendo acordos e parcelamentos com alguns clientes, que também impacta talvez até o principal vetor sobre essa conta do nosso circulante. Paralelamente a isso, a gente vem adotando uma política de crédito mais rigorosa, abrindo negociações antes da conversão com o cliente, de modo a tentar estabilizar o comportamento dessa conta. Então, o reflexo é de realmente acordos firmados, parcelamentos com alguns clientes e ao mesmo tempo, em que a gente vem praticando uma política de crédito mais criteriosa, mais rigorosa, sem necessariamente abrir mão de vendas, mas também preservando a geração de caixa da companhia. Então, esse é o principal driver por trás do comportamento da conta de contas a receber.

Bryan Pinho Roque

A próxima vem do senhor Eduardo, do Itaú Unibanco. Podem falar um pouco sobre a concentração da carteira de locação? Qual o perfil dos clientes de locação?

Vanderlei Rigatieri

Oi, Eduardo. Obrigado pela pergunta. O cliente nosso de locação mais significativo até o ano passado era muito no provedor de internet, na área de telecom. À medida em que a gente avançou muito no segmento de corporativo, do enterprise, a gente percebeu que a

locação tem aumentado nesse tipo de cliente, principalmente empresas que são voltadas para a área de mídia, mídia out of home, que tem aí os seus painéis de LED espalhados pela cidade. para vender mídia para clientes. Não sei se vocês viram, mas a gente inaugurou recentemente um dos maiores painéis de LED 3D, aquele que dá a sensação de que a imagem vai sair para fora do painel no Rio de Janeiro. Ele entra em operação comercial no mês que vem. E também, um outro perfil é o varejo. A gente tem sentido que, supermercados, lojas, também estão adotando mídia interativa. Então, você vai ver, por exemplo, as lojas da BYD, da Toyota, supermercados, digitalizando a sua mídia interna e até vendendo anúncios dentro dos supermercados. Como que a gente está fazendo? A gente está alocando esses equipamentos. Então, está aumentando o perfil de locação para esse tipo de cliente, porque ele usa esse produto para fazer a venda de mídia para terceiros.

Bryan Pinho Roque

Está legal. A próxima vem do senhor Rafael Moretti, da OBY Capital. No trimestre, a companhia vendeu 85 milhões de TAS e teve receita líquida, de tais de 81 milhões, o que daria uma adição de 4,2 milhões no backlog. No entanto, o backlog teve uma queda de 10,8 milhões versus 1,24. O que explica essa queda? Houve cancelamento de contratos? Há muitos para cancelar?

Vanderlei Rigatieri

Oi, eu não entendi direito a sua matemática. Desculpa aí, OBY Capital. Mas, na verdade, a gente não teve muito cancelamento de contrato, não. O que a gente tem tido, é que você lembra, né? Eu faço a venda de um contrato de TaaS, mas eu também tenho o reconhecimento do backlog ao longo desse período. Então, tem uma compensação. Quando eu não vendo muito mais TaaS, eu não tenho esse acréscimo tão grande no backlog, tá? Então, não sei te responder o número exato, mas a gente está tendo um critério muito maior na hora de fechar contratos de locação. Isso é uma verdade, o Felipe até falou. A gente está se preocupando muito mais... na análise da capacidade de pagamento desses contratos pelos novos clientes. Então nós não estamos... sendo muito mão aberta para fazer contratos de locação de uma forma indiscriminada. Até com provedores, a gente tem sido muito mais rigoroso nesse processo. Existe, sim, contratos em que eu tenho devolução de produtos, faz parte do processo, ou seja, a parte bonita para o cliente do contrato de locação é que ele pode ajustar o equipamento que ele precisa ao longo do contrato, tendo aí suas penalidades e tudo mais. Mas isso faz parte do processo, sim.

Bryan Pinho Roque

Próxima vem de Matheus, do Grupo Soma. Bom dia, Felipe, Bryan e Vanderlei. Observamos um crescimento de margem no primeiro semestre de 2024 em todos os segmentos. O que devemos esperar para o segundo semestre? Podemos esperar uma continuidade deste patamar de margem?

Vanderlei Rigatieri

Matheus, obrigado pela pergunta. A gente está na busca de sempre melhorar a nossa margem bruta de todos os segmentos. Eu não acredito que a gente vá aumentar muito mais do que a gente conseguiu nesse patamar. A gente tem consciência de que esse nível para o nosso negócio, eu brinco que a gente está com um nível de EBITDA parecido com o de operadora. A gente está muito alto pelo tipo de negócio que a gente tem. Então, eu não acredito que nós vamos aumentar essas margens. A gente está tentando realmente manter esse nível de margem daqui para frente. Vai ter alguma variação. O Felipe lembrou muito bem. Nós temos grandes projetos que entram e saem dentro de um trimestre. Então, quando entra um projeto muito grande, isso pode variar, não só o valor da receita daquele trimestre, da venda, mas também um pouquinho da margem. Mas eu acredito que a gente atingiu uma maturidade muito boa de margem. O solar pode ser que, nesse segundo semestre, tenha algum tipo de variação. A gente sabe que tem algumas usinas no pipeline e isso dá uma reduzida um pouquinho na margem. mas a gente está se mantendo muito firme de não vender a qualquer custo. Acho que essa é a grande mensagem que eu queria passar, não só para você, mas para todo mundo. A WDC não vai crescer o top-line a qualquer custo. A gente quer manter a rentabilidade da companhia nesse patamar que a gente chegou. É isso que interessa. Acho que a gente vai agregar muito mais valor para o acionista fazendo esse tipo de posicionamento que a gente tem agora.

Bryan Pinho Roque

O Matheus do Grupo Som faz mais uma pergunta. Sobre os novos contratos de TaaS, a evolução para a casa de 400, a expectativa de manutenção deste nível para o segundo semestre?

Vanderlei Rigatieri

A expectativa do número de contratos, eu acho que a gente não fica muito preocupado com o número de contratos, viu, Matheus? A gente está preocupado com a qualidade dos contratos que a gente está estar pondo para dentro de casa. Principalmente porque, no nosso caso, a gente tem agora não mais uma quantidade muito grande de contratos dentro do mercado de ISP. A gente diversificou muito para os outros segmentos. E os outros segmentos, eles são muito mais de ter um contrato, de um ticket talvez um pouco maior, mas de menos quantidade. Mas eu acho que esse número de contratos é um número que vai variar nessa faixa que você viu aí, entre 350, 400, é um bom número para você pôr aí no seu modelo de negócio que você está fazendo.

Bryan Pinho Roque

A próxima vem de... Olha, o Matheus tem mais uma. Ele tem mais uma, que é uma terceira. Sobre realização de uma aquisição mais voltada para porte de serviços. Queria ouvir de vocês como anda esse processo.

Vanderlei Rigatieri

Agora sim, agora você saiu da planilha e foi para o estratégico. Enquanto você está lá na sua planilha modelando, é mais difícil de te responder. A gente tem sim, desde o dia que a gente fez o IPO, eu queria mostrar isso para você. Existia na nossa estratégia um pipeline de M&As que a gente gostaria de fazer. O que aconteceu foi que, ao longo desse período, com toda essa turbulência no mercado de capitais, a gente perdeu um pouco a capacidade de fazer esses M&As ao longo do tempo. Estamos retomando isso. E agora, a nossa visibilidade é que a gente precisa de parceiros aqui, ou de capacidades, competências, muito voltadas à área de serviços. Ou seja, nós acreditamos que, dentro da WDC, precisamos ter alguns serviços que são fundamentais para melhorar a entrega de projetos lá para o integrador ou para o mesmo provedor. Então, sim, temos em vista algumas empresas na área de serviço. Não são empresas, nunca esperem da WDC, grandes... M&As, grandes empresas dentro do nosso, para agregar, a gente quer agregar capacidade, então temos na área de serviço, temos na área de cibersegurança, temos na área de prestação, de ajuda de projetos, porque isso sim, vai trazer para dentro de casa competências importantes para a nossa virada de reposicionamento, para entregar solução de A a W.

Felipe Meldonian

Só fazendo um pequeno complemento, são aquisições estratégicas. Nada que vá influenciar a estrutura de capital, que vá incorporar, vai influenciar o modelo de negócio, muito pelo contrário, é uma continuidade do modelo atual, observando a necessidade do cliente, agregando serviço para que tenha maior valor agregado, mas sobretudo, aquisições estratégicas que não impactarão nossa estrutura de capital.

Bryan Pinho Roque

Boa. A próxima vem do Milton, é uma pergunta um pouco similar, mas eu vou ler ela porque ela traz um componente diferente, que ela pergunta assim, mencionaram sobre prospecção de M&A, estão buscando adquirir concorrentes ou realizar alguma fusão? Acho que a questão aqui é mais a questão do concorrente, o que difere um pouco da outra, estão buscando adquirir concorrentes?

Vanderlei Rigatieri

Boa pergunta, não, na verdade não, eu não acho que hoje tem espaço para a gente consolidar concorrentes, não. A gente tem muito concorrente, tá? Como a gente atua em vários segmentos, a gente tem concorrentes que atuam na área de ISPs, concorrentes na área de cibersegurança, na área de segurança eletrônica, na área de solar, que tem muita gente querendo... que está no mercado, está na pista, não é o nosso foco principal adquirir concorrente, a menos que venha com uma proposta muito interessante de coisas que a gente não tenha dentro do portfólio. Então, como o Felipe falou, a gente está buscando aquisições mais estratégicas, que tenham competências melhores, que a gente visualiza que a gente precisa dentro de casa.

Bryan Pinho Roque

A próxima é do Rodrigo, do ABC Brasil. Em relação à dívida, existe no radar novas captações a mercado? Vocês vêm acompanhando o desempenho do mercado secundário dos papéis emitidos no passado? Obrigado e parabéns pelo resultado.

Vanderlei Rigatieri

Opa, muito boa essa sua pergunta. A gente tomou agora recentemente uma pequena dívida complementar para a gente ter um caixa mais forte. A gente gosta de ter uma posição de caixa com segurança. Tomamos R\$ 50 milhões. Não tem no radar nenhum tipo de captação de grande porte para ser feita. Acho que a gente está com um nível de endividamento super confortável para o nosso plano de crescimento. Sobre o mercado secundário da debênture, foi bom você falar, porque teve um maluco aí que fez uma oferta que bagunçou muito esse mercado. Nunca recebi tanta ligação de gente falando, nossa, o que está acontecendo? Acho que alguém que estava com uma dívida, acho que tinha uma posição, a gente foi tentar descobrir o que era, que era uma dívida, que ele tinha uma posição de um milhão de reais, frente ao nosso debênture que já está em 450, 500 milhões. E ele ofereceu um valor muito distoante do mercado. Acho que foi um caso isolado que fez esse ruído aí. E a gente, como vocês viram, pessoal, a gente tem a nossa dívida paga. O nosso backlog de receita paga e sobra. Então, a gente hoje não tem nenhum tipo de problema de capacidade de pagamento da nossa dívida. Pelo contrário, se a gente quisesse, a gente poderia tomar até mais dívida para crescer de uma outra maneira. Mas a gente está super tranquilo, super seguro. Os bancos que administram isso para a gente podem confirmar que a gente não tem nenhum problema

Bryan Pinho Roque

A próxima vem do Eduardo, do Itaú. Podem falar um pouco do impacto da variação do câmbio no negócio de vocês?

Vanderlei Rigatieri

Oi, Eduardo. Obrigado pela pergunta. O câmbio, para a gente e para todo mundo que olha pela primeira vez a WDC, que é um distribuidor, um importador, parece que tem um impacto super forte. Eu lembro do começo, quando a gente fez o IPO, essa era uma pergunta muito recorrente. Na verdade, a gente compra em dólar, estoca o produto e vende... o produto cotado pelo dólar ptax do dia anterior ao faturamento. Então, teve uma casa de análise que um dia falou para a gente, e eu sempre repito a mesma frase que eles disseram para a gente, poxa, a WDC tem um head natural. porque nós vendemos em dólar. A cotação da WDC é convertida pelo dólar do dia do faturamento. Então, é claro, dólar para a gente não é um problema. Eu só não gosto do dólar subindo muito rápido ou caindo muito rápido. Isso causa uma variação cambial no balanço. Então, o dólar muito alto... vai encarecer o produto lá na ponta. Mas eu não vou ter perda por causa disso. E o dólar, quando cai muito, também tem um problema, porque eu tenho meu estoque, que também tem esse problema. Veja o que aconteceu e que a gente sofreu, não só com o

dólar, mas que a gente sofreu com o preço do produto solar. Em 2022, o preço de um painel solar era 25 centavos de dólar por watt. Hoje ele está a 9 em dólar. Em 2022, o dólar estava alto. Então, esse tipo de variação sempre causa um ruído para a gente. Mas como a gente faz esse processo de rede natural, ele impacta muito menos no nosso resultado. Mas obrigado pela pergunta, porque é sempre bom esclarecer isso para todo mundo.

Bryan Pinho Roque

Maravilha, vou puxar a última aqui, é a do Milton, pessoal física. Os investimentos tiveram como efeito uma redução importante no fluxo de caixa. Podem detalhar melhor esses investimentos e qual a expectativa de retorno?

Felipe Meldonian

Os nossos investimentos são basicamente... É Milton, né? Milton, obrigado pela pergunta. O CAPEX é parte do modelo de negócio da WDC. A gente comercializa a locação, o TaaS, e isso acaba engatilhando a aquisição dos equipamentos que vão ser imobilizados para que aí sim seja firmado, e paralelamente esse contrato de locação seja firmado. O investimento, digamos, extra, CAPEX, ou excluindo o CAPEX, ele é marginal e irrelevante. Portanto, predominantemente, aquilo que você vê de CAPEX no nosso fluxo de caixa é reflexo da conversão de um lead comercial muito bem trabalhado. Então, é parte inerente do negócio. É um business de capital intensivo, então envolve comprar muito equipamento e o aluguel, uma vez imobilizado, você tem esse reflexo no nosso fluxo de caixa, mas é natural do negócio, nada de preocupante, muito pelo contrário, natural do nosso modelo. É isso aí, lembra sempre, a gente não faz CAPEX hoje, todo CAPEX que você vê no balanço, de maquinário, compra de imóvel, nada disso. É sempre um CAPEX para ser usado na locação. Então, a gente faz o CAPEX, bota no imobilizado e já transforma isso em contrato de locação do TaaS. Obrigado.

Bryan Pinho Roque

Caminhando para o final, vou passar a palavra aqui para os nossos diretores para a gente prosseguir com as considerações finais.

Vanderlei Rigatieri

Bom, eu... Quero terminar nosso call aqui, mais uma vez, dizendo para vocês que a gente está super contente com o resultado. A gente teve um ano de 2023, talvez seja o pior ano das nossas vidas, muito por causa dessa pandemia. e que a gente passou, nos reposicionamos e estamos agora entrando nessa nova jornada, uma jornada de muito melhor posicionamento, com mais resultados, resultados robustos, e que isso vai trazer muita coisa boa pelos próximos anos da WDC. Muito obrigado a todos.