

Operador:

Obrigado pela presença em mais uma divulgação de resultados agora referentes ao 1T24 da Positivo Tecnologia.

Eu sou o Luiz Palhares, Diretor de Relações com Investidores e estamos aqui hoje com a presença do nosso CEO e fundador, Hélio Rotenberg, também contamos com o nosso CFO, o Caio de Moraes, e também com a nossa VP de Negócios para Instituições Públicas, Marielva Andrade, e finalmente, contamos também com o nosso VP de Negócios voltados para consumo, Norberto Maraschin.

Faremos uma breve apresentação dos resultados do 1T e depois iniciaremos uma sessão de perguntas e respostas.

Com isso, eu passo então a palavra para o nosso CEO, Hélio Rotenberg.

Hélio Rotenberg:

Bom dia a todos. É um trimestre bastante bom que nós estamos reportando, um trimestre que vem cristalizar uma estratégia definida lá em 2017, começou a ser definida em 2017, de diversificação da empresa. Essa receita bruta recorde ela vem de uma conjugação de vários negócios, não é um negócio ou outro negócio e esse conjunto é o que somos hoje, um conjunto de negócios de tecnologia voltados a *hardware*, onde nós usa todo o nosso expertise tecnológico, toda a nossa engenharia para fazer a diferença.

Então, nós trazemos um EBITDA muito bom, nós trazemos uma receita muito boa, um lucro muito bom, chega a surpreender em relação ao 1T do ano passado, uma geração de caixa, a alavancagem mais baixa dos últimos trimestres, 1,3, uma redução de custo de dívida e melhor do perfil da dívida. E nós podemos acrescentar aos números o fato de nós termos feito o *signing* de um M&A com a Algar TI, que vem somar na nossa estratégia, vem acelerar a nossa estratégia de ser um *one-stop-shop* de infraestrutura de TI no Brasil e em alguns países da América Latina.

Então, nós estamos bastante animado, é um trimestre bastante animador para todos nós.

Só recapitulando o que são os nossos negócios, o que são esse 1.177 milhão, essa estratégia diversificada de tecnologia, de jornada de tecnologia, então nós temos no mercado corporativo um faturamento de 56%, chamado Commercial, que inclui o corporativo e a venda para instituições públicas, que também são compras corporativas, que vão do PC, o *hardware as a service*, as soluções de pagamento – que aliás, foram muito bem esse ano, esse trimestre –, Positivo Tech Services, tecnologia educacional, Servers & Solutions, tablets e Positivo SEG. Esse composto traz 56% do nosso faturamento.

Trazemos um consumo também bom no trimestre, que volta a dar algum dinheiro, ao contrário do ano passado, que foi muito difícil com o problema dos grandes varejistas, começam a se recuperar e o mercado se estabiliza, os estoques já estão regularizados para cerca de 90 dias de DDE, então isso tudo melhora, então nós temos tablets, nossos tablets líderes de mercado indo muito bem, a Casa Inteligente, os computadores, os notebooks, alguma coisa de acessório ainda e *smartphone* e *feature phones*. E completa esse nosso faturamento, com

21% dele, a última leva de urnas para a eleição de 2024, que compõe a venda que nós fizemos de 220.000 urnas para o TSE.

Eu vou falar um pouquinho especificamente agora de uma parte do mercado Commercial, que é a parte das vendas corporativas, vou fazer alguns *highlights*. Primeiro, nós crescemos bastante em faturamento, 20% maior, de 211 para 253 milhões. Uma boa notícia é que nós estamos permeando em clientes que nós não estávamos antes, 20% dos clientes são novos clientes. As soluções de pagamento vão muito bem, nós batemos recorde em cima de recorde de faturamento, lança modelos novos.

Eu queria passar a palavra para o Norberto só completar essa parte de soluções de pagamentos, já que ele está à frente desta área.

Norberto Maraschin:

Obrigado, Hélio. Em soluções de pagamento, dois efeitos têm colaborado muito para o nosso crescimento: O primeiro efeito é, nós estamos crescendo em número de clientes, então as maiores adquirentes do Brasil nós estamos conseguindo adentrar e ir ganhando participação, *share* destes adquirentes. Isso se deve a um trabalho bastante mais complexo e uma solução integral do pagamento, não é só maquininha, existe muito desenvolvimento de *software* e tecnologia nacional. Então, esse efeito de crescer e ganhar novos adquirentes é responsável pelo grande crescimento em Q1; não obstante, nós também tem desenvolvido um portfólio de soluções para adentrar em mercados que nós não trabalhávamos.

Então, hoje existem cerca de 2 milhões de máquinas de pagamento Android, que é onde nós atuamos, existem cerca de 4 milhões de máquinas Linux, que nós não atuávamos. Então, hoje a nossa máquina Android começa com os lançamentos que fizemos em Q1, a atuar e substituir as máquinas Linux. Quer dizer, o tamanho do pote de soluções de pagamento deve crescer nos próximos anos, Hélio.

Hélio Rotenberg:

Obrigado, Norberto. E daí, falando um pouquinho dos servidores, nós expandimos nossa linha, os servidores de inteligência artificial ainda não são o indutor de venda aqui no Brasil, mas isso está chegando, os mercados mais desenvolvidos já chegou, então vai chegar. Então, essa nossa parceria com a Supermicro é muito importante para esse mercado voltado à inteligência artificial, nós estamos preparados para isso, os modelos estão aí, a equipe treinada, os vendedores treinados, começando as discussões que podem surtir novas vendas para servidores locais, completando a infraestrutura de inteligência artificial nas empresas.

A gente se tornou um CSP da Microsoft, já temos as primeiras vendas, isso nos deixa muito felizes, é um novo centro de receita, que completa o nosso fim a fim, o nosso *one-stop-shop* de infraestrutura de TI. E há uma tendência também, onde nós estamos vendendo bastante servidor, é nessa repatriação da nuvem pública para nuvens híbridas.

A Positivo segue, vai bem, vai dentro do nosso plano, nem acima, nem abaixo do plano. Abrimos Curitiba, já temos então três cidades onde temos Security Center, que é a empresa que nós comprou, que é um distribuidor. Então, já temos o distribuidor com São Paulo, com Recife, com Curitiba, nosso plano é de ter pelo menos dez no curto prazo e começamos a

umentar os parceiros do nosso programa de canal e alguns distribuidores nessas regiões em que nós não vamos atuar diretamente.

E o Positivo Tech Services vai muito bem, fomos muito bem no trimestre e já temos contratos muito interessantes assinados com grandes empresas de saúde, grandes empresas de varejo, grandes bancos, isso na Positivo Tech Service. E lembrando que agora, possivelmente, se nós conseguirmos, vamos fechar o negócio com a Algar TI até 31 de maio, então expande muito o nosso portfólio, nos tornando um gigante de serviços no Brasil, um dos grandes *players* de serviços no Brasil.

Eu queria passar a palavra para a Mari, para a Mari falar um pouquinho das vendas para instituições públicas.

Marielva Andrade:

Bom dia a todos, muito obrigada pela participação. Eu gostaria de dizer que é uma alegria muito grande estar aqui hoje presencialmente para contar para vocês que nós tivemos o maior faturamento histórico de instituições públicas. E digo que eu posso falar isso, estou há 32 anos aí à frente deste negócio na Positivo. E, de novo, esse resultado feito muito pela nossa vertical educação, grandes projetos para as secretarias estaduais, como a Secretaria de Educação de Rondônia, Secretaria Estadual de Pernambuco, Secretaria Estadual do Tocantins, Secretaria Municipal de São Paulo, a nossa vertical financeira com bancos também foi destaque, com grandes entregas para o Banco do Brasil e Caixa Econômica.

Então, vemos aí um faturamento recorde de 411 milhões contra 374 do ano anterior, 10% de crescimento. Nós sabemos que o 1T é um tri fraco de novos negócios, de novos pedidos, porque normalmente a maioria dos órgãos públicos eles fecham o seu orçamento, fecham os seus sistemas para poder terminar o seu planejamento do ano. E só depois disso começam a aparecer os novos pedidos. Então, normalmente o 1T, ele é feito pelos projetos, processos feitos no ano anterior.

E, claro, tivemos uma ajudinha, como eu falei para vocês no *call* passado, dos projetos que nós faturamos em dezembro, mas não conseguimos efetivar as entregas ainda em dezembro por conta da seca na região amazônica. Mas, independentemente disso, teria sido o nosso faturamento recorde mesmo na nossa unidade.

O 2T normalmente é fraco decorrência de um 1T não muito aquecido, como eu expliquei, mas nós estamos assim muito otimistas para o ano. Por quê? Porque nós temos hoje já em projetos ganhos, em contratações feitas e a serem contratadas, somados a este nosso faturamento recorde, um patamar aí de faturamento previsto de em torno de R\$ 1 bilhão, que é o que nós acreditamos que seja um patamar normal para unidade de negócios.

O nosso *pipeline* também continua bastante aquecido, da ordem de 5,8 bilhões. Enxergamos, assim, grandes oportunidades por vir com os projetos que também já anunciamos para vocês, que estão para serem licitados este ano, novamente na vertical educação e atendimento das secretarias de Estado, como o projeto da Prodesp, da ordem aí de 1 milhão de equipamentos, diversos modelos de equipamentos para atender a Secretaria de Estado de Educação de São Paulo e diversas secretarias do Estado.

Aqui no Paraná, o SEAP, para atender também a Secretaria de Educação do Paraná e as secretarias de Estado, da ordem aí de 120 mil equipamentos. E a grande expectativa, a grande vedete do ano, que é a ata federal do FNDE, esperada por todos, inclusive com adesão maior de partícipes de novas secretarias que estão preferindo esperar por essa ata a fazer os seus próprios processos. Então, estimamos aí um número maior do que eu comuniquei para vocês no *call* passado, da ordem de 1 milhão de equipamentos. Acreditamos muito nesses projetos.

Então, só posso dizer para vocês que estou muito otimista com a minha unidade de negócios. Enxergo grandes oportunidades, não só por conta das nossas novas expertises com a aquisição da Algar na área de serviços, mas a parte também da Positivo Servers & Solutions. Acreditamos na transformação digital com o uso da inteligência artificial. Como o Hélio falou, acreditamos muito no processamento na borda e para isso temos, com essa parceria forte com a Supermicro, servidores que vão atender o processamento na borda, propiciando economia de energia, facilitando a questão da regulamentação.

E também temos dentro do nosso portfólio uma linha grande, produtos que estão já no portfólio a serem lançados com NPUs, que vão atender essa grande disruptura que nós estamos vivendo na tecnologia. Então, não só por isso eu acredito, mas acredito também que o pensamento positivo transforma e, claro, estamos prontos para o grande trabalho que nós temos pela frente para entregar o resultado que queremos. Muito obrigada.

Norberto Maraschin:

Bom, em consulta, o número parece um número de crescimento lateral, mas temos muito para comemorar nesse número e eu vou dizer para vocês por quê. Na base do 1T23, existiu muito *cut-off* do 4T22, houve um delta nessa base em torno de 25 milhões, quer dizer, aquilo que nós deixou de entregar em 2022 acabou crescendo no 1T23, então a base de comparação do 1T24 versus 23, ele ficou meio de lado, enquanto ele deveria apresentar um crescimento de dois dígitos.

E, segundo, eu gostaria de dizer para vocês que aquele *turnaround* que nós falamos no *call* de resultados do último trimestre, ele já está implementado, ele já aconteceu. O que era aquele *turnaround*? Era diminuir a nossa dependência dos grandes varejistas nacionais. Então, para referência, vou dar alguns números para vocês: no 1T23, 57% do nosso faturamento era para grandes varejistas. Esse número agora é de 40%. E por isso que o primeiro *buletin* ali fala de crescimento junto a canais varejistas regionais e canais online.

Os regionais, no 1T do ano passado, eles tinham 40% de participação. Nesse 1T, eles aumentaram para 57% de participação. E os outros 13% é o crescimento do online, online direto da companhia, mais de 40% das nossas vendas já são online, mas o B2C, que é o canal direto, ele cresceu, de 2022 para 2023, 130%. No 1T desse ano, já numa base maior versus o 1T do ano passado, ele continuou crescendo 68% e hoje ele já é 13% do total da venda de dispositivos para o segmento consumo da companhia. Então, é algo para comemorar.

Também nós comemoramos o crescimento da linha Infinix. O nosso 1T deste ano nós apresentamos, em termos de *sell-out*, que é aquela venda medida cliente final, 29% versus o ano passado. E uma grande estrela que nós trazemos é, o grande sucesso, nós viemos anunciando a entrada dessa nova linha de tablets Vaio e Positivo desde o nosso Tech Day,

com os investidores no ano passado, investidores e clientes, e deu muito certo, nós crescemos no 1T desse ano em receita 153% versus a receita de tablets no segmento consumo no ano passado.

Esse crescimento vem majoritariamente pelo crescimento do *ticket* médio, mas também por um ganho expressivo de *market share*. Nós crescemos 41% nosso *market share* nesse trimestre versus o ano passado.

E, por último, não menos importante, nós conseguimos fazer uma boa sanitização do mercado de notebooks, como o Hélio trouxe, nós começou a trazer esse mercado para margens positivas. Apesar de nós termos caminhado de lado em termos de *market share*, a nossa receita de notebooks no 1T cresceu 17% versus o 1T do ano passado. Então, no geral, apesar de parecer um número lateral, esse número é um número bastante bom para ser comemorado. Ele é um número, em bases comparativas, ele traz um crescimento intrínseco de receita de dois dígitos e ele traz também um crescimento muito relevante de rentabilidade para o segmento consumo.

Isso nos deixa bastante otimistas para que nós continuemos nesse caminho ao longo do próximo ano. Os produtos que entraram são produtos de qualidade superior. Infinitos nós já falamos que quebra muito menos que as marcas líderes do mercado e por isso a marca vem crescendo bastante e também para comemorar muito esse crescimento do segmento de tablets.

Caio?

Caio Gonçalves:

Obrigado, Norberto. Bom, vamos para os destaques financeiros. Como já foi dito, foi um trimestre bastante relevante em termos de receita. A gente atingiu praticamente 1.2 bilhões com crescimento de 38% versus o 1T do ano anterior, e mesmo se desconsiderarmos o efeito da receita de urna em ambas as bases comparativas, nós tivemos um crescimento de 10%, e aí os destaques são: Soluções de pagamento, cresceu 246%, de 85 milhões para 119 milhões; tablets também, um crescimento bastante forte, 101%, de 37 para 75 milhões; e a receita com serviços, que cresceu 20%, de 46 milhões para 56 milhões.

Falando um pouquinho do lucro bruto e margem bruta, nós registramos um crescimento também um pouco em linha com a receita, 38% do lucro bruto, que passou de 172 milhões para 278 milhões. Houve, porém, uma pequena queda na margem bruta, que é explicada principalmente por uma curva de aumento de custos e insumos, especialmente memórias e SSD, ainda não totalmente repassada a preço, mas vai ser repassada, além de maiores custos logísticos devido a este ágio em Manaus, que a Mari já comentou, que impactou alguns projetos de instituições públicas realizadas no período. O 1T, porém, já absorveu a maior parte desses impactos.

Falando um pouquinho sobre EBITDA e margem EBITDA, assim como em relação ao lucro bruto, o EBITDA cresce em valor, ele cresce 36% versus o 1T, e ele decresce ligeiramente em margem pelas mesmas dinâmicas que nós já explicamos em relação à margem bruta.

Falando um pouquinho agora do lucro líquido, um lucro líquido bastante expressivo, foi recorde para o 1T, ele se beneficia tanto desse maior EBITDA em valor que nós registramos

em relação ao ano anterior e também de um menor resultado financeiro. Então, mais uma vez nós geramos caixa operacional no trimestre, foram 83 milhões de geração de caixa, o que nos permitiu reduzir o endividamento e as despesas financeiras. Com isso, nós atinge uma margem líquida de 6,5% no 1T contra 1,2% no 1T do ano anterior.

E aí eu quero destacar aqui, nós já vimos mostrando isso nas últimas divulgações, toda a nossa dinâmica melhor de capital de giro, aqui traduzida principalmente pela evolução dos estoques, e também o fluxo de caixa. A gente tem reduzido continuamente os estoques, transformando-os em contas a receber, mantendo uma estrutura de capital de giro mais saudável. E hoje nós já podemos dizer que aproximadamente 60% das nossas necessidades de giro elas são financiadas com capital próprio.

E falando também sobre a geração de caixa, o que nós vemos aqui no gráfico da direita, vou explicar essa dinâmica, nós vemos a contínua geração de caixa desde o 3T22, ela se acentua a partir do início de 23, e aqui cabe comentar que no 1T23 nós tivemos uma forte geração de caixa devido ao recebimento de grandes projetos de instituições públicas que foram faturados no último mês do ano de 22, enquanto no 1T24 a geração de caixa foi menor porque houve uma melhor dinâmica de recebimento no próprio 4T23, no qual recebemos antecipadamente o caixa de alguns projetos de instituições públicas, especialmente urnas eletrônicas.

Só para dar uma ideia de dimensão, de número, esse recebimento antecipado de urnas ele somou quase 300 milhões no 4T23. Então, essa dinâmica diferenciada do 4T23 ela ajuda a explicar a manutenção do contas a receber em níveis semelhantes entre o 4T23 e o 1T24, além da própria receita do 1T24, que foi elevada, ela foi 40% maior que a do 1T23.

E aí, ainda falando um pouquinho da geração de caixa, essa melhor dinâmica nos auxiliou a reduzir o endividamento líquido. Ele sai de 825 milhões no 4T23, ele chega em 737 milhões no 1T24. E a alavancagem, ela também acompanha, ela sai de 1.5 vezes, seja na base do 1T23 ou do 4T23, para 1.3 vezes agora no 1T24.

E nós continuamos reduzindo o nosso endividamento e despesas financeiras. Aqui quando nós falamos de eventos subsequentes, no próximo slide, por favor, Luiz, nós mostramos claramente o que nós conseguimos fazer em termos de melhor colocação de dívida, de resgate de dívidas mais caras. Então, nós anunciamos o recebimento da primeira *tranche* de captação do BNDES, perfazendo 184 milhões com custo muito competitivo que é atrelado à TR, não é a CDI, que é TR mais *spreads* bancários, e anunciamos também o resgate da terceira emissão de debêntures com caixa próprio.

Então essas iniciativas, elas permitem reduzir ainda mais as despesas financeiras e aumentar o prazo médio de endividamento da companhia, já que essa captação do BNDES é uma captação de nove anos.

E aí só continuando aqui na parte de eventos subsequentes, nós também anunciamos dividendos, distribuição de dividendos de 58,6 milhões para pagamento em parcela única agora no final do mês de maio. Por fim, nós trazemos aqui um exercício que nós achamos interessante compartilhar com vocês, é um proforma, mostrando a evolução do nosso perfil de endividamento desde o 1T23, passando agora pelo 1T24 e fazendo um proforma já ao final de maio, quando nós vamos já ter o benefício desse resgate da terceira debênture e também das captações do BNDES.

A gente vê que, primeiro, o perfil da dívida melhora bastante, ela fica mais equilibrada. Fomento já representa 28% do total da dívida nessa visão proforma e nós também mantemos uma parcela da dívida em mercado de capitais, com 16% em mercado de capitais, mesmo após o resgate da terceira debênture.

Esse perfil mais equilibrado, ele permite também reduzir consideravelmente o custo de dívida bancária, ele passa de CDI mais 2,36% no 1T23 para um custo projetado ao final do mês de maio de CDI mais 1,52%. Então, isso é bastante relevante para nós.

Agora eu passo a palavra para o Hélio para as considerações finais.

Hélio Rotenberg:

Então, só consolidando o que todo mundo falou aqui, nós tivemos uma forte expansão de lucro líquido, otimizamos o capital, menor custo de dívida, 1,3 dívida EBITDA, cada vez mais confiantes que entregaremos o *guidance* dado no começo do ano, a evolução da base de clientes corporativos continua e nós estamos muito feliz com isso, essa recuperação no consumo nos deixa bastante aliviados.

E a grande notícia do trimestre, e também o nosso grande desafio, é o fechamento da aquisição da Algar até fim de maio, que nos trará uma responsabilidade muito grande, que é integrar essa empresa à nossa unidade de serviços. Ela começa bastante independente e vai aos poucos integrando com uma grande interação comercial que pode haver entre essas duas unidades de negócio.

Estamos muito otimistas com isso, isso consolida a nossa estratégia de maneira muito contundente e mostra que nós realizamos tudo aquilo que nós se comprometeu a partir de 2017-2018, lançando todas as nove avenidas de negócio e vendo onde nós poderíamos acelerar com aquisições. Fizemos tudo isso, agora é hora de olhar um pouquinho para dentro da empresa e fazer acontecer tudo isso.

Muito obrigado a todos. Gostaria só de fazer alguma consideração aqui sobre o Rio Grande do Sul. Não podia deixar de falar um pouquinho do que está acontecendo, dessa tragédia que está acontecendo Rio Grande do Sul, o que deixa todos nós entristecidos.

Nossa primeira medida foi apoiar todos os nossos colaboradores, temos poucos colaboradores lá, apoiar os nossos fornecedores e apoiar os nossos clientes no primeiro momento já com doações, principalmente nossos colaboradores, que não faltasse nada a nenhum deles, e pedi para a Mari, logo que nós vimos as enchentes, que ligasse para alguns dos nossos clientes, e ela ligou para os amigos dela da Secretaria lá da Educação do Rio Grande do Sul e perguntou: “Onde nós podemos realmente ajudar? Onde nós podemos fazer a diferença?”, e a resposta foi: “Onde vocês são bons. A água vai baixar e as escolas vão ter problema com todos os computadores que compraram até hoje com a sua infraestrutura de TI”.

E aí que nós nos oferecemos para ajudá-los, tanto no diagnóstico de tudo que está acontecendo, como no reparo de computadores, como na doação de computadores assim que a água baixar, e eu acho que nós vamos fazer a diferença dessa maneira, assim como fez a diferença na pandemia, quando fomos lá ajudar a fabricar respiradores, que é onde nós poderíamos fazer a diferença.

Muito obrigado a todos. A gente abre para perguntas agora.

Sessão de Perguntas e Respostas

Marco Nardini – XP Investimentos:

Bom dia, Hélio, bom dia, Caio, time Positivo. Obrigado por perguntar minhas perguntas. Eu tenho duas aqui do meu lado, por favor.

A primeira é sobre o Positivo SEG, como está a integração aqui com a Security Center? Se vocês puderem passar um *update* e quando nós conseguiria ver resultados mais relevantes nessa frente, se já agora no segundo semestre.

E a segunda é sobre o patamar de margem EBITDA, para entender um pouco o que nós podemos esperar para o ano dado que nós não temos mais entrega de urnas, mas talvez vá ter uma recuperação aqui em varejo e sem impacto de logística, pelo que eu entendi, que seria agora no 1T. Essas são minhas perguntas, obrigado.

Hélio Rotenberg:

Obrigado, Marco. Começando por Positivo SEG, é uma área que nós saímos do zero, compramos a Security Center, é uma área que está trazendo muito aprendizado, porque é a montagem de todo um canal novo, de um canal que nós não atuávamos, o canal de integradores. Tanto no nível do produto, como no nível do canal, coisas novas para nós. Eu acho que nós estamos tendo muito sucesso com a estratégia, as nossas vendas em São Paulo e Recife continuam.

A gente abriu Curitiba com muito sucesso, abrimos no começo do mês passado e esse mês já temos perspectivas boas de vendas aqui em Curitiba e nós vamos continuar com essa dinâmica de abertura nas dez capitais que nós decidimos abrir.

Por outro lado, nós começamos a atacar, começamos há dois meses de maneira mais estruturada, a atacar alguns distribuidores fora desses eixos onde nós vamos ter distribuidores próprios. E já temos vários distribuidores atuando e o nosso programa de canais mostra uma evolução muito grande de integradores engajados no programa de canal, que é o mais importante, que dá longevidade. Então, nós estamos monitorando todas as ondas, nós estamos dentro do trilho, ainda com faturamento baixo, que começa a ser significativo talvez no segundo semestre desse ano.

Com relação ao EBITDA, realmente nós temos uma recuperação do EBITDA pelo frete mais caro, mas isso é pequeno, nós temos a saída da urna que tem realmente uma margem um pouco melhor e nós tentamos compensar parcialmente essa saída da urna com a entrada da Algar já em junho. Então, nós temos aí um hiato de dois meses que não tem urna e não tem Algar, mas a partir de junho nós espera que já tenha Algar.

Então, nós compensamos um pelo outro, deve ter uma pequena perda, não grande, dessa margem EBITDA e manter essa margem EBITDA e começar a crescer com a integração de serviços na empresa.

Marco Nardini:

Marco Nardini:

Perfeito, super obrigado.

Leonardo Olmos – Analista do UBS BB:

Obrigado por pegar a pergunta. Parabéns pelos resultados e pelo que vocês estão fazendo pelo Rio Grande do Sul, muito legal. Eu tenho até uma pergunta em relação ao Rio Grande do Sul que vocês comentaram. Se pudessem falar da exposição de receita e qualquer outro tipo de exposição que vocês tenham no estado. Essa é a primeira pergunta.

E a segunda pergunta é se vocês pudessem falar um pouco sobre a integração da Algar. O que vocês acham que pode ser os primeiros, segundos e terceiros passos dessa integração, vamos dizer, ao longo de 2024, do que vocês puderem falar? Obrigado.

Hélio Rotenberg:

Eu vou falar um pouquinho da Algar, daí eu passo para a Mari e para o Norberto para falarem um pouquinho dos clientes do Rio Grande do Sul, o que isso pode impactar ou não em nós. A integração da Algar, o grande desafio inicial é o *carve-out* da Algar em relação ao Grupo Algar. Então, nós pretendemos que nos primeiros meses tenha pouca integração com a Positivo. E o maior foco da gestão da Algar e da nossa gestão para apoiá-los nisso é fazer o *carve-out* da operação da Algar em relação ao Grupo Algar, que tem sistemas em comum, tinha centro de serviços em comum, que continuam, mas nós temos que fazer todo o plano de migração e começar a independizá-los do Grupo Algar.

Então, eu diria que de seis a oito meses, o grande desafio é esse. E, fundamentalmente, manter todos os clientes, visitar todos os clientes da Algar e mostrar que é positivo essa junção com a Positivo. Então, é isso que nós já começamos a fazer e vamos fazer de maneira mais acentuada nos primeiros meses. E começa devagarinho uma integração comercial, onde nós vemos mais sinergias.

Por que não vender computadores no cliente da Algar? Por que não vender os serviços mais complexos que a Algar faz nos nossos clientes? Então, começa a integração por aí, mas de maneira vagarosa, com cuidado, para não atrapalhar o *carve-out*, para não atrapalhar os clientes, a manutenção, não ter qualquer problema de solução de continuidade. Então, esse é o plano macro que nós temos para o Algar.

Estamos com consultorias nos apoiando, eu pessoalmente estou me dedicando muito a esse processo para que nós possamos fazer isso de maneira muito calma, mas de maneira muito eficiente.

Você quer comentar um pouquinho, Norberto?

Norberto Maraschin:

Bom, do Rio Grande do Sul e os impactos da catástrofe, em termos de consumo, eu pego os dois principais varejistas regionais do Rio Grande do Sul, esses dois varejistas eles têm 300 lojas, cada um deles. Cada um deles teve em torno de 15 a 20 lojas afetadas. Então, nós entendemos que existe um risco de receita ou de continuidade do negócio limitado pelo

tamanho do estado, pelo tamanho da capilaridade que tem naquele estado. É lógico que os efeitos disso eles vão perdurar por muitos meses. O que nós temos tentado fazer é, como o Hélio disse, para esses parceiros de negócio, nós tentamos auxiliá-los da melhor forma possível para a continuidade dos negócios.

Então, por enquanto, nós vemos um impacto pequeno, na ordem de um dígito, nas receitas daquele estado, lembrando que aquele estado ele representa 7% do total da atividade econômica ou das categorias que nós trabalhamos aqui, então nós vemos ainda um impacto relativamente limitado em termos de receita ou de rentabilidade da companhia.

Passo para a Mari para falar sobre o governo.

Marielva Andrade:

Quanto a instituições públicas, felizmente nós não estávamos com muitos pedidos em carteira da região. Nós temos um impacto numa ata da SELIC para atender a Secretaria de Educação de Chromebooks. Mas eu acredito que pela situação que nós estamos enxergando que existe uma possibilidade muito grande até de compras emergenciais para repor os equipamentos que foram perdidos na catástrofe.

E, como o Hélio falou, nós nos colocamos à disposição da maioria dos nossos clientes para ajudá-los nessa recuperação, naquilo que for possível, com os nossos recursos técnicos e com a nossa expertise. Então, pouco impacto para nós.

Caio Gonçalves:

Vou apresentar um pouquinho mais, não falei sobre soluções de pagamento. Nós temos um grande cliente no Rio Grande do Sul, ele, sim, foi bastante afetado, existe uma previsão de que cerca de 30 a 50 mil comércios tenham suas máquinas de pagamento perdidas, então nós também estamos com trabalho junto com eles para vermos da melhor forma possível como nós podemos ajudá-los nessa recuperação desses equipamentos ou no fornecimento de máquinas novas.

Tem um trabalho importante, era um *forecast* que não estava previsto, então seguramente isso nós deveremos retirar de outros clientes ou fazer uma força tarefa para recuperar essas máquinas que foram perdidas.

Leonardo Olmos:

Legal. Queria agradecer e, só rapidinho, desculpa, é só uma pergunta aqui. Fica claro que o impacto é super limitado, obviamente o catástrofe é muito maior para o Estado. Só esse ponto, você falou algum número de POS, eu só não consegui escutar qual foi no final da resposta.

Caio Gonçalves:

Existe uma estimativa de que cerca de 30 a 50 mil estabelecimentos comerciais com máquinas de pagamento tenham sido afetados. Então, o impacto para maquininhas de pagamento. Então, existe uma demanda adicional, seja ela do Tech Services, em colocar

essas máquinas de novo em funcionamento, seja ela de novas máquinas para substituir essas máquinas que já estavam integradas.

Leonardo Olmos:

Super claro. Obrigado, gente. Um abraço e bom dia.

Antônio Paulo – Investidor:

Hélio, como a Algar TI pode ajudar os resultados da Positivo? Você vê potencial para que contribua, além das margens, para capital de giro, para melhor retorno? E também pode comentar um pouco mais como se isso abre oportunidades para vendas cruzadas entre as duas empresas?

Hélio Rotenberg:

Veja, primeiro que a primeira contribuição, sem ver sinergias, a Algar traz cerca de 450 milhões de faturamento/ano, um EBITDA de 47 milhões no ano passado, com as sinergias isso deve aumentar. A gente tem sinergias muito importantes, sinergias comerciais e sinergias indiretas também a serem capturadas, mas eu não diria que vamos capturar nos primeiros meses. E a Algar traz uma margem um pouco maior, uma geração de caixa maior.

Até em termos de comicidade, nós olhamos um negócio que a Algar iria fazer e já estava discutindo se a Algar deveria fazer ou não, mesmo não ainda tendo feito o *closing*, tiveram a delicadeza de nos consultar sobre um negócio grande que ela estaria assinando e vieram mostrar qual era o capital de giro para um negócio de cerca de 100 milhões.

Eu fiz o cálculo ali, 100 milhões, da maneira que nós calculamos *hardware*, deve precisar de uns 70 milhões de capital de giro. Daí, eles vieram e disseram: “Não, 4,3 milhões é o que eles precisam de capital de giro”. É um novo tipo de capital de giro para nós, que vem realmente fazer uma geração de caixa muito diferente do que nós estamos acostumados. Então, estamos muito felizes com essa entrada mais forte na área de serviços.

Ricardo Peccin – Tagus Investimentos:

Todos estão falando sobre a revolução de inteligência artificial. Qual é o impacto de IA nos números do 1T24 e o que podemos esperar para os próximos trimestres?

Hélio Rotenberg:

Eu diria que no 1T é praticamente nulo o impacto de IA. Como eu comentei em Servers, não há ainda uma demanda no Brasil, diferente dos países mais desenvolvidos, que muitas empresas compraram servidores de IA para fazer parte da inteligência artificial da empresa por questões de segurança ou por questões de agilidade, tendo seus próprios modelos. No Brasil, não houve essa demanda ainda. A gente acredita que ela vai haver.

Nós já estamos discutindo vários projetos, mas ainda não há venda de servidores para a inteligência artificial no Brasil. Então, isso deve acontecer, no Brasil sempre acontece talvez um pouquinho depois, mas acontece em relação ao que acontece no mundo.

E existe uma grande revolução, que também é cercada de uma grande dúvida, de qual vai ser essa demanda, se isso é nicho ou se isso é para todos, que são os dispositivos com inteligência artificial. É o que se fala do AI PC, o PC para inteligência artificial. O PC com capacidade de processamento de inteligência artificial, com NPU nos seus processadores.

Todos os grandes processadores do mundo, a Intel, a AMD, a Qualcomm, que fazem processadores de dispositivo, de PC, diferente da NVIDIA que atua mais em servidores e para estações de trabalho gráfica, etc. para vir para o servidor, todas já lançaram seus processadores com NPUs. E nós vamos lançar também esses computadores em ato contínuo no Brasil com NPUs.

As aplicações que nós vemos hoje são aplicações um pouco mais nichadas. São aplicações de CAD, por exemplo, da Adobe, separadores de som, coisas mais de nicho. Mas tem a grande revolução da Microsoft por acontecer com o Copilot, que vai precisar de processamento local, e aí sim, se dispersa para todos os consumidores corporativos num primeiro momento.

Então, nós não sabemos como isso vai permear na sociedade e nas empresas. Que vai permear, vai. Se ela é mais nicho do que geral, nós não sabemos ainda. Mas tudo indica que vai haver um fomento de troca de PCs já no final desse ano.

Tiago Moura – Analista de Investimentos:

Eu tenho uma pergunta para o Norberto sobre o Infinix. A receita do Infinix foi menor nesse trimestre, mas vocês disseram que, na verdade, tem uma questão de comparação e que as vendas de *sell-out* foram bem maiores. Podem explicar melhor essa dinâmica?

E também gostaria de saber como estão vendo a maior concorrência nesse segmento e como a Infinix se diferencia.

Hélio Rotenberg:

Perfeito. A nossa dinâmica sempre tem uma parte que é o *sell-in*, que é a receita que vocês veem nos nossos resultados, ele é computado a partir do momento que nós fazemos a entrega real dos produtos. Então, o resultado, a receita da positiva, ela está no *sell-in*, mas a dinâmica de mercado, o que é importante verificar, sempre é o *sell-out*. Eu vendi para um varejista e o varejista vendeu o cliente final, então aquele produto rodou. Quando o produto roda bem, ele gera uma necessidade de compra e ele volta a comprar do meu *sell-in*. Então, a Positivo, ela cuida muito o *sell-out* no segmento consumo.

O que aconteceu foi, em dezembro de 22, devido à crise no grande varejo e a nossa dependência daquele canal naquele momento, houve um represamento de recebimentos em dezembro de 22 para fechamento de *quarter*, um represamento acima do que é a dinâmica normal do mercado, acima das condições normais, temperatura e pressão, vamos dizer assim. E isso trouxe um *gap* em Infinix na ordem de R\$ 20 milhões que não foram recebidos em dezembro de 22 e foram recebidos em janeiro de 23. Por isso o número de *sell-in* em 1T23 ele ficou um pouco inflado.

E quando nós fazemos a comparação trimestre de 2024 que o dezembro de 2023, foi super normal, nós migramos para varejo regional, nós temos crescido muito com o Infinix nesses

varejistas regionais, foi normal. Então, teve um delta de *cut-off*, que é o que nós chama aqui, na ordem de 25 milhões de segmentos celulares. Então, é algo para não se preocupar.

Estamos crescendo em *sell-out* mês contra mês. O 1T, como eu trouxe para vocês, foi 29% superior ao 1T do ano passado. Esse 2T vem numa toada bastante boa e, com relação à entrada de novos concorrentes, vocês devem ter visto as notícias, todo mundo quer tentar entrar no Brasil. A gente está bastante seguro, porque, como eu dizia, os produtos da Infinix, eles trazem uma qualidade bastante superior, e eles trazem uma proposta de preço bastante agressiva pelo que ele oferece. Então, a Infinix hoje, ela traz aos clientes uma compra inteligente.

O que nós temos visto é que nós rompemos a barreira do canal do *sell-in*, alguns dos varejistas com quem nós temos dado foco e trabalhado já possuem cerca de 20% do seu *market share* de *smartphones* em Infinix e essa dinâmica continua em expansão. E aí o que me dá muita segurança é que nós trouxemos um portfólio muito competitivo, que estamos introduzindo a partir de abril, e o *sell-in* está muito acima das nossas expectativas. Nós trouxemos, por exemplo, o Smart 8 Pro, ele é um produto com 256 GB de memória, com câmera muito boa, com RAM muito boa, com bateria muito boa e nós posicionamos esse produto a R\$ 999,00, então ele é o produto 256 que quando você vai no Google Trends é a principal característica de busca dos clientes, um *smartphone* com 256 GB de memória, nós trouxemos naquela faixa abaixo de R\$ 1.000.

Então, esse produto é um tremendo sucesso e nós não está vendendo só produto de R\$ 999, não me entendam mal. Nós estamos *sold out* na linha Note, que é um produto de R\$ 2.000. Por quê? Porque o que entrega a linha Note da Infinix é muito acima do que você consegue também na concorrência.

Sim, estamos acompanhando os movimentos da concorrência, porém, entendo que a nossa operação, ela está muito mais bem estabelecida, desde fábrica até o canal, e eu acho que nós estamos um pouquinho à frente para ser essa terceira grande marca do mercado oficial.

Não queria deixar de dizer uma coisa bem importante – desculpa me prolongar aqui pessoal – um quarto do mercado brasileiro em Q4, no 4T23 e no 1T24 foi *black market*. *Black market* é via Paraguai, aquilo que não paga imposto. Isso quer dizer que o mercado oficial, que é o mercado que nós trabalhamos, ele sofreu muito nesse último ano, com o *black market* atingindo um quarto das vendas totais. E mesmo com este cenário de mercado oficial caindo em dois dígitos, nós estamos crescendo 29% na comparação trimestre contra trimestre.

Então – e parece que novas ações do governo e dos órgãos controladores estão sendo colocadas, vimos o Senacon agora fazendo uma resolução semana passada – se o *black market* for freado ou diminuir um pouco a oferta desse mercado, com certeza devemos ganhar participação e crescer mais rápido. Então, hoje o principal concorrente não é aquele que anuncia que vai fabricar aqui e etc., o principal concorrente é aquele que não paga imposto no mercado de *smartphones*.

E mesmo, apesar de, eu entendo que nós temos que comemorar os resultados que nós estamos tendo e a consistência dos números, não são voos isolados, nós temos uma rampa bastante consistente. Desculpe pela extensão da minha resposta.

Vanessa Santana – Investidora:

Gostaria de saber qual a estratégia da Positivo para esse segmento. Como estão vendo o ano, e como é esse mercado em termos de concorrência? Então, estratégia, ano, concorrência, e acredita que é um segmento que vai enfrentar ainda mais concorrência por outras tecnologias?

Norberto Maraschin:

Tá, só fazer um *catch-up* bem rápido. Nós começamos a desenvolver Android há 14 anos atrás. Hoje nós temos o melhor time de Android na América Latina, talvez um dos melhores do mundo. Isso nos possibilitou fazer essa revolução e ser a primeira empresa no mundo a trazer uma máquina Android para pagamentos. A maquininha de pagamentos Android, a primeira quem desenvolveu foi o Positivo junto com a Cielo.

Ser pioneiro traz várias vantagens e também uma dor muito grande de aprender. Hoje nós não vendemos *hardware*, isso é importante dizer. O *hardware* é a tangibilização de uma proposta *full stack* que nós estamos fazendo. Então, aqui nós estamos falando de tecnologia, aqui nós estamos falando de inovação.

O negócio de soluções de pagamento de maquininhas de pagamento apositivo não é um negócio de *hardware* per se. Ele é um negócio onde nós temos o *ownership* e, com o lançamento da nova máquina S300, nós temos o *full stack* do desenvolvimento de segurança das soluções de pagamento. Nós não dependemos de nenhuma empresa internacional do ponto de vista de *hardware* e *software*, para fazer nossas máquinas. Nós podemos substituir qualquer fornecedor e nós, mesmo assim, teremos autonomia de fazer.

Quando você tem uma estratégia baseada em uma solução completa e não em parte apenas daquilo que nós estamos entregando, isso te possibilita dar uma resposta de melhor qualidade, mais rápida para os teus clientes. O que está acontecendo em soluções de pagamento nada mais é do que a consequência de uma estratégia bem-definida.

Hoje quando nós nos sentamos com a Rede, com a Stone, com a Cielo e com todos os grandes adquirentes, o que eles sentem é que a Positivo está muito mais bem-preparada em resolver todos os problemas com agilidade que os nossos concorrentes não conseguem fazer. Porque os nossos concorrentes dependem de um chinês entender o que está acontecendo aqui. Nós temos desenvolvedores, senhores, que viram noites trabalhando aqui, isso me dá muito orgulho, que são capazes de entregar em uma velocidade qualquer adaptação necessária para os nossos clientes. Então, o ganho de *market share* e o resultado do ano – já indo para a segunda parte da resposta – ela é baseada em uma estratégia bem implementada, mas em tecnologia e inovação.

Então, nós devemos ver esse patamar ao longo do ano de cerca de uma centena de milhões de, como o Caio disse, de milhão, uma centena de milhão, para ficar mais forte, de receita se repetindo. E com a entrada desse novo portfólio que nós fizemos em Q1, nós entendemos que nós vamos começar a pescar nesse mar de Linux, que é o dobro do tamanho do mar de Android.

A maturação desses projetos, ela é de um ano. Então, nós devemos ver para 2025 um aumento de quantidades positivas da Positivo ou de soluções da Positivo colocadas no mercado. Se a nossa estratégia for bem-sucedida adentrando nesse segmento Linux.

Com relação a novas tecnologias. Veja, quando eu faço uma máquina Android e tenho esse conhecimento, a flexibilidade de integrar qualquer outra forma de pagamento no ponto de venda, ela é muito maior do que uma máquina que tem um sistema proprietário Linux. E eu acho que essa é a grande sacada, porque as adquirentes estão indo para Android. O Android traz uma eficiência de integração na ponta e temos conversado com as 100 maiores *software houses* do Brasil, em como melhorar ainda mais esse processo de integração.

Então, você vai me falar: “Norberto, e o *tap-on-phone*?”. O que é o *tap-on-phone*? Em vez de ter uma maquininha, usar o telefone do merchant, do vendedor, para passar o cartão de crédito. Essa é uma tecnologia que é bastante noticiada no mundo, mas aqui no Brasil, as grandes adquirentes fizeram alguns testes, inclusive fazendo campanhas em Big Brother, e isso não passou de poucos milhões de reais de transação. Então, no mundo inteiro se anuncia muitas tecnologias, muitas vezes alavancadas por *startups*, mas ainda elas não são massivas.

O que eu queria dar certeza para vocês é o seguinte, num ponto de venda sempre vai ser necessário ter um *hardware*. E nós estamos trabalhando que, independentemente de qual seja esse *hardware*, a Positivo vai estar presente de forma agnóstica, sem entrar em conflito com os nossos clientes, dando o melhor serviço, a melhor plataforma de serviço para os nossos clientes. Esse é o nosso objetivo em soluções de pagamento e o resultado que está acontecendo nada mais é do que amadurecimento dessa grande estratégia.

Hélio Rotenberg:

Só completando o Norberto, a reforma tributária fala do *split payment*. Nada melhor do que uma máquina inteligente para fazer *split payments*. Só fazendo essa observação rápida.

Vanessa Santana – Investidora:

Caio, se puder comentar sobre as diferentes ações recentes na parte de endividamento. Vocês tomaram dinheiro do BNDES, vão resgatar a debênture, vão tomar recursos para comprar a Algar. Como isso tudo melhora o balanço e também o lucro? E vocês vão precisar levantar outra dívida para substituir a debênture?

Caio Gonçalves:

Boa pergunta, obrigado. Veja, o que nós temos feito, de maneira geral, é reduzir continuamente o custo do endividamento da companhia, o que reduz também a despesa financeira e, ao mesmo tempo, conseguir alongar esse prazo de dívida. Então, todas essas estratégias estão ligadas a isso.

BNDES é um pouco diferente. BNDES nós fizemos uma captação para projetos, projetos internos de pesquisa, desenvolvimento e inovação, inclusive alguns deles com vertentes de inteligência artificial, que podem futuramente virar produtos inclusive para a companhia. Então, são projetos que nós vamos ter que desenvolver, obviamente, esse dinheiro é mais carimbado. Mas, obviamente que, na composição geral da dívida é uma linha muito boa. Ela reduz bastante o custo médio de dívida, porque é uma linha atrelada a TR e não a CDI, então o indexador é muito mais baixo, então o custo total também é bastante mais baixo e o período de pagamento, nós temos dois anos de carência mais sete anos para amortização, ele é bastante mais longo do que nós temos hoje com posição média de dívida.

Então, BNDES é algo um pouco mais específico. No caso da debênture, nós fizemos o resgate porque era uma dívida, na época que nós tomamos a dívida, era uma dívida barata para os padrões da Companhia naquela época, mas hoje é uma dívida cara. E nós resgatamos inclusive com geração de caixa, nós não tomamos nenhuma outra dívida para fazer esse resgate. E, obviamente, nós já tínhamos anunciado ao mercado que nós faríamos a aquisição da Algar TI através de uma linha e essa linha também, pelo que nós estamos analisando do mercado, ela vem com condições de custo e de prazo também bastante interessantes.

Então, toda essa estratégia ela tem como objetivo final reduzir custo de dívida e alongar o prazo. Então, é basicamente essa vertente. Por isso que nós fala que é um *liability management* contínuo que nós temos feito já há alguns anos e que tem contribuído, inclusive, para a melhoria do lucro da companhia. Então, esse é o objetivo geral.

Operador:

Com isso, encerramos. Hélio gostaria de algumas palavras finais?

Hélio Rotenberg:

Queria agradecer a todos por terem nos ouvido e dizer que estamos bastante felizes de anunciar esses resultados e do momento atual da nossa empresa. Claro que tristes pelo Rio Grande do Sul, mas felizes pela empresa. Muito obrigado a todos.