

## **Transcrição – Apresentação de Resultados 1T26**

### **Bryan Pinho Roque**

Boa tarde a todos. Bem-vindos à apresentação de resultados do primeiro trimestre de dois mil e vinte e seis.

Sou Bryan Pinho, Roque, gerente de relações com investidores. Estou aqui com o Vanderlei Rigatieri, Ceo e fundador da Companhia e Felipe Meldonian, diretor financeiro e de relações com investidores.

Vou ler o aviso legal.

As informações contidas neste documento relacionadas às perspectivas sobre os negócios 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, desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais 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, pessoal. Boa tarde a todos. Obrigado pela audiência da nossa videoconferência de resultados.

Eu tenho aqui alguns números alguns destaques nesse primeiro trimestre. Eu queria compartilhar com vocês.

O primeiro deles é que a gente conseguiu, mais uma vez, fechar o trimestre com um saldo de caixa muito saudável.

Duzentos e setenta e um milhões.

Isso é quase sessenta a mais do que a gente teve no final do trimestre passado, final do ano de dois mil e vinte e cinco, geramos um fluxo de caixa operacional da ordem de sessenta e sete milhões sessenta e seis, nove milhões.

Isso é quarenta e quatro superior ao trimestre anterior,

e uma conversão de caixa EBITDA muito acima do que a gente já teve na nossa história foi cento e quinze nesse trimestre.

Mais uma vez, comprovando a nossa tese de que, no momento em que eu desacelero a venda de Taas. Eu gero muita caixa, muito caixa para a empresa.

Então conseguimos aí oitenta e três a mais de conversão de caixa do que no trimestre anterior.

Nossa alavancagem permaneceu muito estável 1,8 vezes o ebitda

que é super saudável. Eu lembro a todos que o nosso Covenant

de debêntures é três vezes o ebitda. Então estamos muito saudáveis nesse ponto, mantivemos a nossa

nota de crédito pela Moody's e a Brasil, e fizemos um capex

de 14,5 milhões apenas para novos contratos de taas

muito pouco perto do que a gente tinha nos anos anteriores.

Nossa margem ebitida ficou quatro pontos percentuais acima do que o mesmo período do último trimestre foi em trinta.dois,

e voltamos ao lucro contábil, chegando a sete milhões esse trimestre,

que perto do que a gente teve ano passado devido às baixas. Representa muito daquilo que a gente falou. Ou seja, estamos com um balanço mais leve. E agora geramos um lucro sem ajuste nenhum.

É muito saudável.

E o nosso ROIC,

que está começando a voltar a nível saudável. Estamos com oito virgula, três. Ainda é muito abaixo do custo de capital. Mas a gente está indo na direção certa.

Menos Capex, menos endividamento melhora muito o nosso retorno sobre o capital investido.

Eu acho que esses são destaques importantes para a gente começar a nossa conferência.

E depois eu volto para dar um pouco mais da perspectiva da empresa para vocês, vou passar a palavra para o Felipe, que é o nosso Cfo, diretor de Ri. Para dar mais detalhes sobre os nossos números desse trimestre. O primeiro trimestre de dois mil e vinte e seis,

Felipe.

### **Felipe Meldonian**

Obrigado, Wanderley. Obrigado a todos que nos acompanham na apresentação de resultados, dando sequência à apresentação,

trazendo aqui nossa performance de vendas e receita líquida.

Nossas vendas totalizaram quase cento e setenta e cinco milhões no primeiro trimestre de vinte e seis,

contra cento e oitenta e oito, no quarto trimestre de vinte e cinco e duzentos e quarenta e um. Primeiro trimestre de vinte e seis.

A gente teve aqui existe um momento de grande seletividade, não só por parte da Wdc, concessão de crédito a seus clientes, mas também seletividade dos seus clientes, dos nossos clientes. Aliás,

um ambiente macro bastante desafiador, volátil, com uma grande dose de incerteza. E isso influencia a decisão de compra dos nossos clientes e também influencia o quanto que estamos dispostos a assumir risco de crédito.

Existe um segundo fenômeno importante por trás desses números, que é o comportamento da Ptax. A gente teve no primeiro trimestre de vinte e seis, cinco, vinte e seis, em média, quase dez abaixo do primeiro trimestre de vinte e cinco, e quem nos acompanha sabe que as nossas propostas são em dólar. A gente já mencionou, em alguns call anteriores sobre o head natural, os produtos são importados. A precificação das propostas é em dólar. Então, olhando trimestre contra trimestre, com uma variação para baixo da Ptax nesse patamar. Isso influenciou o comportamento das vendas também nesse mesmo período, partindo para a receita líquida, a gente tem um gráfico aqui de pizza muito similar ao que a gente viu no trimestre anterior. Cerca de cinquenta, vindo de Telecom a vertical. O segmento mais forte de origem de atuação da companhia, assim como os outros cinquenta distribuídos no que nós chamamos de novas verticais, onde a gente aposta todas as nossas fichas por serem mercados punjantes com uma demanda

que tem uma perspectiva de médio e longo prazo bastante favorável.

Quando a gente olha entre os grupos de venda. A gente vê o comportamento ali de alguns grupos contra trimestre ou ano anterior. De queda a gente conversou, por exemplo, com o fabricante, nosso principal fabricante de cibersegurança. E essa queda

é generalizada. O fabricante relata uma performance mais fraca em relação aos trimestres anteriores, dando um spoiler sem entrar muito no detalhe. O Vanderlei vai falar mais disso adiante, justamente em Cyber. A gente está homologando novos fabricantes para ter uma carteira mais distribuída e produtos com diferentes atributos e preços, e, dessa forma, tentar combater o comportamento do fabricante atual, que é um fabricante mais premium existir na receita líquida. Um segundo fenômeno que é entrada de pedidos mais no final do trimestre, e a gente é sujeito ao cut off. Se a gente analisa o que veio do quarto trimestre para o primeiro trimestre, o que pulou do primeiro trimestre para o segundo. A gente perdeu um bom tanto de receita líquida. É uma receita perdida. Entenda, ela foi deslocada no tempo por conta das regras de reconhecimento contábil.

Já aparecem no mês de Abril, mas é um fato que explica o comportamento total da receita contra o quarto trimestre contra o primeiro trimestre de vinte e cinco, nosso lucro bruto totalizou quase vinte e nove. Existe uma leve queda em termos de margem ao longo dos trimestres analisados. Isso é um fenômeno conhecido, previsto por conta do aumento do mix da revenda dentro da receita total. A título de ilustração, nós tínhamos quarenta no primeiro trimestre, vindo de Taz e agora cerca de trinta e cinco, na medida em que a gente decidiu privilegiar a revenda. Nesse momento

de mercado. É esperado que haja esse comportamento da nossa margem bruta

Ebitda. Aqui a gente traz não só o nosso Ebit nominalmente, em termos de margem também, mas a conversão ebit da caixa.

A gente vem frisando já alguns trimestres. O foco, a ênfase nesse indicador. A gente entende que ele retrata de uma maneira mais adequada a dinâmica de negócio de modelo, então, sim, se comparado ao primeiro trimestre, há uma compressão da margem ebitda já comparado ao quarto trimestre de vinte e cinco, a gente até recuperou muito por conta das despesas operacionais que foram mais favoráveis no primeiro trimestre de dois mil e vinte e seis, nominalmente equivalentes, quase.

E quando a gente observa a conversão ebitda caixa, vemos uma curva crescente e era justamente o que esperávamos, desejávamos e sinalizamos

para o mercado, chegando aí a quase cento e dezesseis, contra oitenta e quatro e sessenta e sete, no primeiro trimestre. Quarto trimestre, no primeiro trimestre de vinte e seis, respectivamente.

Nosso resultado financeiro veio muito em linha com o resultado apurado no quarto trimestre de vinte e cinco

em termos de receita financeira. Basicamente, a mesma coisa. A principal diferença é atribuída a um menor volume de AVP no primeiro trimestre, a gente submeteu

um volume bem menor de clientes a acordos. O acordo, uma vez repactuado, é trazido a valor presente. Esse ajuste AVP é justamente um retrato disso,

o quanto se perde, na medida em que faz um acordo e traz o valor presente, na medida em que tem um menor volume de acordos no primeiro trimestre. Se comparado ao quarto trimestre, a gente desafoga um pouco o resultado financeiro, a despesa financeira,

sendo essa principal variação no resultado financeiro.

Nosso lucro líquido entregue foi de sete milhões. Vale reforçar que não foi alvo de nenhum ajuste. Nós fizemos

uma baixa extraordinária no quarto trimestre. Foi amplamente divulgado, tanto na nossa apresentação como no próprio release

e, dessa forma, a gente entende que, com um balanço mais leve, a gente tem dados melhores, retratando a realidade da companhia. É uma reversão bastante significativa.

Cento e oitenta milhões de prejuízo contábil barra societário contra sete milhões também contábil, sem nenhum ajuste, para colocar nos mesmos termos.

Então essa é uma melhora que a gente celebrou bastante

retorno sobre capital investido. Mantivemos o patamar de oito, cinco

os drivers, os vetores agindo por trás. É o privilégio. É o foco em novas soluções.

Foco em revenda um controle rigoroso de despesas operacionais, custos e margens.

Um cuidado é bom.

Um grande cuidado com relação à gestão do capital de giro que a gente vai entrar em mais detalhes adiante,

entrando no nosso capítulo de caixa e alavancagem,

fechamos com uma dívida líquida ebitda de um, oito duzentos e setenta e um milhões de reais em caixa.

Isso significa que, basicamente, todo o nosso endividamento de curto prazo está coberto o caixa acumulado. Nesse período.

A gente já também comentou, mas vale destacar que a gente vem utilizando Phillips para a prorrogação do prazo médio de pagamento.

É verdade que o Finimp, uma vez executado, ele é deslocado do contas a pagar para o endividamento. Mas, no fim das contas, é uma compra que está por trás desse produto financeiro e que se computado no nosso custo médio ponderado da dívida. Chegamos aí à Cdi + 1,7%. É um patamar super competitivo e salta aos olhos diante do momento de mercado que a gente vive

nosso capex, assim como desejado, planejado lá embaixo.

Esse é um momento de preservação, de liquidez,

de foco em contratos de locação com melhor nível de risco, melhor precificação. Então essa é uma

um momento mais perene vai durar, pelo menos ao longo de dois mil e vinte seis.

É claro que, havendo uma excelente oportunidade de crédito. A gente vai considerar.

Mas o fato é que

o foco aqui da companhia é a preservação desse capex. Para ilustrar a gente, está falando em quinze milhões de reais. Já chegamos a quase cinquenta milhões

em um determinado trimestre de dois mil e vinte e quatro. Então é uma queda bem expressiva

que nosso gráfico clássico de ciclo de caixa. Nós mantivemos na linha verde o ciclo de caixa por volta da ordem. Ali de duzentos e trinta, duzentos e quarenta dias,

a gente rompeu um ciclo de crescimento do ciclo de

ciclo de crescimento do número de dias de caixa na operação.

E essa baixa extraordinária nos levou para os dois, cem, treze dias, que foi mantido nesse trimestre,

a gente pode observar a linha preta de prazo médio de recebimento estável.

Nossos índices de atraso e recuperação basicamente, têm permitido manter nosso volume de atrasos em negociação no mesmo patamar, ou seja, aquilo que fica na mesa cada mês, a gente é capaz de recuperar, mantendo uma estabilidade do prazo médio de recebimento e submetendo um menor volume de acordos.

Como eu mencionei anteriormente, o estoque basicamente em linha por volta de noventa dias e o prazo médio de pagamento, na medida em que a gente executa o Finip, a gente drena o contas a pagar. Então é um pouco a principal razão por trás do comportamento dessa linha azul mais clara.

Nosso fluxo de caixa foi super robusto. E assim esperamos que continue sendo.

Foi um recorde de geração operacional, crescimento de catorze e cinco

sendo que vale lembrar que era uma base no quarto trimestre já muito forte. Então quarenta e cinco de crescimento em cima de uma base,

já que saltava os olhos,

se destacava. Conversão Ebit da caixa da ordem é de cem, dezesseis. Mais uma vez, uma base fortíssima de quase oitenta e quatro.

Então isso demonstra o quanto que a operação está saudável.

Gerando caixa, volume de investimento. Apesar dos Seis virgula oito de crescimento. A base é muito baixa. Então a gente Está falando de 13,8, aproximadamente 14,5.

Um Incremento bem pouco significativo. A manutenção dos dois, cem, catorze dias de caixa. Como eu mencionei

nos slides anteriores,

agradeço a todos pela participação. Devolvo a palavra para o Vanderlei para a gente entrar no nosso capítulo de perspectivas.

Obrigado, Felipe.

### **Vanderlei Rigatieri**

Muito bom. Como vocês viram, pessoal, acho que a gente está entregando aquilo que a gente falou

no ano passado.

Nós mudamos o perfil da companhia em termos de caixa de geração de caixa de uso do capital de giro.

E isso está dando resultado positivo.

A companhia entra num ciclo completamente diferente. Um balanço super leve, sem coisas do passado, atrapalhando

o resultado real da companhia.

A gente tem que falar como perspectivas. Eu sempre ponho o que a gente está vivendo no ambiente macro aqui da companhia.

Imagina o seguinte: com guerra, com a falta de componentes de chips de memória que foi drenado pela Iá. Isso está causando um aumento muito significativo de preços dos produtos do mercado internacional.

Isso vai ser um componente muito importante durante esse ano. Para os nossos clientes.

Temos produtos que aumentaram na faixa de treze, catorze em dólar por causa da falta de chips de memória. Aí a gente vai ver como os clientes vão absorver isso nos seus projetos, na prestação do seu serviço.

O que a gente tem feito é tratado essa

situação de uma maneira muito positiva,

como a gente está com um caixa muito saudável,

a gente tem condições de comprar produtos. E é o que a gente fez ao longo desse trimestre. Vocês vão ver no trimestre que vem um aumento um pouco maior de estoques, conseguindo comprar preços reduzidos.

Isso é favorável para quem tem caixa e sabe negociar bem com o fabricante. Então isso tudo vai fazer com que a gente atravesse esse ciclo de aumento de uma maneira muito mais saudável, com uma vantagem competitiva muito interessante frente aos nossos concorrentes.

Essas prioridades que eu listei aqui para esse próximo. Trimestres são superimportantes. Gente quer retomar o volume de vendas

com mais força, como o Felipe falou. Até agora, a gente está sendo muito seletivo na concessão de crédito.

Isso tem dado. Resultado tem diminuído a nossa inadimplência,

mas também tem um fator que limita um pouco o crescimento do topline.

Então nós vamos fazer ao longo desses próximos trimestres

um aumento gradativo dessa venda, principalmente porque a gente está atuando em novos mercados.

Não dá para fazer milagre de tentar crescer no mercado que você está desde sempre. Então, as novas verticais que a gente abriu

estão gerando um pipeline forte que vai se concretizar ao longo dos próximos trimestres.

Outra coisa importante é que a gente vai buscar cada vez mais,

aproximar o nosso retorno sobre o capital investido do custo de capital que a gente tem,

ou seja, é uma luta super importante, na medida em que a gente se desalavanca, na medida em que a gente tem mais retorno, mais lucro. Isso vai fazer com que o nosso retorno sobre capital investido melhore significativamente.

Um fator muito positivo essa rampa que a gente está conseguindo fazer ao longo dos últimos dois trimestres.

Outra coisa é, não vamos descuidar do caixa.

Eu acho que isso é uma regra muito importante. Quando a gente olha o panorama das empresas brasileiras com superproblemas de caixa com problemas de endividamento, tentando rolar dívidas tentando se segurar. Temos mais de cinco mil empresas

listadas na recuperação judicial no Brasil. É um recorde. Então o ambiente

causado pela taxa de juros tão alta durante um longo período.

Faz com que isso aconteça e a gente passou. Vamos dizer assim. Muito bem. Não é nem ileso. A gente passou com nota dez, gerando mais caixa, conseguindo captar dinheiro com uma taxa muito saudável.

Isso mostra a confiança do sistema financeiro na nossa empresa.

Outra coisa importante é que aquilo que a gente tem de driver de crescimento,

os projetos de data center regionais.

Os projetos de redes privativa 5g:

vocês acompanharam aí há duas, três semanas atrás, teve o leilão das licenças de 5g de setecentos Mhz.

Isso vai causar um outro investimento por parte de provedores nessas regiões. A gente está super preparado para isso.

Nós estamos fazendo projetos corporativos de rede privativa. 5g

tem portos que já estão usando. Nossa rede. Tem mais alguns entrando.

Ao longo desse ano, nós vamos celebrar vários negócios, vários cases que a gente entrou com essa solução. A outra coisa que eu acho super importante dizer é que a parte de Retail Media

que aconteceu por causa do nosso envolvimento com integradores que estão presentes dentro de varejistas, supermercados, pet shops. Tudo isso

tem causado um impacto muito forte nesses clientes, ou seja, você colocar painéis de Led ou telas dentro do ponto de venda e isso ser uma fonte de receita para o varejista.

Então, ao invés dele ter custos, ele tem aumento de receita dentro do ponto de venda é um movimento que não para

esse. É um movimento que começou há alguns anos. No último ano, se acelerou muito e esse ano a tendência é disparar. Afinal de contas, nós temos mais de quatrocentos mil

pontos de supermercado no Brasil. Muita coisa, noventa e nove mil farmácias no Brasil. Então tem aí um espectro muito grande de atuação para esse tipo de solução. Ao longo desse ano,

outra parte que eu quero mostrar é justamente a parte das verticais que a gente fala e da organização interna, para conseguir fazer esses novos negócios

terem uma pujança e uma participação maior dentro da nossa receita.

Então você imagina o seguinte: a Wdc, como a gente falou já no ano passado ela deixou de ser uma empresa que é considerada um distribuidor.

A gente se posiciona hoje como uma plataforma de acesso a tecnologias muito diferente de você ser um Box Mover

a gente tem o design Center. A gente tem uma equipe muito forte para ajudar a desenhar. O projeto tem várias opções de fabricantes para cada projeto.

Isso dá uma flexibilidade muito grande e permite com que o cliente tenha acesso a essas tecnologias de uma maneira muito simples.

Aliás, a gente sempre fala que a Wdc tem o papel de descomplicar a vida dos nossos clientes e dos nossos fornecedores.

Então essas verticais de crescimento que eu já citei, que é datacenter, toda essa infra para rodar e a nuvem. Toda a parte de cibersegurança que, apesar do trimestre passado, teve um solavanco,

a gente está celebrando mais pelo menos quatro novos acordos que vão entrar em operação nos próximos meses, com fabricantes novos,

com soluções diferentes para a cybersegurança. Isso vai dar um gás muito forte para os nossos canais.

São mais opções de produtos

para esses canais venderem. E a parte de segurança eletrônica que eu sempre ponho aqui como um patamar muito importante,

porque a Wdc, desde o seu nascimento, tem a parte de câmeras de vigilância dentro do portfólio. Só que agora esse mundo aumentou muito.

A parte de segurança pública, por exemplo, tem trazido para a Wdc vários projetos novos

que vão se concretizar ao longo desse ano,

que isso vai trazer muita receita nova, canais diferentes para públicos diferentes. Isso vai contribuir muito forte com a nossa perspectiva de dois mil e vinte e seis e dois mil e vinte e sete.

Outra coisa que é importante destacar. Eu sempre costumo dizer que a Wc tem uma variedade de soluções, não só de produtos, mas de mercados que ela atende essa diversificação se prova muito saudável em momentos de crise. Nós temos um segmento muito forte, que é o que eu chamo de Isp Telecom. A gente atende os provedores há muitos anos.

Ter um relacionamento com eles. Há muito tempo, criamos muitas redes desses provedores,

ajudamos esses provedores a crescerem hoje tem provedor aí que tem mais de um milhão e meio de assinantes. Então, isso tudo tem um grupo dentro da empresa, dedicado para atender isso. E não são só produtos agora, de telecom, que eles estão consumindo.

Parte bonita desse sistema. É que agora os Provedores se voltaram para o mercado corporativo também.

Eles querem atender melhor o cliente dele. Corporativo, que é o que popularmente lá dentro do mundo de Provedor chama do B2b.

E a gente tem uma série de produtos que estão sendo escoados através desse canal. Então cibersegurança para o cliente dele. Segurança eletrônica vendendo câmera para esse cliente,

vendendo rede privativa para esse cliente.

Dentro desse segmento, a gente lançou recentemente na feira da Abrit, um produto que pode ser muito forte dentro desse mercado, que é o Fwa.

O Fwa é aquele modem, em que você pega o sinal da rede 5g de uma operadora e abre dentro da casa do cliente ou do Cliente Corporativo ou residencial, o acesso à Internet. Isso vai fazer com que o mercado se adapte rapidamente a essa nova tecnologia. E a gente está investindo muito forte nisso.

Conseguimos fornecedores muito fortes lá fora, com custos mais reduzidos. Para viabilizar esse projeto.

E essas novas licenças de setecentos Mhz

que alguns provedores conseguiram quatro. Basicamente conseguiram para cobrir. O Brasil

tem uma demanda muito forte dentro desse segmento.

Outra parte é a distribuição tradicional, distribuição via canal.

Aí a gente tem um universo de produtos e de soluções muito vasto,

mas ele tem uma dinâmica diferente do que é a dinâmica do Provedor. A outra parte que a gente criou desde o ano passado

e que agora começa a trazer um pipeline muito forte, que é o atendimento a grandes contas. São segmentos de transporte concessionárias de rodovia, portos, aeroportos,

a parte de educação que é uma área que o Brasil ainda tem muita demanda por tecnologia. Para as escolas,

parte de hospitalidade, que é muito forte, também um consumidor muito grande de tecnologia. Se você for hoje, em qualquer hotel, ele precisa trazer uma

um acesso à internet, oferecer essa tecnologia para o hóspede, assim como hospitais, e a parte também de

é a energia, então as concessionárias de energia, as grandes empresas de mineração, que também são grandes mercados para a Wdc em termos de rede. 5g de bateria Best, que é a bateria de grande porte.

Então, enfim, esse tipo de segmentação que a gente fez dentro da Wdc traz uma perspectiva muito melhor de entendimento do nosso negócio.

Eu sempre sou questionado. Às vezes, quando eu estou com investidor, com acionista, com quem pôs dinheiro na Wdc de entender o nosso modelo. Eu acho que isso ajuda muito a explicar esses três segmentos que a gente tem de clientes diferentes, com dinâmicas diferentes.

E como sempre, eu digo que a Wdc não é uma empresa para você analisar no curto prazo, apenas apesar de que o nosso curto prazo está muito bom,

mas eu falo sempre o seguinte: a gente está aqui com uma visão de longo prazo. A empresa pensa sempre no futuro.

Tem coragem de fazer as decisões, não para tapar buraco.

A gente está pavimentando uma estrada de crescimento. Uma avenida muito longa de crescimento com essas decisões que a gente tomou. Agora, a gente está colhendo os frutos Q um o primeiro trimestre, para mim, é realmente a demonstração clara de que as decisões que a gente tomou difíceis do ano passado

e que tinha tomado lá atrás. Mais difícil ainda de acabar com algumas divisões de produtos. Deixar de lado alguns negócios

tem dado resultado. Está trazendo o resultado esperado.

Então eu acho que essa é a parte mais legal desse número que a gente está trazendo agora esses números que a gente mostrou de reverter prejuízo de cento e oitenta milhões por causa de baixas de exercícios anteriores e tudo mais. Agora vem um positivo, sete milhões. Isso, para mim, é a demonstração clara de que a gente está no caminho certo. E a gente está querendo trazer para você investidor

para você. Analista que está olhando para a gente.

É a confiança nas ações que essa empresa atua.

Essa é uma empresa que tem o compromisso de fazer sempre o melhor. Aí o resultado vem então esse Q1 para mim é muito gratificante. Estamos entregando aquilo que a gente prometeu no ano passado

com dores, mas olha aí. Agora tem a recompensa. Eu acho que essa é a grande visão de futuro.

Estamos com um balanço muito leve.

Estamos com os números muito fortes. Estamos com caixa suficiente para dar tranquilidade a qualquer credor de bem turista, ou que seja.

E a nossa geração de caixa continua forte.

Então isso tudo traz para mim um momento muito feliz de estar aqui com vocês, compartilhando o nosso resultado do primeiro trimestre de dois mil e vinte e seis.

É isso.

Muito obrigado. Não sei se tem algumas perguntas aí, Bryan.

## **Bryan Pinho Roque**

Vamos iniciar a sessão de perguntas e respostas.

Só como instrução aqui adicional para fazer uma pergunta, é só procurar na sua tela o botão do Q&A tá bom, vou pegar a primeira aqui do Gabriel Etori.

Boa tarde. Alguma expectativa de venda de backlog do Taas para acelerar a entrada de caixa e conseqüente redução do endividamento.

## **Vanderlei Rigatieri**

Posso responder, Gabriel. Não, eu não vou. Eu não preciso

mais caixa. Dá um desconto nesse recebível que é super saudável para gerar mais caixa zero.

A gente já fez isso no passado.

Eu sempre cito que a gente testou o mercado fazendo uma sessão de crédito na ordem de catorze e cinco milhões.

Isso provou que o nosso backlog

é real. O nosso backlog. Ninguém quer cancelar o contrato

para a gente fazer essa operação lá atrás.

O cliente atestou e falou: eu não vou cancelar.

Então isso significa o seguinte: esse back log, depois desse ajuste todo que a gente fez no ano passado, está super saudável.

Ele foi construído com um markup muito alto.

E como eu tenho, você viu, a gente conseguiu. A nossa média de captação está Cdi mais um, sete

para que eu vou estragar receita boa futura. Que previsibilidade

para gerar mais caixa? Negativo não é uma opção para a gente. Nesse momento, não precisamos disso.

## **Bryan Pinho Roque**

Vou pegar mais uma do Gabriel e Tori. Como podemos esperar a receita para o 26 considerando o deslocamento da receita comentado para o 26

aquela movimentação.

## **Vanderlei Rigatieri**

Ô Gabriel, deixa eu explicar esse movimento de você receber muitos pedidos no final do trimestre.

Ele foi até um pouco fora do padrão da Wdc. Por quê? Porque como os clientes sabiam que os preços estavam aumentando, nós tivemos um acúmulo muito grande de pedido nos últimos dois dias do trimestre. E é impossível você conseguir atender

e entregar para reconhecer essa receita.

Essa receita. Esse backlog é alto.

Ele está passando dos trinta milhões hoje.

Pedidos que foram colocados, que a gente não conseguiu entregar até o Q1 então, boa parte disso, a gente vai conseguir entregar.

Fora isso, tem uma perspectiva de venda que deve ser muito boa também para dois T. Então a gente tem uma perspectiva de receita

crescente no segundo trimestre fora. Se acontecer algum imprevisto, as fábricas estão super pressionadas com pedidos

para poder manter o preço sem repassar a alta. Então isso pode criar também uma bolha de entrega, mas eu acho que a gente está bem posicionado. Estamos com um nível de estoque bem razoável.

E isso vai fazer com que a gente tenha uma perspectiva boa de receita. Em Q2

## **Bryan Pinho Roque**

Eu vou pegar uma do Rafael,

os grandes clientes Enterprise, podemos entender como projetos maiores e que carregam maiores margens quando imaginam ver reflexo no topline.

### **Vanderlei Rigatieri**

Excelente. É Rafael, né? Rafael. Você tem razão. Exatamente isso projetos de grande porte trazem

duas coisas de perspectiva. Primeiro volume muito grande de venda.

A gente tem alguns projetos já cotados para concessionárias de rodovia, que são muito bons, muito grandes.

Qual é a parte ruim? É o ciclo dessa venda.

Essa não é uma venda transacional.

Então a gente deve ter projetos dessa ordem, tanto de Smart Cities,

tanto de concessionárias, de algumas mineradoras

que devem trazer um volume muito grande,

só que isso não é de uma vez. Só um projeto de trinta, quarenta milhões. Ninguém compra tudo de uma vez. Então esse processo é um processo gradual.

A gente espera que durante esse ano reflita até o final desse ano, numa participação maior dentro do nosso mix de receita, com uma margem melhor, com certeza,

mas também com um processo de fechamento muito mais lento.

Então, tem muitas idas e vindas, mudanças, de projetos,

interação com o fabricante. Mas isso tudo vai ter um reflexo muito grande. Não no Q2 mas vamos pensar em dois mil e vinte seis. Muito forte.

## **Bryan Pinho Roque**

Uma aqui do senhor Michel Miranda tá?

Os outros mercados que vocês já informaram que superaram o Telecom. Esse é o futuro?

## **Vanderlei Rigatieri**

Olha, sim, telecom. Por incrível que pareça, tem uma perspectiva de continuar crescendo.

Quando eu falo telecom, eu falo dos produtos de Telecom.

Então, rede 5g privada está dentro de telecom,

mas nem sempre é o provedor que está comprando.

Então a gente tem que separar isso.

Mas mesmo assim o segmento comercial de Isp se está se mostrando resiliente, a gente está acompanhando uma troca de tecnologia.

Vocês já devem ter acompanhado aí o lançamento do Wi Fi sete.

É o.

O equipamento que vai dentro da casa do cliente. Agora está com o Wi Fi sete. Muito mais poderoso.

Então tem muito Provedor trocando essa tecnologia? Claro que não. É tão grande quanto a construção de novas redes.

Mas é significativo. Mas os outros segmentos que a gente está olhando, que a gente falou aqui de receita cyber datacenter

própria segurança eletrônica, áudio e vídeo como um todo.

Retail média, deve, sim, ter uma representatividade bem maior.

### **Bryan Pinho Roque**

Ao longo desse ano,

vocês pretendem voltar mais forte com o Taas. Qual é o patamar ideal de Capex?

### **Vanderlei Rigatieri**

Anderson? Vou ser sincero com você. Enquanto a gente tiver o ambiente macroeconômico desafiador,

o que eu chamo de desafiador. Taxa de juros, alta custo de capital, alto

perspectiva até da reforma tributária, que a gente não sabe como vai influenciar direito esse mercado de locação.

É bem provável que a gente mantenha o Tas num patamar muito próximo do que a gente viu aí em Q1

talvez até diminuindo, porque a o benefício que a gente tem hoje,

fazendo a mudança daquilo que era locação para a venda

é muito grande em termos de geração de caixa.

O ciclo. O Felipe mostrou aqui hoje o ciclo de recebimento de uma venda está na ordem de catorze e cinco dias.

Quando você faz um projeto de locação, nós estamos falando de quarenta e oito sessenta meses.

O prazo médio de recebimento é muito longo.

Acontece muita coisa nesse período, então a gente não deve,

durante dois mil, vinte, seis, acelerar o Taas

dois mil e vinte sete é uma incógnita. Se a gente tiver um ambiente macroeconômico melhor se a gente tiver uma clara visão do que vem por aí com a reforma tributária, talvez isso volte com muita força. Também

é como o Felipe já mostrou aqui,

os projetos de taça são selecionados a dedo,

onde faz sentido ter a locação, não simplesmente fazer a locação para dar um prazo de pagamento maior para o cliente. Isso não faz sentido para a gente mais.

Então eu acho que esse é o novo normal aqui da Wdc em relação ao Taas?

### **Felipe Meldonian**

Foi a pergunta do Gabriel Anderson. Anderson, Anderson, Anderson, eu. Acho que o pensamento mais do que qual é o capex ideal?

Qual é a taxa que a gente busca? Qual é o payback pensa que para fazer um contrato de locação,

a companhia faz o Capex, digamos, upfront. Existe um prazo de pagamento com o fabricante,

mas é um prazo. Vamos colocar em condições boas: cento e vinte dias, cento e cinquenta dias, às vezes, para embarcar, existe um

um desembolso para receber em quarenta e oito, sessenta meses. Quer dizer, existe uma taxa

embutida nesse contrato e, naturalmente, com taxas de juros muito altas, a taxa acaba sendo comprimida. Portanto, o payback acaba sendo dilatado.

A gente tem uma orientação aqui de maximização do payback mais do que o Capex. Então, no ambiente adverso em que você tem essa dificuldade de

permitir a melhor tiro, reduzir o Payback. Então, realmente o capex fica lá embaixo. Eu diria que o capex baixo é muito mais uma consequência de tiro e payback, que não estão no ponto ótimo desejado do que este daqui. É o capex. Se a tira fosse muito boa e a gente ter acesso à capital e a condição de mercado está boa. Nós faríamos mais naturalmente,

estaria remunerando melhor o capital investido e assim por diante.

Acho que o volume é mais uma consequência do que o impulso original do racional.

### **Bryan Pinho Roque**

Bom, não havendo mais perguntas, eu passo a palavra aos nossos diretores para prosseguirem com as suas considerações finais.

### **Vanderlei Rigatieri**

Bom, posso terminar aqui dizendo mais uma vez,

eu acho que a gente terminou esse primeiro trimestre de forma exemplar.

A gente entregou o resultado que a gente planejava um pouco mais.

Fizemos a lição de casa.

Dor com força em dois mil e vinte cinco.

E agora a gente está em dois mil e vinte e seis leve

em dois mil e vinte e seis, com a estratégia,

pleno funcionamento em dois mil e vinte e seis, com saúde, a empresa está saudável.

Duzentos e setenta milhões em caixa.

Gente está com mais caixa do que o nosso MarketCap. Absurdo isso.

Mas é isso que acontece. Eu não entendo direito,

como que uma empresa tem duzentos e setenta milhões de caixa e vale quase a metade disso. Então isso não faz sentido. Eu sempre falo para todos que às vezes a bolsa de valores me espanta, mas é isso.

Mas a gente está muito bem. A gente vai trazer muito resultado positivo nos próximos trimestres.

Então isso dá uma força muito grande.

É uma perspectiva muito positiva. Então eu estou muito feliz de estar aqui com vocês compartilhando isso.

T2 deve ser em linha com tudo isso que a gente está fazendo. E os próximos trimestres também. Estamos trabalhando internamente com os acionistas do controle, com o nosso conselho, com todos os nossos conselheiros, ajudando a montar essa estratégia.

E a equipe engajada para trazer esse resultado. Então acho que esse é o ponto final para a nossa videoconferência.

Muito obrigado.