

**Vanderlei Rigatieri:**

Boa tarde. Muito obrigado pela presença de todos aí na nossa conferência de resultados do 2T. Meu nome é Vanderlei Rigatieri, sou CEO da Empresa, um dos fundadores, e estará aqui comigo o André Valente, que é o CFO e nosso RI, e depois temos junto também o nosso COO, o Diretor de Operações, que vai participar do final para eventualmente algumas questões, algumas perguntas que vocês tenham.

Nós preparamos alguns slides para mostrar para vocês como é que foi neste trimestre. Eu vou fazer a primeira parte da apresentação, e depois vou passar a palavra para o André Valente, que conduzirá todo o resto da apresentação.

**WDC:**

Boa tarde. Antes do slide inicial do Vanderlei, o aviso legal. As informações contidas neste documento relacionadas às perspectivas de 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 proforma. Os dados não contábeis não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.

Obrigado. Passo a palavra ao Vanderlei.

**Vanderlei Rigatieri:**

Muito obrigado. Eu queria começar dando um highlight de todos os destaques deste trimestre. Ressalto que, de novo, batemos o recorde de receita líquida da divisão Solar, e também uma recuperação bem significativa das vendas de Enterprise e Telecom, que vocês lembram que no 1T estavam ainda um pouco sofridas em termos de volume de vendas.

A nossa receita líquida do Solar chegou a R\$96,7 milhões, e isso significou 36,5% a mais do que o mesmo período do ano passado, e chegamos a um backlog de receita que é novamente todas as receitas que temos a performar dos nossos contratos de TaaS, que são contratos já assinados, que já foram entregues aos clientes os produtos, e só reconhecemos essa receita mês a mês, conforme orientação da nossa auditoria contábil. Temos aí R\$639 milhões, quase R\$640 milhões. Isso é um pouco menos, 23% a menos do que tínhamos em 2021.

Outra coisa importante é que tivemos um crescimento das vendas totais, que é exatamente a soma de todas as vendas de produtos e mais os contratos, o VGV dos contratos novos assinados. Crescemos 26,8% versus o 1T22. E isso é importante, está mostrando realmente uma retomada dentro deste ano do crescimento de vendas.

A nossa receita líquida consolidada foi de R\$284,3 milhões no 2T, versus R\$276,7 milhões no 2T21. Isso deu um crescimento de 2,8%. O EBITDA ajustado consolidado da Empresa foi de R\$67,4 milhões no 2T, versus R\$68,5 milhões no 2T21, uma pequena redução de 1,6% ano a ano. A margem EBITDA ajustada foi de 23,7% neste trimestre, contra 24,7% no mesmo período do ano passado, uma redução de 1 p.p. nesse período.

Vendas totais do segmento Telecom foram de R\$158,9 milhões neste 2T, versus R\$135,6 milhões no 1T22, teve um crescimento de 17,2%. Começamos a sentir a retomada desse segmento, que estava em desaceleração.

As vendas totais do segmento Enterprise foram de R\$101,1 milhões no 2T, versus R\$63,7 milhões no 1T22, um crescimento bem significativo de 58,6%. Isso mostra um pouco da retomada dos negócios corporativos com o fim da pandemia, ou pelo menos com a diminuição dos efeitos da pandemia, que tínhamos sofrido muito no ano passado.

A Companhia voltou a apresentar lucro líquido ajustado consolidado de R\$8,6 milhões neste 2T, versus R\$25,2 milhões no mesmo período de 2021.

O nosso índice de produtos produzidos dentro do Brasil, nas nossas fábricas, passou de 61%. Isso é muito significativo, porque toda vez que eu produzo mais localmente, eu melhora minha margem operacional.

Fizemos uma emissão de rating externo corporativo através de duas empresas, tanto a Standard & Poor's como a Moody's, em maio, nos concederam o indicador AA-. Isso foi muito importante para mostrar a nossa saúde financeira, nossa qualidade dos recebíveis e todo o plano que a Empresa tem.

E também fizemos a nossa segunda emissão de debêntures, no montante de R\$500 milhões. Foram duas séries, com prazos de cinco e sete anos, e uma carência de três anos para amortização. Isso dá um fôlego muito bom em termos de capital, para passar por um bom período, que cresceram no nosso modelo de TaaS, recuperar os nossos estoques e melhorar o capital de giro.

Este aqui é um slide com um apanhado dos destaques do resultado, e eu vou passar para o André Valente, para ele entrar em um pouco mais de detalhes sobre esses números, sobre esses indicadores que temos. E volto com vocês lá no final, para falarmos um pouco do futuro, e perguntas e respostas. Muito obrigado.

André, é com você.

### **André Valente:**

No próximo slide, apresentamos a evolução das vendas totais consolidadas da Companhia, que neste 2T22 chegaram a R\$372 milhões, o que significa uma variação de -4,6% versus mesmo período do ano anterior, e um crescimento de 26,8% versus o 1T22. No acumulado do semestre, temos uma variação negativa de 6,5%, comparado com o mesmo 1S21.

Ressaltamos aqui que, considerando que nossas vendas são sempre ancoradas nas taxas cambiais na data da venda, uma vez que a taxas cambiais tiveram uma queda quando comparamos o 2T22 versus o 2T21 ou o 1T22, temos uma variação negativa causada por essa queda cambial.

Apontamos aqui em cinza, logo abaixo, quais foram as taxas médias praticadas nas vendas da WDC. E o objetivo aqui é mostrar um pouco o que de fato foi a nossa operação quando pensamos em USD, que é o dia a dia da nossa operação. E aí, quando olhamos o -4,6%, quando pensamos de forma dolarizada com os diferentes câmbios, na verdade tivemos um impacto do câmbio de 7,3 p.p., quando fazemos as contas. E no caso do semestre, em vez de 6,5%, ficaríamos praticamente *flat* quando pensamos em USD, uma vez que o efeito do câmbio causou -6,1% na comparação do 1S22 versus 1S21.

Seguindo, no próximo slide, apresentamos a evolução da receita líquida. A receita líquida mostra um cenário um pouco mais positivo do que visualizamos nas vendas totais, uma vez que a receita líquida considera toda a modalidade do TaaS de acordo com o reconhecimento de receitas, conforme a evolução mês a mês de cada contrato de locação. E aqui, acabamos tendo um efeito um pouco mais positivo. Quando olhamos o trimestre, tivemos uma variação de 2,8% positiva comparado ao 2T21, alcançando R\$284 milhões de receita líquida no trimestre, e, no acumulado, R\$525,5 milhões, demonstrando aqui um crescimento de 4,6%.

Chamamos a atenção também para a representatividade dos segmentos no todo da Companhia. O business de Solar, alcançando 34% do total da Companhia, Telecom com 41%, e o Enterprise, 25%. O Solar alcançando esses 34%, comparativamente ao 2T21, representava 25,6%. Então, de acordo com as nossas projeções e com as expectativas que sempre tivemos, o Solar vem, a cada trimestre, ganhando um pouco mais de representatividade dentro do mix total da Companhia.

No próximo slide apresentamos, antes de entrar nos slides de cada segmento, trouxemos esse slide antes de falar de Telecom para mostrar um pouco o que vem acontecendo no cenário de banda larga fixa no Brasil.

Esses são os dados oficiais que estão disponíveis no site de dados da Anatel. Apontamos aqui a evolução desde o fechamento de 2020 até o fechamento de junho de 2022. Na primeira linha, vocês podem observar o total de domicílios conectados no Brasil. Como vocês podem ver, ao longo desse um ano e meio, tivemos praticamente 6 milhões de novos domicílios conectados, saindo de 36,4 milhões em dezembro de 2020 para 42,1 milhões em junho de 2022.

Lá atrás, sempre apostamos na tecnologia da conexão por fibra ótica. Fazemos aqui um recorte do que é a conexão por fibra, onde vemos um crescimento muito mais forte, saindo de 17 milhões de conexões em dezembro de 2020 para 27,8 milhões de conexões em junho de 2022. E o objetivo deste slide é mostrar um pouco como as flutuações de trimestre para trimestre vêm se comportando ao longo desses últimos trimestres.

Como vocês podem ver nesse, neste 2T20, tivemos um acréscimo de apenas 100.000 novos domicílios conectados, que vocês veem logo na seta em vermelho à direita. Ou seja, saímos de 27,7 milhões de domicílios conectados para 27,8 milhões, o que, comparado com o mesmo 2T21, que é a outra seta vermelha à esquerda, tínhamos uma adição de novas conexões no 2T21 de 2,4 milhões de acessos. Aqui, fica visível um pouco da dificuldade de mercado que existe na quantidade de conexões no Telecom.

Outras informações interessantes, conseguimos ver logo abaixo a linha de outras conexões, que mostra as outras conexões menos tecnológicas, vamos dizer, aquela base que vem sendo substituída por fibra ótica ao longo do tempo. Como vocês podem ver, nesse último ano e meio, a fibra ótica incrementou a quase 11 milhões de novos assinantes com fibra. E, por outro lado, essas outras conexões decresceram de 19 milhões para 14 milhões, então menos de 5 milhões de conexões em tecnologias mais defasadas.

Já previa isso lá atrás, que tínhamos um pouco do nosso volume muito voltado aí para atender essa substituição de tecnologia, que em algum momento deve acabar e o parque estar todo atualizado, muito próximo da fibra. Entretanto, conseguimos visualizar que ainda temos 14 milhões de acessos nessas tecnologias. Então, tem um ponto de vista aqui também da oportunidade de fazer um pouco mais de volume, ainda fazendo essa substituição. Mas é visível que, nos últimos dois trimestres, temos a quantidade de assinantes não crescendo de forma substancial.

Por último, na última linha, apresentamos um pouco da densidade de acessos a cada 100 habitantes, que vem crescendo nesse último um ano e meio, de 17 para praticamente 20 domicílios conectados a cada 100 habitantes.

Entendemos que a nossa tese no Telecom, apesar desses dois últimos trimestres mais complicados, é uma tese que traz expectativas de crescimentos futuros, muito por conta dessa microeconomia que apresentamos aqui, onde esperamos que a população continue crescendo ao longo dos próximos anos, e essa densidade de acessos a cada 100 habitantes também, o que certamente trará novos domicílios conectados e mais volumes de toda a infraestrutura relacionada a isso.

Uma informação interessante, que também que tem lá nos dados da Anatel, é que, dentre esses 20 domicílios conectados a cada 100 habitantes, temos estados mais desenvolvidos do Sul do país, por exemplo, com mais de 30 domicílios a cada 100 habitantes, enquanto em alguns estados da região Norte e Nordeste do Brasil, chegamos a ter apenas 6 domicílios conectados a cada 100 habitantes. Essas são informações que nos mostram o potencial que existe de desenvolvimento da conexão à internet pelo interior do Brasil, o qual é um segmento ao qual estamos muito relacionados.

Seguindo para os dados de Telecom, no próximo slide, por favor, entregamos vendas totais de R\$159 milhões no 2T, o que significa queda em relação ao 2T21, mas uma evolução em relação ao que observamos no 1T.

Aqui, apresentamos também que a gente forneceu neste trimestre 196.000 ONUs, que são os roteadores que ficam ligados nas residências das pessoas, nos domicílios conectados, versus 177.000 ONUs vendidas no 1T22. Então, existe uma evolução crescente.

E, como vocês podem ver, acho que o cenário macro da quantidade de domicílios conectados é muito pior do que o que observamos nas nossas vendas, e isso é muito fruto de algumas estratégias que estão sendo bem-sucedidas aqui da Companhia, de focar em novas receitas através da implantação de projetos de *turnkey*, e também datacenters no segmento de Telecom.

Observamos uma melhora na cadeia de abastecimento, mas ainda foi um trimestre muito prejudicado pelo pela falta de fornecimento de placas GPON. A placa é um insumo extremamente importante dentro da cadeia de tecnologia dos provedores de internet.

Quanto à margem, esse cenário com 28,6% de margem bruta, percebemos um decréscimo tanto versus o 1T quanto versus o 2T21, muito por conta do aumento dos prazos dos novos contratos de TaaS, que continua ocorrendo, e eu vou tocar nesse ponto mais para frente, e também menores margens mesmo por venda, muito por conta desse cenário mais achatado que vivemos nesses dois trimestres, e que entendemos que, em algum momento, devemos voltar a enxergar crescimento no segmento de Telecom.

No próximo slide, passamos um pouco para o segmento de Enterprise. O Enterprise trouxe um desempenho muito bom no trimestre, com uma receita líquida de R\$71 milhões, o que significa 5,8% de crescimento versus o mesmo período do ano passado, e 27,6% versus o trimestre exatamente anterior, muito por conta, como o Vanderlei comentou, do término, não prevíamos que a pandemia ainda afetasse o 1T22.

Vimos muitos eventos serem cancelados, como, por exemplo, o Carnaval, vários outros eventos sociais também, que acabaram postergando também alguns projetos e alguns investimentos do setor. Nesse 2T, vimos já uma boa velocidade de recuperação, que esperamos que continue acontecendo na sequência dos trimestres mais para frente.

A margem foi outro ponto muito positivo do Enterprise, alcançando 33,6%, significativamente superior a todas as comparações, tanto no trimestre anterior quanto o mesmo trimestre do ano passado, muito por conta do mix, da maior relevância do áudio e vídeo profissional e de cibersegurança, que vem trazendo bons projetos e faturamentos muito bem-sucedidos pelas nossas áreas envolvidas nesse segmento.

No próximo slide, apresentamos um pouco do que aconteceu no Solar. O Solar bateu recorde tanto de vendas totais quanto de receita líquida na Companhia, alcançando R\$112,9 milhões de vendas totais no trimestre, o que, de forma anualizada, significa um *track record* de R\$451,6 milhões.

Continuamos trabalhando para implantar o TaaS no Solar. Lembrando que só começamos a fazer o TaaS no Solar depois que completamos dois anos no segmento; começamos a operar do zero em 01 de janeiro de 2020, completamos dois anos ao final do ano passado, alcançando o

fechamento do ano com R\$333 milhões de tamanho do segmento. E aí, nos sentimos maduros para colocar em prática a implantação do TaaS neste segmento.

No 1T, entregamos praticamente R\$1 milhão de vendas totais no TaaS no Solar, e neste 2T, mais uma evolução muito interessante, multiplicando esse volume por 5x, praticamente, alcançando R\$4,6 milhões de vendas totais no TaaS do Solar.

Foi um trimestre de bastante pressão nas margens, muito por conta dos altos níveis de estoques de praticamente todos os players do segmento, gerando mais competitividade, e também escassez de linhas de crédito por parte das instituições financeiras devido ao cenário macroeconômico, onde muitos dos projetos dos nossos clientes tiveram suas linhas de crédito negadas, ou estão demorando muito mais tempo para serem aprovadas do que costumavam demorar até os trimestres anteriores.

Então, aqui, continuamos com bastante atenção na administração para conseguirmos trazer soluções e gestões para monitorar e conseguir bons desempenhos aqui, não somente nas vendas, mas também trazendo margens melhores no segmento, que entendemos que deve estar sempre superior a 15 p.p.

No próximo slide, apresentamos o desempenho do TaaS. Vendemos novos contratos em uma quantidade total de 346 contratos, o que significa uma evolução em relação aos 249 contratos vendidos no 1T, mas ainda aquém do volume de contratos vendidos no 2T21, muito por conta do que aconteceu na Telecom.

O Telecom é o nosso segmento onde a maturidade do TaaS é bastante grande. Acho que aqui tem um efeito muito consequência do Telecom nessa performance, mas acho que o produto continua com bastante tração junto aos clientes.

O volume total de TaaS alcançou R\$105 milhões de vendas totais, o que significa 22,8% versus o trimestre anterior e -20% versus o 2T21, de novo, muito por conta do Telecom. O CAPEX alcançou um patamar de R\$42,8 milhões de imobilizações no 2T22.

E aqui à direita, no último gráfico, um indicador que gostamos bastante de acompanhar, que mostra um pouco da lucratividade dos contratos de TaaS. Alcançamos também um patamar recorde aqui, de 2,45. Ou seja, a cada R\$1 de CAPEX que fazemos nos contratos de TaaS, obtemos R\$2,45 de vendas totais neste mesmo contrato, o que é um patamar superior, tanto ao observado no 1T22, quanto também ao 2T21.

E abaixo, o último *bullet*, que mostra que continuamos a estratégia de alongamento de prazos, alcançando 51 meses nesse 2T nos prazos médios dos novos contratos, versus 47 meses nos prazos médios dos contratos vendidos no 2T21.

Aqui, acho que o Solar deve trazer uma continuidade desse alongamento de prazos, uma vez que o tipo de produto e de projeto acaba demandando um prazo maior dos contratos. Então, devemos navegar no Solar em prazos para grandes usinas superiores aos 60 meses que tínhamos como padrão. Isso deve contribuir aqui para o incremento dos prazos médios totais da Companhia.

No próximo slide, temos a evolução do backlog de receitas, um indicador muito importante da Companhia. Alcançamos praticamente R\$640 milhões na última coluna, no 2T22, um crescimento de 23,2% versus o backlog há um ano, no fechamento do 2T21; ou seja, crescemos 23,2%.

O backlog é muito importante porque mostra um pouco as receitas que serão contabilizadas e recebidas no futuro em contratos que já estão em andamento, que já fizemos o CAPEX, já incorremos em todas as despesas, tanto de fabricação, fretes, comissionamentos comerciais. E esses R\$640 milhões, basicamente, o único pagamento que temos de fazer de custo aqui, ou despesa, seria a incidência do PIS/COFINS sobre este montante ao longo dos próximos anos, que

está descrito também no cronograma de recebimento logo abaixo, de acordo com os prazos dos contratos.

Seguindo, no próximo slide, mostramos uma análise de variação do EBITDA ajustado do 2T22, que foi de R\$67,4 milhões, contra R\$68,5 milhões no 2T21. Tivemos aí uma queda, que é justificada principalmente pela queda dos volumes de vendas de R\$8,2 milhões. Como vocês podem ver, esses R\$8,2 milhões vieram bastante do que aconteceu no segmento de Telecom. Na tabela logo abaixo, fazemos um *breakdown* desses impactos de volumes e margens de cada um dos segmentos.

Então, é visível que sofremos com os volumes de Telecom. Tivemos um incremento de margem média em praticamente todas as três divisões, trazendo R\$12,8 milhões de impacto positivo, e com um incremento das despesas operacionais de R\$5,7 milhões, muito por de alguns fatores, tanto a aplicação de inflações nos custos e despesas gerais da Companhia, e também temos o impacto aqui de aumento da inadimplência em alguns nichos de clientes, principalmente em Telecom, trazendo um pouco mais de provisionamento de devedores duvidosos no período.

Tivemos também aumento das despesas de marketing e viagens. Quando comparamos com o 2T21, acabamos tendo um 2T muito impactado ainda pela pandemia em 2021, sem eventos de marketing, sem viagens. Então, eu diria que, neste 2T21, a Companhia voltou completamente à ativa, participando de eventos, com muita viagem e visitas a clientes voltadas ao plantio da continuidade do crescimento de vendas da Companhia.

E ainda nas despesas, tivemos também um pouco mais de despesas de fretes, principalmente por conta do maior mix do Sola no todo da Companhia. Os produtos do Solar são mais volumosos e com um pouco mais de peso do que a média geral. Então, temos uma incidência do percentual do frete sobre o valor total da carga maior no Solar do que observamos dos outros segmentos da Companhia.

Seguindo, no próximo slide, temos alguns outros *drivers* do nosso resultado. Tivemos a depreciação, que cresceu de R\$33,4 milhões para R\$41,9 milhões, então um crescimento de 25% do 2T21 para o 2T22. Esse aumento da depreciação está muito em linha com aquele aumento do backlog de receitas. Então, quanto mais backlog de receitas temos, significa que temos mais contratos de locação, e os contratos de locação trazem mais ativos imobilizados, que trazem mais depreciação. Então, as variações percentuais do aumento do backlog e do aumento da depreciação estão muito próximas e correlacionadas.

O resultado financeiro da Companhia, como vocês podem ver, alcançou R\$-16,2 milhões, praticamente linear, praticamente zero no 2T21. E comparado com o 1T22, que foi de R\$-30,9 milhões, tivemos uma variação bastante positiva.

Abaixo, no quadro, detalhamos um pouco quais são os principais fatores que causaram essas variações no resultado financeiro. Aqui, eu destacaria a maior a receita financeira, muito fruto da gestão de caixa e da aplicação dos recursos de caixa, trazendo receitas financeiras de R\$10 milhões, contra R\$3 milhões no mesmo período do ano passado. A variação cambial operacional foi fortemente positiva no 2T21, muito por conta das flutuações de câmbio daquele período, comparada com R\$4,5 milhões positivas neste 2T22.

Continuamos sofrendo com o ajuste ao valor presente por conta dos incrementos da Selic. Toda vez que a Selic aumenta 1 p.p., por reunião, mais ou menos nessa métrica nas últimas reuniões, temos um provisionamento maior de ajuste a valor presente no nosso balanço. Isso são esses R\$6,9 milhões que vocês veem à direita, comparados com valores menores dos períodos comparativos anteriores.

E temos um efeito também básico de aumento das despesas financeiras, muito por conta do aumento da taxa Selic. Tínhamos um patamar da despesa Selic muito menor do 2T21 comparado com o patamar da Selic agora no 2T22. Isso gerou R\$10 bilhões a mais de despesa financeira.

Seguindo, no próximo slide, apresentamos um pouco dos indicadores de alavancagem e endividamento (32:02 FALHA NO ÁUDIO)

**Vanderlei Rigatieri:**

Vou tentar seguir aqui, André. Não sei se você está ouvindo, mas eu acho que estamos falando aqui exatamente da nossa alavancagem, que vocês veem. A nossa dívida líquida no 2T ficou em R\$424 milhões, e isso deu uma alavancagem de 1,5x em cima do EBITDA, que está muito em linha com o que estabelecemos como um padrão muito saudável de endividamento, porque nós não queremos ter uma alavancagem muito alta.

Conseguiu voltar, André?

**André Valente:**

Perfeito. Desculpem. Eu vou seguir, Vanderlei. Vamos para o slide do fluxo de caixa. Neste slide, apresentamos o *bridge* sobre a posição de caixa do fechamento do ano passado, no 4T21, versus o fechamento da posição de R\$536 milhões no 2T22.

Tivemos uma geração operacional de caixa importante aqui, de R\$143 milhões, na primeira coluna. Consumimos, no que colocamos como nomenclatura capital de giro, R\$178 milhões, divididos entre as rubricas de estoques, fornecedores e contas a receber da Companhia. Tivemos um dispêndio de R\$83 milhões no CAPEX do TaaS para implantação dos novos contratos iniciados no semestre.

Amortizamos dívidas e pagamos juros, totalizando R\$165 milhões. Tivemos o recebimento das debêntures e o *follow on*, trazendo um ingresso de R\$493 milhões, e tivemos aqui o pagamento de dividendos de R\$11 milhões.

Esse é um *bridge analysis* simplificado do que aconteceu com o caixa da Companhia. Maiores detalhes não estão descritos na nossa demonstração do fluxo de caixa, mas a principal leitura, no nosso ponto de vista, são esses principais capítulos.

Gostaria de, no próximo slide, passar para você, Vanderlei, para fazermos o fechamento.

**Vanderlei Rigatieri:**

Obrigado, André. Acho que é muito importante termos tido este trimestre que, em minha opinião, está mostrando que as coisas estão em recuperação. O cenário macroeconômico não ajuda, está ainda muito desafiador, demandando muita atenção na gestão do capital de giro. Sentimos, como todos devem ter percebido, um pouco mais de inadimplência de clientes.

Quando eu falo em 'inadimplência', eu falo em atraso nos pagamentos; não perda da receita, mas não há atraso maior. O sentimento de que esses clientes, principalmente de Telecom, como vocês viram, o número de adições *net* de usuários em fibra caiu violentamente. Temos sentido na parte dos provedores, ainda um *churn* muito alto, uma disputa pelo mesmo cliente muito acirrada. Esse movimento de consolidação dos provedores faz esse cenário também ser um pouco mais desafiador.

No caso da WDC, temos não só a venda de novos assinantes, de novos usuários. Nós temos outras outras linhas de receita que estão em linha com aquilo que falamos, da melhoria da qualidade da rede dos provedores.

Se você for falar hoje com qualquer provedor mais profissionalizado, a grande preocupação deles está na melhoria da qualidade da rede, seja substituindo a rede física, seja implantando pops

(38:12) melhores, com mais resiliência, seja implantando o datacenter para ter um conteúdo mais próximo do assinante dele.

E percebemos um aumento da procura por projetos de *built to suit*, ou seja, nós próprios, WDC, construímos a rede física e alugamos toda a infraestrutura. Isso é um modelo muito interessante, no qual estamos entrando um pouco mais a fundo na cadeia de valor do provedor. Isso é um investimento um pouco maior da nossa parte. Tem um reconhecimento de receita um pouco mais longo, mas realmente, está estabelecendo uma relação muito mais estratégica com esses provedores, que não é só vender ou alugar o modem de fibra ou a central ULT que ele está usando, é entrar realmente na operação.

Outra coisa importante é a continuidade da curva de crescimento do Solar. Com certeza, o Solar este ano, e vocês sempre acompanham isso, tinha uma expectativa de dar uma explosão de consumo. Mas o que acontece é que o aumento das taxas de juros deu uma freada em muitos projetos que estavam no pipeline. O cliente começou a refazer a conta do retorno do investimento dele.

No caso do assinante residencial, também teve um impacto da mudança do ICMS sobre a conta de energia elétrica. Toda vez que se faz alguma mexida nisso, você faz outras contas e vê que pode postergar um pouco mais, a taxa de juros do financiamento ainda está muito alta. Hoje, sabemos que 70% de toda a venda de Solar no residencial, principalmente, é financiada. Então, quando você aumenta a taxa de juros, você tem um pouco. Mas, mesmo assim, crescemos mais de 35%, 36,5%, o que significa que estamos bem alinhados nessa parte de Solar.

Como vocês sabem, até divulgamos, soltamos uma linha nova dentro da marca WDC Solar, a linha Titânio, que é um pouco de baixo custo, para tentar atingir outra faixa, outro patamar de usuários. Isso vai trazer bons frutos, principalmente com o aperto sobre o valor do kit solar.

O segmento Enterprise, acho que foi uma grande surpresa para nós, um bom resultado, e temos para o futuro uma perspectiva muito boa também. Tem bastantes projetos para serem entregues que já fechamos, que ainda não conseguimos trazer os produtos. Esse é um segmento que tem sofrido ainda um pouco com a cadeia produtiva, mas vem vindo coisas muito boas em termos de projetos maiores, os projetos de infraestrutura que exigem mais câmeras de vigilância, que exigem mais sistemas de telefonia IP, coisas como painéis de LED e sistemas de sonorização que, com o fim da pandemia, também voltaram à tona para as empresas de mídia de *out of home*, para as empresas de eventos, as igrejas. Isso tudo tem nos dado uma boa perspectiva do que está por vir.

E a Companhia continua atenta e oportunidades de M&A, como sempre falamos. Recebemos muitas oportunidades, e queremos fazer um M&A muito mais complementar à nossa operação, nunca um M&A transformacional. Mas estamos sempre alertas e vamos continuar nesse processo ainda durante este ano.

Acho que era isso que tínhamos para falar. Acredito que agora possamos abrir para perguntas e respostas, André.

**André Valente:**

Quería aproveitar, Vanderlei, para apresentar a todos aqui o Marcelo Rezende, que é nosso COO, Diretor de Operações.

**Marcelo Rezende:**

Boa tarde a todos.



**André Valente:**

Temos duas perguntas aqui sobre perspectivas, tanto para 2S, Vanderlei, quanto também para 2023. Talvez eu possa responder, Vanderlei, e você complementa.

Acho que é importante ressaltar a todos que a Companhia não gera guidance sobre expectativa de resultados futuros e de vendas futuras. O que vimos acompanhando muito de perto é quais são as expectativas do mercado. Então, imaginamos que, dentre os segmentos de atuação da Companhia, temos uma perspectiva positiva, tanto para 2S quanto para o ano que vem, muito no sentido de que continuemos a recuperação do segmento de Enterprise pós-pandemia, com volta dos segmentos, dos eventos.

O Solar, também consumimos alguns estudos de várias instituições e também da Associação Brasileira de Energia Solar Fotovoltaica, nas quais as expectativas continuam de crescimento significativo ao longo desses próximos semestres. E a Companhia tem um planejamento interno de continuar crescendo. Imaginamos também perfazer um bom número ao longo dos próximos semestres.

E o Telecom, que, olhando os últimos dois trimestres, é onde enxergamos mais frustração em relação ao que aconteceu no mercado, imaginamos que isso não é uma tendência de longo prazo. Não conseguimos imaginar que a população não vá crescer e que as pessoas serão menos conectadas.

Então, estamos bastante atento a implementar aqui portfólio de produtos e serviços que atendam às necessidades dos players que estão crescendo no segmento. Então, a expectativa é de que tenhamos uma continuidade do crescimento. Conforme até falamos no road show antes da oferta do IPO, não esperamos ter no Telecom percentuais de crescimento tão fortes como observamos em anos anteriores, mas entendemos que existe uma boa perspectiva de crescimento futuro no segmento.

**Marcelo Rezende:**

Acho que vale adicionar também, temos visto a importância de projetos, como o Vanderlei falou, que vimos subindo na cadeia de valor como provedor, dentro dos ISPs e clientes. Então, essa parte de projetos de datacenters e *turnkey* acabam trazendo outra oportunidade de valor agregado maior, de maior presença dentro dos nossos clientes hoje, e ainda com a possibilidade de incremento do TaaS anexada a essa iniciativa. Então, vemos como bastante positiva essa iniciativa.

Outro ponto importantíssimo, apesar de ainda termos alguns problemas relacionados a *supply*, à logística internacional e disponibilidade de produtos, vimos que parece que já passamos pelo pior da crise. Os fabricantes que nós representamos aqui no Brasil, a maioria deles parece já estar se estabilizando, ainda com um *lead time* um pouco mais longo, o que traz, obviamente, uma necessidade de pensar melhor no investimento do inventário, mas, sobretudo, parece que passamos pelo pior. A perspectiva, olhando o 2S, desse ponto de vista de *supply*, é de melhoria, e não de piora.

**André Valente:**

Temos mais uma pergunta, Vanderlei, sobre o motivo da variação relevante no passivo não circulante.

Entendo que o passivo não circulante, que é o passivo de longo prazo, subiu bastante neste trimestre decorrente da emissão de debênture. Entendemos que a debênture trouxe uma melhor distribuição do *duration* das dívidas da Companhia, considerando que emitimos uma das séries de cinco anos com uma carência de três anos, e a segunda série é de sete anos, também com uma carência de três anos.

Então, considerando essa carência de três anos, isso significa que os R\$500 milhões integralmente da debênture vão figurar sempre no longo prazo por pelo menos mais dois anos pela frente.

Acho que essa é a principal justificativa, para o investidor que questionou, de termos esse aumento grande do passivo. Isso vai gerar fôlego para continuarmos nosso plano de crescimento via TaaS, que foi o principal objetivo da emissão da debênture.

**Vanderlei Rigatieri:**

Isso dá uma segurança maior em termos de gerenciamento do nosso capital de giro. Temos mais fôlego para passar esse período mais turbulento, que achamos que é, no máximo, até o final deste ano.

**André Valente:**

Temos mais uma pergunta que chegou, um investidor perguntando como está a questão de suprimento, de abastecimento da cadeia.

**Marcelo Rezende:**

Não sei se foi um pouco antes de eu ter comentado que parece que a parte pior de *supply* já passou. Ainda temos alguns fabricantes impactados com problemas de chipset. O custo logístico continua em alta; ele deu uma baixada e agora voltou, o transporte internacional voltou a subir. Existe uma preocupação, mas estamos muito atentos com a situação China-Taiwan, porque isso impacta todos no globo com relação à logística.

Então, essa preocupação, olhar do que está acontecendo ali preocupa, mas isso é uma situação internacional, independe da vontade de cada um de nós aqui. Mas a impressão que se dá é de que os *supplies* dos nossos principais provedores entram em certa normalidade; como eu disse, ainda com *lead time* um pouco maior do que outrora víamos no mercado, mas mais estabilizado, com maior visibilidade e com tendência de melhora, não de piora. Esse é o cenário que vemos para a parte de *supply* dos provedores que representamos aqui no país.

**André Valente:**

Perfeito. Acho que não temos mais nenhuma pergunta neste momento. Então, gostaríamos de agradecer. Vanderlei, se você quiser fechar.

**Vanderlei Rigatieri:**

Claro. Muito obrigado pela presença de todos, pela atenção. É sempre ótimo estarmos aqui contando um pouco mais sobre a WDC, sobre as nossas operações. Temos uma esperança de termos tempos bem importantes pela frente, e nos vemos nas próximas oportunidades.

Muito obrigado a todos. Obrigado, André. Obrigado, Marcelo. Acho que é isso. Valeu!

“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”