

WDC:

Boa tarde a todos. Sejam bem-vindos à conferência de resultados do 1T22 da WDC Networks.

Eu sou André Valente, responsável pela área de Relações com Investidores. Teremos aqui também o nosso CEO e fundador, Vanderlei Rigatieri.

Vamos dar início. Primeiramente, eu gostaria de ler o aviso legal. As afirmações contidas neste documento, relacionadas a perspectivas sobre os negócios e de crescimento da WDC Networks, são baseadas exclusivamente nas expectativas da Diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem substancialmente das condições do mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio. Todas as variações aqui apresentadas são calculadas com base nos números sem os arredondamentos. O presente relatório de desempenho inclui dados contábeis e não contábeis, tais como operacionais, financeiros e proforma. Os dados não contábeis não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.

Passa a palavra ao Vanderlei.

Vanderlei Rigatieri:

Boa tarde. Mais uma vez, é um prazer estar aqui com vocês, contando um pouco dos nossos resultados trimestrais. E, como sempre, eu gosto de ter alguns destaques que são importantes para vocês terem uma ideia do que vimos passando neste 1T.

Uma das coisas importantes é que nós tivemos um foco, como sempre, na preservação das nossas margens operacionais. Independente da situação do mercado e tudo mais, uma coisa importante para a Companhia é realmente preservar as margens operacionais da Companhia.

Um dos principais destaques é justamente o nosso crescimento da receita líquida neste 1T. A WDC conseguiu chegar a R\$241,2 milhões em termos de crescimento, 6,9% versus o 1T21. Também atingimos um EBITDA ajustado de R\$65,1 milhões, acréscimo de 10% versus o mesmo período do ano passado. Ou seja, estamos crescendo a nossa margem, estamos crescendo substancialmente o nosso resultado. E a margem EBITDA teve um número de 27,1%, chegando a 0,8 p.p. acima do mesmo período do ano passado.

Outro destaque que eu acho importante lembrarmos nesse período que passou do 1T é que a WDC fez um *follow-on* na Instrução CVM 400, realizado em fevereiro de 2022. E eu lembro vocês que isso, na verdade, foi exatamente uma possibilidade de liberar as negociações a investidores não qualificados.

Lembro que, em julho do ano passado, havíamos feito nosso IPO na instrução 476, que só deixava investidores qualificados fazerem a negociação das nossas ações. A partir deste trimestre, nós abrimos para qualquer tipo de investidor, e isso foi um dos fatos importantes para nós neste ano, deixar todo e qualquer investidor livre para negociar nossas ações e aumentar um pouco mais a nossa liquidez a partir de então.

Outra coisa importantíssima que eu gosto de deixar claro para vocês é que a estratégia da WDC se mantém firme no propósito de alavancar as vendas de TaaS, de Tecnologia as a Service. E, neste trimestre, fechamos um dos maiores contratos de taxas de toda a história da WDC. O contrato foi fechado dentro deste trimestre. Foi um contrato de valor total de mais de R\$99 milhões. Foi com um grande ISP.

Então, isso dá mais uma cor para vocês do que vem acontecendo. Ou seja, grandes ISPs capitalizados, aderindo ao nosso modelo de negócio.

Esse contrato é um contrato de fornecimento de 12 meses. Ou seja, nós vamos executar esse contrato ao longo deste ano, e isso vai gerar vendas totais conforme vamos entregando os produtos, e tem um prazo de contrato de cinco anos.

Então, é muito importante vocês ficarem com essa informação em mente. Isso não é resultado agora, na veia, mas é de longo prazo. Mas, sem dúvida, foi um fato muito importante, que não pudemos divulgar antes por causa do período de silêncio, mas estamos aqui, em primeira mão, deixando claro isso para vocês. Isso significa que a nossa estratégia está no caminho certo e estamos conseguindo mais adesões de clientes importantes no segmento de TaaS.

Outra coisa importante para nós é que a fábrica, que é outra estratégia diferenciada da WDC, ter fábrica; os nossos concorrentes, na sua grande maioria, de distribuição, não tem fábrica. Nós escolhemos fazer isso lá atrás, e atingimos o recorde de 62% de todas as nossas vendas de produtos industrializados no Brasil.

Outra coisa que o TaaS traz de bom para nós é um destaque importante, que dá muito para vocês uma noção da saúde financeira da WDC, é justamente o backlog acumulado de receitas, que nós passamos de R\$606 milhões neste 1T. Está aumentando o nosso backlog de receita, com crescimento de 32% versus o mesmo período do ano passado.

Ou seja, o backlog de receita é a receita a ser reconhecida em balanço. Ainda não reconhecemos essa receita, mas, como vocês sabem, nós temos um histórico de *churn* muito abaixo de 1%. Então, isso é praticamente receita futura na veia.

Outra coisa que nos deixa muito felizes é que fomos classificados pelas duas empresas de rating mais famosas do mundo, que são Standard & Poor's e Moody's. Contratamos essas empresas para fazerem a classificação do nosso rating, e atingimos o rating de AA-. Primeira vez que fazemos isso na nossa história, e conseguimos uma classificação muito acima do que vemos em média no mercado que temos acompanhado. Isso, para nós, é mais um sinal de que estamos extremamente saudáveis, estamos extremamente bem-posicionados, eventualmente para fazer a nossa segunda emissão de debêntures, que foi anunciada ontem, aprovada no Conselho.

Estamos, então, lançando a segunda emissão de debêntures, no valor de R\$600 milhões, com prazos variando entre cinco e sete anos, carência de três anos. Isso vai dar um fôlego muito interessante para nós, e a garantia firme dos bancos coordenadores. Ou seja, são recursos importantes para que tenhamos mais capacidade de CAPEX para fundear o desenvolvimento do TaaS.

Acho que essa é uma radiografia importante dos principais resultados. Vou passar a palavra para o nosso CFO e RI, o André Valente, para falar um pouco mais, depois, sobre esses dados todos. Mas eu queria ressaltar aqui, primeiro, vendas totais. Vocês acompanham na tela que tivemos, nos últimos quatro anos, um CAGR crescimento acima de 42% ano a ano. No ano passado, fechamos com vendas totais de R\$1,456 bilhão.

Este 1T, como já divulgado, como é tradicional de a WDC fazer quando fecha o número, nós tivemos um decréscimo de 8,8% do nosso vendas totais, fechando com R\$293,9 milhões no 1T22. Essa redução, basicamente, o principal fator foi uma redução das vendas do segmento de telecom, e depois, entramos em mais detalhes sobre isso. Tivemos uma retração do segmento de pequenos provedores, e vocês acompanharam pelos números de Anatel, o número de novos assinantes não cresceu na medida em que estava esperado.

O crescimento das vendas do solar, por outro lado, compensou isso. Tivemos um aumento de 70% das vendas do solar sobre o mesmo período do ano passado. E tivemos também uma coisa que é muito importante deixar claro, que a WDC vende seus produtos pelo USD do dia Ptax. Ou seja, quando a taxa do USD Ptax sobe, a nossa venda acompanha esse número. Quando o USD cai, também acompanha. Nós vendemos sempre dolarizado.

Sempre digo que o USD nunca é um problema para nós em termos de margem, em termos de resultado. Mas é claro, quando o USD sai do patamar em que ele estava no final do ano passado, e vem para patamares que tivemos neste 1T, tivemos um impacto no top line da WDC de quase 5%, 4,6%. Então, um pouco dessa redução nas vendas totais foi também influenciado pela taxa do USD.

A outra coisa que é importante dizer, que mostro no slide seguinte, é nossa receita líquida. No próximo slide, vemos a nossa receita líquida, que também teve um histórico nos últimos quatro anos de crescimento da faixa de um CAGR de 42%, e cresceu 6,9% em relação ao mesmo período do ano passado.

Nisso, é importante dizer o seguinte: a WDC tem um número não contábil, que é vendas totais, que inclui aquilo que vendemos e o total do contrato novo fechado de TaaS. Mas a receita líquida é realmente aquilo que reconhecemos mês a mês. E aí, vocês veem que, mesmo não crescendo a nossa venda total, uma demonstração de força, de resiliência do nosso modelo de negócio, e esse efeito positivo se traduz na receita líquida.

Ou seja, nós não crescemos o top line de contratos totais fechados, mas mesmo assim a nossa receita líquida teve um avanço de 6,9% em relação ao ano anterior.

Nisso, é importante também dizer que a nossa receita líquida do segmento solar, que a partir de agora destacamos, até o ano passado estava embutida dentro da área corporativa, mas, a partir de agora, vamos destacar em três segmentos: o segmento Telecom, segmento Enterprise e o segmento Solar. E aí, vocês veem que a receita líquida do segmento solar alcançou 34,8% do total de toda a receita líquida da Empresa neste trimestre.

Dessa vez, nessa nossa reunião, eu vou apresentar os resultados da área de Telecom, de Enterprise e Solar, e eu convidei, para estarem junto comigo, os diretores de cada área para vocês conhecerem e para eles ajudarem um pouco a contar para vocês como é que foi o trimestre.

Então, na área de Telecom, que é o próximo slide, o resultado foi basicamente de vendas totais caindo 32% e passando a R\$135,6 milhões no 1T22. De novo, a venda total caiu 32%, mas a receita líquida, por causa do que vimos carregando nos contratos anteriores, caiu 18,9%, para um valor de R\$101,6 milhões. E o lucro bruto ficou na faixa de R\$31,1 milhões, com uma margem um pouco menor, de 5,3 p.p., ficando no lucro bruto de 30,6%.

Vou convidar o Junior Carrara, que é o nosso Diretor de Telecom, para se juntar aqui, para passar para vocês um pouco da parte qualitativa que tivemos durante esse 1T. Por favor, Junior, junte-se a nós.

Junior Carrara:

Boa tarde a todos. Conforme mostrado, eu gostaria de passar um pouco para todos sobre a situação do mercado de telecom em geral. Acompanhamos esses resultados que foram divulgados pela Anatel, e nossas vendas foram diretamente impactadas por essa desaceleração do número de novos assinantes em fibra ótica, que é o nosso principal produto.

Isso impactou bastante nas nossas vendas futuras, como o Vanderlei já comentou. E, somado a isso, tivemos um agravante, que foi uma ruptura, desde outubro, de placas, que chamamos de placas GPON, que são instaladas nas ULTs, e são as placas onde são conectados os novos assinantes. Nosso principal fornecedor teve um problema de abastecimento desse produto por uma questão de semicondutores, um problema global que vem atingindo a maior parte dos fabricantes, e isso contribuiu para a nossa desaceleração desse mercado em termos de vendas e novos contratos.

Esse produto em específico, que é muito importante para nós, porque sem ele nós não conseguimos vender novos modems, nosso fornecedor está prevendo restabelecer o

fornecimento agora no começo do jogo. Então, isso deve trazer para nós um 2S aos patamares normais de vendas que tínhamos nos níveis pré-pandemia. Então, esse foi o principal ponto pelo qual passamos por um problema durante este 1T.

Porém, também percebemos que, durante o 1T, tivemos um aumento considerável das nossas vendas de soluções. Como sempre comentamos, os provedores estão se tornando cada vez mais provedores de soluções. Então, as nossas vendas de soluções de datacenter, soluções de *turnkey*, entre outras, casa conectada, foram impactadas positivamente no 1T e estamos acompanhando, no nosso pipeline de negócios, uma evolução significativa dessas novas tecnologias dentro dos nossos provedores.

Então, alguns números importantes que eu gostaria de citar aqui para vocês, ao longo do 1T, nós tivemos cinco contratos fechados de novos datacenter edge, que estão em fase de instalação, que são contratos de TaaS, onde os resultados serão capturados ao longo dos próximos anos. São contratos normalmente de 60 meses, mas são cinco novos edge datacenters que estão sendo instalados neste momento.

Em *turnkey*, um serviço nosso que chamamos de *turnkey built to suit*, ou seja, construímos a rede dos provedores, nós tivemos 12 contratos fechados até o momento, com mais de 35.000 *homes passed* comercializados, que também estão em fase de instalação.

Vanderlei Rigatieri:

Junior, é bem importante você explicar que isso foi um lançamento durante o 1T dessa modalidade de construção de rede, que nós não fazíamos no ano passado. Ou seja, agora, além de alugar os modems e as centrais de GPON, também estamos fazendo a construção da rede para o provedor, e fazendo um contrato de *built to suit* de cinco anos da rede como um todo. Essa é uma modalidade nova, e você falou que já contratamos 35.000 *homes passed* durante esse período.

Junior Carrara:

Exatamente. É um produto novo, um serviço que nós lançamos realmente no final do ano passado, começo deste ano, e que o resultado já está sendo bastante expressivo aqui para nós.

Vanderlei Rigatieri:

É só para comentar, para vocês entenderem, tanto os datacenters quanto esses projetos de *turnkey*, da mesma maneira que aquele projeto que eu comentei lá no começo, eles têm um prazo para construção, e só a partir daí irão se traduzir em venda total e começar a contar o prazo para reconhecimento de receita.

Então, na verdade, o 1T teve muitos projetos desse tipo, que estão sendo construídos, mas que ainda não entraram no resultado do 1T, e devem entrar ao longo deste ano, conforme forem executados e entregues aos seus clientes.

Desculpe fazer esse comentário, mas é importante que todo mundo entenda que, apesar de termos fechado esses projetos, eles ainda não figuram em resultados do 1T, vão aparecer no resultado ao longo do ano.

Junior Carrara:

O nosso tempo de delivery de um datacenter é aproximadamente três meses. Então, um datacenter fechado agora, por exemplo, no mês de fevereiro, vamos conseguir começar a capturar o resultado agora em maio ou junho. Realmente tem um timing de implementação dessas soluções, dessas tecnologias.

Outro ponto positivo que estamos realmente percebendo aqui é a questão do nosso TaaS com uma atratividade muito grande para grandes clientes, grandes provedores e até mesmo operadoras. Nosso pipeline cresceu substancialmente com essas oportunidades dentro de grandes players, sejam provedores investidos por fundos, ou até mesmo grandes operadoras, onde estamos trabalhando projetos com valores e cifras significativas.

Estamos realmente bastante animados, entusiasmados com isso, porque a nossa oferta tem sido até mesmo buscada e recomendada entre os players de mercado, entre os grandes fabricantes, para essas operadoras e provedores, porque eles entendem que, durante esse cenário econômico que estamos vivendo, de taxas de juros elevadas, dificuldade de crédito, nossa oferta do TaaS passa a ser bastante atrativa para grandes projetos, sejam de GPON, de DWDM, de datacenter, ou até mesmo infraestrutura do 5G, que é uma demanda grande que estamos observando.

Além disso, durante esse 1T, tomamos uma medida, que foi para melhorar a nossa eficiência comercial, que foi a regionalização da equipe comercial. Nós trabalhávamos com uma equipe comercial de vendedores internos, pessoas que trabalhavam conosco fazendo atendimento telefônico e poucas pessoas visitando o cliente. Isso funcionou até 2021, metade do ano, e iniciamos então uma transição, e, neste ano, de fato, está implementado o novo modelo de atendimento 100% regionalizado, com uma equipe comercial mais de campo, de visita a clientes, fazendo o que nós chamamos de corpo a corpo com o cliente, desenvolvendo novos negócios e trazendo novas oportunidades.

Essa regionalização terminou ao longo do 1T e está nos trazendo uma efetividade maior, e também um controle maior sobre as despesas, porque, quando não estava regionalizado, tínhamos dificuldade de ter uma viagem mais proveitosa. Isso agora está resolvido, e temos tido bastante sucesso com isso.

Esses são os meus comentários. Seguimos confiando que as coisas estão no caminho. Nossa proposta de negócios está bem legal para os provedores e para as operadoras.

Vanderlei Rigatieri:

Excelente. Muito obrigado, Carrara. Eu queria passar agora e falar um pouco sobre a área de Enterprise. O próximo slide mostra um pouco do resultado que tivemos. Convidei também o diretor da área de Enterprise, que é o Fernando Guerra, para também estar aqui junto comigo. Bem-vindo ao Grupo, Fernando.

As vendas totais de Enterprise no 1T tiveram uma pequena redução, de 2,9%, principalmente em função da taxa do USD, porque esses produtos são 100% dolarizados. A nossa receita líquida evoluiu 8,9%, atingindo R\$55,6 milhões no 1T, e tivemos uma melhoria da margem do lucro bruto, passando de 26,1% para 28,6%. Avançamos 2,6 p.p., atingindo um lucro bruto de R\$15,9 milhões nesse período.

Fernando, junte-se a nós. Conte um pouco da sua visão qualitativa, do que foi o 1T, e mostre-nos um pouco do que você viu de resultados neste 1T.

Fernando Guerra:

Obrigado, Vanderlei. Boa tarde a todos. Como você comentou o nosso 1T, na verdade, se iniciou um pouco lento, principalmente considerando vendas totais, e considerando principalmente, ainda, um pouco do resquício da pandemia, e principalmente por conta dos atrasos dos problemas de logística e entrega de chipsets mundiais dos fornecedores. A WDC ainda, majoritariamente, trabalha com produtos importados, dolarizados, como o Vanderlei comentou, e nós ainda estamos ainda sofrendo um pouco por conta desses atrasos.

Apesar disso, como o Vanderlei comentou, nós tivemos um resultado muito positivo na receita líquida, provado pelo nosso backlog de receita por conta do TaaS, que, mais uma vez, mostra a

resiliência que nós tínhamos dentro desse mercado de entregas, de contratos que nós assinamos até anteriormente a esse 1T. E principalmente, por conta do grande crescimento dos mercados de cibersegurança e comunicação unificada, que trabalham com resultados e entregam margens melhores, tivemos um significativo crescimento na nossa entrega de lucro bruto e margem. Crescemos 20%, desconsiderando a queda de USD. Então, nosso crescimento foi quase em torno de 25% de entrega de resultado de margem para o período.

Uma questão comercial que aconteceu no nosso 1T também foi a integração de algumas diretorias de negócios que estavam segmentadas dentro do mercado corporativo. O Vanderlei comentou que nós segmentamos o Solar, e acabamos também integrando a Diretoria de Áudio e Vídeo e a Diretoria de Segurança Eletrônica, Comunicação Unificada e Cibersegurança, para melhorar esse mix e a uniformidade de atendimento aos clientes. E é exatamente o início desse trabalho, ao final do 1T, que começou a apresentar essas melhoras desses resultados.

Ao final deste trimestre, começamos a ter uma retomada das vendas do segmento de áudio e vídeo profissional, que é um segmento bastante importante porque é um segmento majoritariamente de TaaS e grandes contratos, mais de 50% da receita operacional desse segmento é proveniente de TaaS.

E nós começamos a ter uma regularização do abastecimento de produtos. A tendência é de ainda um 2T com um pouco de atrasos, mas com a melhora do segmento de mercado de áudio e vídeo. Um pouco da reestabilização da estabilização da entrega. Nós temos uma tendência muito forte de crescimento daqui para o final de ano, em todos os segmentos de mercado. Todos os segmentos estão bastante aquecidos, por diversos fatores. Cibersegurança, principalmente pelo crescimento e procura dentro dessa tecnologia. Hoje, a WDC trabalha com um dos líderes mundiais nesse segmento.

O segmento de segurança eletrônica é muito ligado a grandes contratos e projetos de infraestrutura, que começaram a melhorar a partir do ano passado. Mesmo em ano de eleições, temos um pipeline e um backlog bastante importante para ser entregue ainda no decorrer deste ano. Então, mantemos uma tendência bastante positiva.

E o próprio segmento de áudio e vídeo profissional, que trabalha com margens muito positivas, e à medida que esse segmento se recupere, daqui para o longo do ano, deve trazer um continuado de resultado operacional bastante positivo, tanto em vendas totais, incluindo lucro e margem.

Acho que essa é uma visão geral, Vanderlei.

Vanderlei Rigatieri:

Entendi. Ficou claro que tivemos um começo de ano dentro do Enterprise que sofreu um pouco, teve a ômicron, que deu assegurado. Acho que o segmento que mais sofreu com a pandemia dentro da WDC foi o segmento enterprise, o áudio e vídeo profissional. Mas, como você disse, em março já temos uma sinalização muito melhor, muito positiva, que trouxe esse bom resultado de melhoria de lucro da área. Muito obrigado, Fernando.

Vamos passar agora a falar sobre a nossa divisão de Solar. A área de Solar, a partir de agora, será aberta, com os números separados. Hoje, representa 34,8% da nossa venda total. Eu convido para se juntar a nós o André Souza, que é o Diretor da Área de Solar. Por favor, André.

André Souza:

Obrigado, Vanderlei. Boa tarde a todos. Neste trimestre, consolidamos nossa operação e conseguimos colher bons resultados, comparados ao 1T21, apresentado pelo Vanderlei.

Vanderlei Rigatieri:

Só comentando um pouco, tivemos um aumento nas nossas vendas totais do 1T21 para este de 70,7%, atingimos R\$94,7 milhões de vendas totais, a nossa receita líquida passou a R\$84 milhões, crescimento da mesma magnitude, de 70%, e o lucro bruto avançou 0,5 p.p. em termos de margem, passando a R\$13 milhões, com uma margem de 15,5%.

Este segmento é o que tem o maior crescimento dentro da WDC, como vocês acompanharam no ano passado e neste trimestre, e eu vou passar para o André para ele passar uma parte qualitativa de como é que esse segmento se comportou no 1T e os principais highlights para vocês terem uma ideia. Por favor, André.

André Souza:

Obrigado, Vanderlei. No 1T, apesar de termos esse crescimento substancial na receita e um crescimento no lucro, tivemos alguns fatores negativos no mercado, especialmente em virtude do aumento da Selic e da restrição de crédito, visto que a grande maioria de todas as aquisições de sistemas de energia solar é financiada pelos grandes bancos.

O surto de covid ômicron também postergou muitas vendas, com o pessoal ficando de férias, na dúvida, vendo o cenário tanto de juros como do surto. Muitas vendas foram postergadas durante esse período. E, qualitativamente, observamos uma queda maior nos sistemas comerciais e industriais, e uma queda menor nos sistemas residenciais e de usinas de maior porte.

Em virtude desse desenho de mercado e até do cenário macroeconômico, decidimos, e já é um plano em execução desde o ano passado, não somente o crescimento de faturamento, mas na busca sempre de melhor lucratividade para a Companhia, adotar uma estratégia de crescimento, agora também por nicho e diferenciação.

Nós continuamos focados em nossa parceria com a Huawei, que nos permite entrar em projetos complexos, com sistemas híbridos, baterias, sistemas de automação, não só fornecendo energia para sistemas solares, como também para outros mercados, como o de telecom.

Outra ação que já iniciamos, que começa também a surtir efeitos e ter uma receptividade muito boa do mercado, é a expansão da nossa marca própria, agora não somente com geradores, mas também com produtos desenvolvidos pela engenharia da WDC. Os primeiros produtos já foram lançados e tivemos uma excelente aceitação do mercado. O fortalecimento desse trabalho busca uma maior margem nos kits de menor potência, principalmente residencial e pequenos comércios.

E, na outra ponta, nossa estratégia não é só de venda nos grandes projetos de usinas, mas incorporar uma maior margem com a oferta de serviços, tentando agregar também nosso principal serviço, que é o TaaS. Já tivemos alguns resultados no 1T, os primeiros contratos assinados, e tivemos uma grande ação na oferta de TaaS no solar, principalmente nos setores do agrobusiness e telecom.

Vanderlei Rigatieri:

Excelente, André. Acho que esses pontos que você ressaltou são fundamentais, porque vimos sempre sendo questionado pelo mercado, quando é que o Solar vai começar com o TaaS? Tínhamos esse plano desde o IPO, e agora realmente a coisa começou a deslançar. Acho que o TaaS começou a ser encarado pelo mercado, não só dos outros dois, Telecom e Enterprise, com uma tremenda ferramenta de viabilização de projetos grandes. Fechou os primeiros três negócios no 1T, e agora tem um pipeline interessante pela frente nesse segmento. Muito obrigado, André.

Acho que deu para ter uma ideia do consolidado da Empresa, das três áreas. E eu vou passar a palavra para o nosso CFO, André Valente, para entrar em detalhes mais de resultado, dos números, para vocês terem um *flavor* do que aconteceu, de como foi o 1T. André, por favor.

André Valente:

Nesse próximo slide, apresentamos um pouco dos indicadores mais relacionados ao desempenho do TaaS, a modalidade de locações da Companhia. Como vocês podem ver, tivemos uma queda importante na quantidade de novos contratos celebrados no trimestre, no qual fechamos 249 novos contratos neste 1T22, comparado com 427 contratos no mesmo período do ano anterior. Essa importante queda é muito reflexo do que aconteceu no segmento de telecom, que é hoje o segmento onde a maturidade do TaaS é mais longa.

Um ponto foi o crescimento, como podem ver no gráfico, do ticket médio, onde conseguimos aumentar ainda mais, de R\$291.000 para R\$243.000 por contrato, nosso ticket médio. À direita, o total de vendas de novos contratos, no qual entregamos R\$85,4 milhões, queda de 31% versus o mesmo período do ano anterior, muito também por conta do impacto do telecom, já mencionado.

O CAPEX em imobilizações relacionadas ao TaaS também caiu 33%, e aqui conseguimos dar mais um passo de melhoria no crescimento do *markup* do TaaS. O *markup* nada mais do que o valor total do contrato dividido pelo CAPEX que temos que fazer no ponto zero. Então, conseguimos entregar um indicador de 2,12x comparado com 2,06x do mesmo período do ano anterior, um crescimento de 3% na rentabilidade.

E, para fechar o slide, temos aí o último *bullet*, onde comentamos que, mais uma vez demos um passo de incremento do prazo médio dos novos contratos, que fechou no 1T esses 249 contratos, que tiveram um prazo médio de 51 meses, comparado ao anterior, que foi de 45. Então, mais uma vez, mantemos em prática nossa política de alongamento de prazo dos contratos, como já vimos comentando mais de uma vez nos últimos releases.

No próximo slide, apresentamos a evolução do backlog de receitas. O backlog é um indicador muito importante da Companhia, porque ele mostra o crescimento da receita futura já contratada por contratos que estão vigentes, onde fechamos o 1T com R\$606,8 milhões, o que significa um crescimento de 32% comparado ao backlog há um ano.

Abaixo, apontamos também um pouco do cronograma de recebimento dessa receita futura. Aqui, quando falamos do backlog, o backlog é reconhecimento de receita futura, que se traduz em maiores receitas, e também em maior caixa para a Companhia de uma forma muito sadia, considerando que a inadimplência e o churn desses contratos são muito pequenos, como já divulgado no nosso formulário de referência e nas nossas últimas apresentações.

Seguindo, no próximo slide, temos aqui o EBITDA ajustado. No 1T22, alcançamos R\$65,3 milhões de EBITDA ajustado, como podem ver na coluna à direita. E aqui, fazemos um gráfico bridge mostrando o EBITDA ajustado do 1T21, que foi de R\$59,3 milhões, e aqui colocamos um qualitativo, tivemos uma perda de EBITDA decorrente de menores volumes de vendas. E aí, no quadro abaixo, o objetivo de mostrar o breakdown por segmento. Como vocês podem ver, o 6,1 tem um breakdown difícil em termos de volumes do Telecom, com R\$-12,9 milhões. E no Solar e Enterprise, tivemos crescimentos e aumentos do EBITDA decorrentes de volumes.

A margem dos segmentos aumentou de maneira uniforme. Como podem ver, capturamos uma margem percentual melhor, tanto no Telecom, com mais R\$7,6 milhões, no Solar, com mais de R\$0,5 milhão, e também no Enterprise, com mais R\$1,5 milhão, perfazendo um total de margens de R\$9,7 milhões, que foi o suficiente para 'offsetar' o impacto que estamos trazendo pelos menores volumes.

Tivemos também uma economia de R\$2,4 milhões de despesas operacionais, comparado com o mesmo período do ano anterior, mostrando o trabalho interessante que vimos fazendo aqui na gestão, buscando otimizações e ganhos de eficiência nos gastos de custos e despesas operacionais da Companhia.

Seguindo, no próximo slide, apresentamos um pouco as outras linhas, que estão abaixo do EBITDA. Como podem ver, no EBITDA, trouxemos mais R\$6 milhões. Depois, temos uma linha importante, que é a depreciação. Os custos de depreciação cresceram em R\$9 milhões, o que significa um crescimento de 29,6%, que está muito em linha com o crescimento do backlog de receitas.

Apenas recordando que a depreciação é o reflexo do crescimento do ativo imobilizado da Companhia, que é substancialmente relacionado às imobilizações para iniciar novos contratos de locação da Companhia. Isso consumiu R\$9 milhões do P&L.

Na sequência, tivemos o resultado financeiro, o qual apresentou uma performance bastante negativa no trimestre, alcançando R\$30,9 milhões de despesa financeira líquida, comparado com R\$14,6 milhões no mesmo trimestre do ano anterior. Tivemos uma variação de R\$-16,3 milhões. Essa variação é principalmente explicada pela perda com variação cambial. A Companhia adotou uma estratégia, na virada do exercício de 2021 para 2022, de fortalecimento dos seus níveis de estoques, muito em linha com a crise de abastecimento que vimos sofrendo no nosso segmento, e, objetivando não perder vendas e negócios que planejamos para este ano, fortalecemos bastante a posição de estoques da Companhia.

Esses estoques, temos parte desse ativo em moeda estrangeira, e considerando a apreciação da moeda local em aproximadamente 15%, o câmbio saiu de R\$5,58 para R\$4,74, aproximadamente, no trimestre, observamos uma desvalorização de nosso ativo dolarizado.

Como sempre explicamos, a variação cambial é algo que toca o nosso resultado de forma pontual. Me recordo bem, quando fizemos a oferta pública há um ano, fizemos com os números do 1T21, no qual também tínhamos uma perda cambial, e que normalmente explicávamos que, como fazemos análises de longo prazo, olhando as DFs da Companhia em períodos mais longos, acabamos tendo um reflexo que, proporcionalmente ao tamanho do negócio, é pequeno em termos de variação cambial.

Outro fator importante dessa variação cambial diz respeito à questão da venda de um grande provedor, que foi mencionada nos highlights iniciais, na qual efetuamos um pagamento antecipado ao fornecedor, ao fabricante na Ásia, deixando esse adiantamento reconhecido no nosso ativo exposto ao câmbio. Para efeito de práticas contábeis, acabamos reconhecendo uma desvalorização cambial sobre esse ativo, sobre esse adiantamento ao fabricante, mas isso depois, futuramente, é compensado à medida que emitimos os novos contratos ao longo das safras que o Junior Carrara comentou, ao longo do ano. Vamos considerando no valor desses contratos essa questão da variação cambial.

Outro ponto que também tocou nossa despesa financeira foram os incrementos da Selic. Quando olhamos comparativamente com o mesmo trimestre do ano anterior, o 1T21 não foi com trimestre em que tivemos escalada das taxas de juros, como tivemos neste 1T22, e temos um contábil contabilizado corretamente para refletir corretamente as variações patrimoniais, em que trazemos nossos passivos e ativos a valor presente. Quando a taxa de juros Selic aumenta, acabamos usando uma taxa maior para trazer esse valor presente, e esse deflacionamento para calcular o valor presente acaba sendo maior quando utilizamos uma taxa maior. Isso representou aproximadamente R\$4 milhões de perda, variação total de R\$16 milhões.

E, por final, resultamos em um prejuízo líquido de R\$2,1 milhões, versus R\$11,2 milhões de lucro líquido no 1T21, ocasionando uma variação comparando mesmos períodos de R\$-13,3 milhões.

Podemos seguir para o próximo slide. Aqui, apresentamos um pouco da evolução do nosso endividamento. A dívida bruta da Companhia fechou em R\$523,6 milhões, como vocês podem ver na primeira linha do quadro do endividamento, com caixa e aplicações de R\$106,5 milhões e endividamento líquido de R\$417 milhões.

Mais adiante, teremos outro slide para explicar a variação do caixa, mas aqui, gostaríamos de apresentar um saudável indicador que temos na Companhia de endividamento líquido/EBITDA ajustado, o qual está no gráfico à direita, onde apresentamos uma performance de 1,47x.

Temos também alguns indicadores interessantes. Gostamos sempre de comparar o nosso endividamento líquido, que está em R\$417 milhões, com o tamanho do nosso backlog de receitas. O backlog de receitas, como sempre gostamos de falar, sobre uma aplicação que está ali para ser reconhecida no futuro e entrar na Companhia, assim como as dívidas também devem ser pagas. Então, sempre gostamos de fazer esse KPI de cobertura do backlog de receita e dívida líquida. Ou seja, estamos com uma cobertura de 1,47x a nossa dívida, olhando o tamanho do backlog.

Seguindo para o próximo slide, temos aqui um rápido (50:16 FALHA NO ÁUDIO) do nosso caixa, que iniciou (50:22 FALHA NO ÁUDIO). O principal item é a coluna de atividades operacionais, que consumiu R\$126 milhões, e aqui, conforme nossas demonstrações de fluxo de caixa auditadas, tivemos aproximadamente R\$150 milhões de consumo, com o fortalecimento dos níveis de estoques e o adiantamento a fornecedores, conforme eu comentei, tanto da grande venda para o grande ISP, quanto também para alguns fabricantes do segmento Solar para compor o estoque, visando a performance planejada de vendas para o ano.

Tivemos uma continuidade do crescimento via (51:11 FALHA NO ÁUDIO). Apesar de ter ficado, por conta do Telecom, abaixo da nossa expectativa no trimestre, nós perfizemos R\$40,2 milhões de CAPEX, relacionados aos 249 novos contratos que se iniciaram no trimestre.

Tivemos um valor representativo de amortização (51:38 FALHA NO ÁUDIO), já conhecidos, sem nenhuma alteração, R\$67,7 milhões de caixa. E tivemos a pequena entrada da oferta que foi 100% primária ocorrida (51:52 FALHA NO ÁUDIO). Fizemos o *follow-on* CVM 400, que trouxe R\$3,8 milhões para o caixa da Companhia.

Acho que esses foram os principais indicadores, e, Vanderlei, eu gostaria de abrir para que você possa fazer os últimos comentários, antes que entremos nas perguntas e respostas.

Vanderlei Rigatieri:

Obrigado, André. Acho que vocês tiveram uma boa radiografia do que foi o 1T. Eu sempre gosto de mostrar um pouco da nossa visão de futuro, do que vem aí, do que está por vir. Uma das coisas que quero mostrar é que o TaaS está ficando cada dia mais competitivo. Isso impressionante. Muita gente nos questiona sobre a atratividade do TaaS, mas, como vocês viram, nós fechamos nosso maior contrato de TaaS no 1T. Ele ainda vai trazer resultados futuros, como eu expliquei. Ele é parcelado.

O TaaS tem uma receita mensal, contratos de cinco anos, mas foi um indicador tremendo de que nós temos uma competitividade muito grande com o nosso modelo de negócio. Nesse cenário macroeconômico (53:30 FALHA NO ÁUDIO) nas linhas de crédito, nós conseguimos ficar competitivos nos clientes de grande porte.

Esse novo negócio que iniciamos neste trimestre passado, chamado *built to suit*, que é (53:54 FALHA NO ÁUDIO) para o provedor em um modelo *turnkey*, ele vai continuar, na nossa perspectiva, sendo um driver muito importante daqui para a frente na construção de redes.

Passamos um nível. Como sempre dizemos, estávamos alugando, fazendo o TaaS de equipamentos, e agora entramos na construção de redes, de lançar fibra no poste, de conectores, de atender o cliente. Fazemos até a prestação de serviço de conectores ao cliente lá na ponta para o provedor.

Então, esse modelo de negócio é uma expansão, é uma evolução. Temos novos contratos ao longo deste ano. A receita vai ser muito diluída, mas o que é importante é que criou-se uma nova

oportunidade dentro da WDC, uma evolução, daquilo que já fazíamos em termos de construção de rede, de infraestrutura para o provedor.

No segmento Solar, esse lançamento da linha que fizemos agora, que é a linha Titanium, uma linha muito competitiva, nós não estávamos participando do mercado de kits residenciais. Essa linha vai trazer para a WDC uma penetração de mercado que não tínhamos. Vamos expandir a nossa penetração. Isso é muito importante para (55:52 FALHA NO ÁUDIO) distribuidores atuais, que são os mais fortes.

A parte de regularização do suprimento de produtos de telecom, que estamos sofrendo constantemente, desde outubro passado que sofremos com essa falta de produtos das centrais, de novos assinantes. Isso começa a se regularizar agora. Isso vai gerar novas oportunidades de venda, não só da central em si, mas de conexão de novos modems, de novos assinantes. Isso deve elevar o nosso volume ao longo deste ano, desses produtos de telecom.

Tenho certeza de que o mercado de telecom continua pujante, forte. Vai ter muito ainda pela frente nos nossos clientes. Sabemos que esse mercado está muito agitado com as redes neutras, com as vendas das redes das operadoras, a consolidação de provedores. Tudo isso cria muitas mexidas no segmento, mas não tenho dúvida que o Brasil ainda tem um espaço de crescimento de telecom, não só de número de novos assinantes; o Brasil ainda precisa de fibra ótica chegando à casa, à residência dos assinantes. Mas os outros produtos, que o Carrara mencionou, como os projetos de datacenter, de mini datacenter, os projetos de interligação de redes de alta capacidade de DWDM, tudo isso mostra ainda que o Brasil, neste ano, tem um espaço de crescimento muito grande, e vamos capturar isso ao longo dos próximos trimestres.

A parte de gestão de custos é uma necessidade. Como sabemos, gerir a empresa que cresce sem ter gestão de custos é (58:14 FALHA NO ÁUDIO). Na WDC, fazemos isso constantemente. Nós contratamos uma consultoria especializada que está nos ajudando a equacionar, organizar as equipes, melhorar nossa gestão de comissionamento.

Uma das coisas que fizemos no 1T foi passar a remunerar a equipe de vendas não mais por venda, mas por margem de (58:46 FALHA NO ÁUDIO), e isso vai trazer um aumento do resultado da Companhia.

E continuamos atentos a oportunidades de M&A, sim. Desde o IPO, não fizemos nenhum movimento disso, mas eu estou sempre instigando nossas equipes, nosso pessoal das unidades de negócio para busca de oportunidades complementares à nossa oferta, que possam ajudar a ofertar uma solução melhor, tanto para o mercado de Telecom, para o Solar.

Então, apesar de termos tido um trimestre (59:39 FALHA NO ÁUDIO) em nossa opinião é, ainda, um olhar muito bom, dadas as estratégias que colocamos em prática, dadas as ações que tomamos. Isso tudo deve trazer um resultado bem positivo.

Acho que é isso. Vamos agora abrir para as perguntas e respostas.

Lucas Rafael (via webcast):

Vocês tiveram um crescimento em 2022 (60:38 FALHA NO ÁUDIO), mas o 1T22 veio com uma queda na receita do Solar se comparamos com o 4T21. A WDC perdeu mercado? O Solar deve seguir em queda nos próximos trimestres?

André Souza:

Precisamos tomar cuidado com os números, porque quando se fala em crescimento em 2022 na energia solar, de fato, temos alguns números que podemos considerar. O principal indicador que temos é o de sistemas conectados à rede, que é um dado oficial da Aneel. Essa informação, via de regra, (61:32 FALHA NO ÁUDIO) às vezes até 120 dias atrasada em relação à venda.

Por exemplo, se você compra hoje, se a WDC vende hoje a você, demora-se em média 30 a 60 dias para instalar, mais 30 a 60 dias (61:51 FALHA NO ÁUDIO) bidirecional e, em seguida, no próximo exercício, esse número é reconhecido (62:00 FALHA NO ÁUDIO) da Aneel.

Essa informação que passamos, o que ocorreu de queda no mercado foi (62:10 FALHA NO ÁUDIO) também. Conversamos com os concorrentes, (62:15 FALHA NO ÁUDIO). Se você consultar os outros players do mercado, você vai poder validar essa informação.

Lucas Rafael (via webcast):

Em relação ao (62:30 FALHA NO ÁUDIO) até onde essa queda pode ir, já que ela vem se repetindo pelo segundo trimestre consecutivo?

Junior Carrara:

Como comentamos em detalhes, nós sofremos realmente uma desaceleração pela questão de mercado e pela falta de componentes para produzir um produto importante para as redes GPON. Com o restabelecimento do fornecimento desses produtos, nós vamos começar a ver um aumento das nossas vendas de produtos de telecom nos próximos *quarters*. Mas isso não será comparado ao resultado de níveis do início da pandemia, onde houve uma explosão de vendas de assinantes pela fibra ótica.

A nossa receita vai voltar para um crescimento, e esperamos que, realmente, o mercado de provedores reaja também (63:57 FALHA NO ÁUDIO) grandes oportunidades.

Tales (via webcast):

Poderiam falar sobre a segunda emissão de debêntures, de R\$600 milhões, se não deixaria a empresa uma dívida (64:23 FALHA NO ÁUDIO) desses R\$600 milhões?

André Valente:

Obrigado pela pergunta, Tales. De acordo com a ata reunião de Conselho que publicamos no nosso site ontem à noite, a destinação dos recursos da emissão das debêntures será na aplicação através do CAPEX e aquisição (64:56 FALHA NO ÁUDIO) relacionados ao crescimento da Companhia na modalidade do TaaS.

Sobre os indicadores (65:07 FALHA NO ÁUDIO) um comprometimento bastante cuidadoso com os *covenants* estabelecidos na nossa primeira emissão, com nossos debenturistas em nossa primeira emissão de dívida, e nesses *covenants*, temos lá o KPI de 2,25x, como você (65:34 FALHA NO ÁUDIO) estamos muito tranquilos com a decisão que estamos assegurando, tanto aos debenturistas quanto aos investidores e acionistas, que não vislumbramos qualquer possibilidade de quebra de *covenant*, de acordo com as projeções internas que a Companhia trabalha.

O consumo tem um faseamento. Nosso consumo de CAPEX com o TaaS não acontece tudo de uma vez só, isso é um processo. Concordo com você que a nossa dívida bruta, do dia para a noite, ela cresce muito, mas a líquida, não.

Vanderlei Rigatieri:

A líquida, não. Dia 2, estaremos com R\$600 milhões em caixa.

André Valente:

Exato.

Rafael (via webcast):

Vanderlei, em algumas conferências anteriores, você comentou que você estava comprando mais ações da empresa, em virtude do atrativo, do valor da nossa cotação hoje na B3. Essa visão continua? Foram feitas mais compras, inclusive nos meses de abril e maio, onde houve uma queda de mais de 50% nesse curto período? Continua essa convicção, mesmo com a piora dos resultados operacionais observada no 2T?

E, complementando, foi entregue à CVM o documento em que a Empresa e as partes relacionadas informam as movimentações?

André Valente:

Rafael, reportamos pontualmente, eu verifiquei, reportamos no dia 9 de maio, às 19h36. Isso está disponível no site da CVM. A equipe até verificou aqui quando vimos a sua pergunta, “será que deu algum problema, algum erro?”. Não, está tudo reportado.

E entrando sobre os acionistas controladores comprarem, evidentemente, o Vanderlei não comprou mais ações em abril e maio, até porque somos proibidos. Temos um período no qual ficamos proibidos, não podemos. Após a virada do trimestre, acabamos tendo acesso a informações privilegiadas. O Vanderlei é Diretor Estatutário da Companhia, além de acionista controlador. Então, seria uma postura incorreta ter algum tipo de comercialização.

Normalmente, somos abertos a poder negociar o nosso próprio papel a partir de momentos como hoje, salvo se não tivermos nenhum outro fato confidencial que esteja acontecendo, que que não nos permita poder comprar.

Então, somos muito cuidadosos em seguir essas regras da CVM. Tem sido um aprendizado, vimos aprendendo a dia a dia após a nossa oferta em julho sobre o que se pode fazer, o que não se pode fazer; o que se pode falar, o que não pode falar.

Mas, sem dúvida, a nossa é que o nosso resultado do trimestre não reflete efetivamente o propósito que temos no nosso plano maior. Inclusive, temos aí todas as análises de cobertura dos principais analistas de *research* que que cobrem o nosso papel, e temos também os próprios relatórios de rating, e os times técnicos que emitiram o nosso rating foram muito diligentes. Tivemos inúmeros calls, inúmeras discussões sobre os cenários da Companhia para que eles pudessem se embasar e emitir o nosso rating AA-.

Vanderlei Rigatieri:

Ele falou uma coisa – e eu não li a pergunta, mas queria só deixar claro –, se continuamos com a convicção do valor da Companhia. Rafael, o que eu posso dizer é o seguinte: 90% do meu patrimônio está dentro da Companhia. Tudo o que eu tenho está investido, por causa das minhas ações, dentro da Companhia. E, se pudesse, eu compraria mais, com certeza. Acho que estamos negociando a um valor ridiculamente baixo. Não sei se eu posso falar isso, mas acho que não tem problema.

Mas a verdade é que, se fazemos uma conta simples, e vocês têm acesso aos nossos balanços, entre o que temos de backlog, estoque, caixa etc., estamos sendo negociados muito abaixo disso.

Eu sei que o mercado não está sendo favorável às empresas de tecnologia, mas, com certeza, a convicção que temos daquilo que fazemos, já estamos há 18 anos nessa Empresa, toda a minha história de vida levou a fundar essa Empresa, a conduzir essa Empresa até aqui. Estamos muito contentes de poder estar no mercado de capitais, de ter feito aquilo, de estar aqui conversando com vocês.

Tempos difíceis, é verdade, mas eu tenho certeza de que estamos no caminho certo. Estamos entregando aquilo que planejamos. Estamos passando tudo aquilo que nós fizemos de plano, da nossa oferta, estamos executando.

Ninguém imaginava que a Selic ia ser 13%, 14%. Isso é verdade, não estava no plano. Mas eu tenho certeza de que o Brasil é um país forte. Os mercados em que estamos são mercados de altíssimo crescimento. Então, convicção total no futuro dessa Empresa. Posso garantir. Isso é uma convicção muito forte dentro do CEO da Empresa, do fundador da Empresa, que continua aqui no dia a dia, e vamos fazer essa empresa ficar muito grande, muito forte.

Floriano Siqueira (via webcast):

Hoje, existe espaço na alavancagem para M&A?

Vanderlei Rigatieri:

Com certeza. Eu posso dizer, Floriano, que nós nunca imaginamos, e sempre falamos isso, continuamos falando, eu não vou fazer nenhum M&A transformacional da Companhia. Não acredito muito nisso. Na verdade, a WDC pensa em M&As complementares, empresas que possam nos trazer algum tipo de tecnologia, algum tipo de serviço que complemente a nossa oferta.

Então, nesse sentido, sim, tem espaço. Está no radar para fazermos exatamente esse tipo de movimento ao longo deste ano, se Deus quiser.

André Pizetta (via webcast):

Vanderlei, você poderia comentar um pouco sobre o potencial de vendas ao 5G? E também, esse patamar que vimos em Telecom no 1T seria o seu ponto mais baixo na curva em termos do que aconteceu e do que temos de expectativa?

Vanderlei Rigatieri:

Posso dizer o seguinte: o 5G ainda está dentro do nosso radar. Fizemos essa parceria com a Huawei no Huawei Digital Power, principalmente por causa da infraestrutura do 5G, que tem mini datacenters, baterias de lítio, toda a parte de energia limpa que vai ser usada, com certeza, na implantação do 5G, e até de algumas torres 4G rurais que vemos como um grande potencial ainda para usarmos.

Então, no 5G, não participamos diretamente. Participamos mais com a infraestrutura de 5G. Mas temos uma visão de que isso, sim, pode trazer uma fonte de receita importante para a WDC ao longo do tempo.

A outra parte, de ser o piso do Telecom, eu gostaria de ter uma bola de cristal, claro, para dizer isso. Mas eu tenho certeza de que, pelo que olhamos, por todas as dificuldades pelas quais passamos, de não ter produto para a central de FTTH, de ficar todo esse período travado em possibilidade de venda de modems porque não tem a central, e a perspectiva dos fabricantes de que isso mudou, de que ao longo desses próximos trimestres isso se regulariza, eu acredito que temos, só daqui para frente, crescimento.

É claro, como o Carrara disse, não vamos voltar àqueles níveis que tivemos logo depois do começo da pandemia, em que batíamos recorde em cima de recorde de número de assinantes que entregávamos. O mercado está mais maduro, está se consolidando. A competição é forte também. Mas eu tenho certeza de que será melhor, sim, ao longo desses próximos trimestres do que foi o 1T de telecom.

André Valente:

Muito bom. Pessoal, desculpem, já estamos além do tempo programado, estamos já há 1h17. As perguntas que não conseguimos responder aqui na videoconferência, temos todas registradas e vamos interagir com cada um dos acionistas e investidores que escreveram perguntas que não pudemos abordar. Será um prazer poder receber todas as solicitações de vocês para marcação de reuniões e entendimentos sobre o modelo de negócios da Companhia.

Acho que é isso. Vamos continuar aqui focados, como o Vanderlei falou no fechamento, em entregar o resultado ao qual sempre estamos comprometidos.

Vanderlei Rigatieri:

Só queria usar seu último minuto para dizer muito obrigado a todos por estarem conosco, por confiarem em nós. Eu sei que, em tempos difíceis, todo mundo fica mais irritado, mas eu tenho a convicção de que o nosso modelo de negócio e a nossa estratégia têm um porquê, tem uma atratividade.

E outra coisa é que, às vezes, não podemos falar tudo que gostaríamos, como o André falou. Temos toda uma governança, toda uma regra, e tentamos fazer a nossa comunicação com vocês e com o mercado dentro dessa regra. É isso que é importante.

Muitas vezes, isso frustra, “ah, quanto você vai ter...”. É impossível de fazermos isso. Mas estamos sempre abertos a conversar com todos, em qualquer momento. Com alguns de vocês, já interagimos, outros, já fazemos isso regularmente, e faz parte dos nossos valores sermos o mais transparente possível e trazer para vocês o máximo de valor para todos os nossos acionistas.

Muito obrigado a todos. Boa tarde.

André Valente:

Até logo. Boa tarde.

“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”