

## Transcrição de Teleconferência

### Positivo

#### Resultados do 2T25

##### **Luiz Palhares:**

Bom dia a todos, obrigado pela sua participação na divulgação do resultado da Positivo Tecnologia do segundo trimestre de 2025. Eu sou o Luiz Palhares, diretor de RI da companhia, e eu estou acompanhado aqui do Hélio Rotenberg, nosso fundador e CEO, do Fábio Trierweiler, nosso CFO, a Marielva Dias, vice-presidente de negócios com instituições públicas, e também ao meu lado, Norberto Maraschin, vice-presidente de Consumer e de Soluções em Pagamento e também a Rafaella Nolli, do time de RI e conectados remotamente nós temos o Rodrigo Guercio, vice-presidente de Negócios Corporativos e o Carlos Maurício Ferreira, CEO da unidade Positivo S+.

Faremos uma breve apresentação dos resultados e, em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas. Caso queira fazer uma pergunta, utilize o ícone de Q&A, que é o botão que está na parte inferior da sua tela. Essa apresentação já está no site de RI disponível e, em breve, teremos também o vídeo dessa apresentação e a transcrição. Com isso, eu passo a palavra agora para o Hélio para começar a apresentação.

##### **Hélio Rotenberg:**

Bom dia a todos. Fica nítido pelos números que a nossa diversificação, ela acontece, começa a dar os resultados que a gente esperava. Isso está transformando a empresa e levando a empresa onde a gente gostaria que ela fosse quando a gente decidiu diversificar há alguns anos.

A gente pode perceber que o crescimento dessas áreas, dessas novas áreas da empresa, elas crescem e crescem de maneira bastante significativa. Serviços, por exemplo, a S+, comparando com a S+, antes da S+ ser nossa, ela cresce 18%. Então, além de ter toda essa área da S+, ela cresce 18%. As soluções de pagamento, 31%. Servidores, 69%. Segurança eletrônica, 52%. Ou seja, todas essas áreas novas que a gente brincou aqui chamando de 4S, nós estamos crescendo e sem perder a atenção no nosso foco, no nosso core business, que é computador, que é tablet, que é smartphone, principalmente computador que é vendido em todos os nossos canais. vendido ao consumidor final, vendido às empresas, vendidos ao governo, e continuamos crescendo nessa área. Um mercado que não cresce, um mercado que está mais ou menos estagnado, mas a gente mantém a nossa participação e cresce um pouco esse ano em computadores.

Do ponto de vista financeiro, a gente aumenta a receita em relação ao primeiro trimestre e em relação ao mesmo trimestre do ano passado e a gente gera caixa, nos deixou muito feliz.

Estamos tentando contrair os nossos estoques no momento de juro alto, um juro que penaliza muito o nosso resultado, se a gente comparar o nosso EBITDA com a nossa margem. Dá pra ver isso, o custo financeiro nos castiga com esses 15% de CDI, torcendo muito que essa inflação fique sob controle e esses juros comecem a baixar. E a gente mantém o Guidance aí de 4,4 ou 4,8 bilhões de faturamento pra esse ano.

Só dando alguns destaques pontuais para entender o que a gente está fazendo e o que a gente espera para o futuro, o nosso pipeline, o Guercio vai falar um pouquinho mais sobre isso, de arquiteturas, de servidores para inteligência artificial cresce a cada dia. Os negócios começam a acontecer, ainda não aconteceram em volume, mas começam a acontecer. A Positivo S+, com vários contratos novos, a gente fazendo uma grande integração da área comercial, das nossas áreas comerciais corporativas, para que a gente ganhe em sinergia entre elas, quem compra serviços compra servidor, quem compra servidor compra computador, quem compra computador compra serviços e assim por diante.

E a SecuriCenter, que é a nossa mais nova iniciativa, dá os primeiros passos de crescimento significativo, abrimos a sexta loja, a sexta filial da SecuriCenter, na desintermediação, a nossa estratégia é que nos principais mercados a gente atue direto para o integrador, não tendo o distribuidor no meio, E a gente consegue aí, já na Exposeg ter fluxo, já começamos a ser conhecidos no mercado. Começamos do zero e estamos agora colhendo os primeiros resultados.

Em Consumer, muito feliz com o nosso fortalecimento nos novos canais de comercialização. Os sellers crescem muito, há um fenômeno no Brasil com os grandes marketplaces, com sellers que conhecem profundamente esses marketplaces crescendo e se especializando, a gente cresce com eles, e na nossa venda direta, nas nossas lojas e na venda via marketplace do nosso produto direto, também crescemos muito e de maneira consistente, enquanto também mantemos uma participação significativa no varejo tradicional. Então os canais online crescem aí 50% versus o mesmo trimestre do ano passado.

Lançamos alguns produtos, o nosso tablet de 12 polegadas é um produto sensacional, eu recomendo que todos os ouvintes aqui o conheçam, é maravilhoso, a qualidade da caneta, a tela, tem dois lá em casa fazendo o maior sucesso. Notebook FE16 entra muito bem, o notebook vai, o nosso de combate, tanto no consumo quanto no mercado corporativo, esse FE16 ele entra muito bem, bateria de longa duração. Lançamos o AI Box, uma inovação nossa aí já na área de segurança eletrônica na Exposec.

Falando um pouquinho dos números, de maneira bastante macro, depois o Fábio vai detalhá-los, mas a nossa receita ela cresce para 994 a bruta, 842 a líquida, Uma margem bruta de 24,3%, bastante normalizada, menos 0,6%, mas considero boa. Aí temos um segmento de instituições públicas que sofreu muito de projetos antigos, ainda com resquícios de dólar antigo, por mais que a gente proteja, vem novos pedidos não previstos

em cima de um contrato. de dólar baixo que a gente tem que entregar. Então, essas coisas acontecem e trazem a margem um pouquinho para baixo do que a gente gostaria, mas bastante em linha já da margem do ano passado, por exemplo.

Um EBITDA de 8,8%, um resultado líquido de 2,3 milhões, aí essa diferença entre EBITDA e resultado muito afetado pelo juro alto. uma geração de caixa de R\$ 266 milhões, como eu já havia comentado, e uma dívida líquida de R\$ 625 milhões no período, diminuindo aí a nossa alavancagem.

Mostrando aqui um pouquinho no gráfico a diversificação da empresa, ela é bastante visível nesse gráfico. Primeiro que nota-se que no core business a gente não diminui, Não é um crescimento exponencial, mas não há diminuição. Então, aqueles 2.155.000 de 2017, que foram só no core, que foram 46% em Consumer, 27% em Instituições Públicas e 26% em Corporativo, agora como é que está?

31% de Consumer continua sendo muito importante, Consumer continua até maior do que era em Instituições Públicas, 21%, aqui também tem uma certa retração pontual do mercado e o corporativo com 48% e os novos negócios cortam 56% contra 100 lá em 2018 23% vindo de serviços, 5% de servidores e 16% de outros negócios, como máquina de pagamento, Positivo SEG, etc. Então, essa é a mudança que eu queria mostrar de maneira muito clara para todos que estão nos ouvindo.

Eu passo a palavra para o Guercio, que vai falar um pouquinho do segmento corporativo agora.

**Rodrigo Guercio:**

Muito obrigado, bom dia a todos. Obrigado, Hélio. Bom pessoal, vamos falar então de negócios corporativos. Como vocês podem ver à direita, tanto no comparativo anual do quárter contra quárter, trimestre contra trimestre, quanto semestralmente, a gente com um crescimento expressivo de 37%, no segundo trimestre 24 contra 25 e 47% no acumulado do semestre.

Do lado esquerdo a gente destaca quais foram os principais catalisadores desse processo de crescimento em que o Hélio colocou. Então eu começo destacando a parte de PCs. Um aumento aí já bastante importante percebido por nós aqui da demanda por AIPCs, muito catapultado pela questão do fim de vida do Windows 10 que se aproxima e que se avizinha e que nesse momento chega ali por volta de outubro. um aumento também significativo da demanda por soluções em HAAS, e não só em PCs, mas também em servidores, como uma consequência, pelo menos na nossa leitura aqui, de uma alta taxa de juros, fazendo com que as empresas aumentem a consideração por esse tipo de modelo, dado que isso dá um certo alívio no caixa para focar no core business.

Falando especificamente servidores, como ele já destacou, receita de servidores crescendo 69% versus o segundo trimestre do ano passado. Esse comportamento é um comportamento normal, pessoal, porque às vezes existem projetos que tem um ciclo de fechamento, o ciclo de fechamento de servidores é um ciclo mais longo do que o ciclo de PCs, então às vezes acaba acumulando algumas entregas, mas é importante notar aqui que repatriação de dados de nuvem pública, soluções de hiperconvergência e algumas primeiras entregas de arquitetura de inteligência artificial aconteceram já no segundo trimestre, e na esteira disso, como o Hélio bem comentou, a gente vê uma pipeline bastante grande, crescente, para toda a infraestrutura e arquitetura de referência, para rodar os motores de inferência, toda a parte de treinamento de modelos, ou mesmo adaptar modelos pré-treinados em um contexto específico que é o que a gente tem visto com muita frequência dentro dos clientes. Até o ano passado, muito disso estava no espectro de planejamento dos clientes, agora a gente já vê uma evolução maior, uma intensidade maior de buscar isso aqui, e obviamente que estudar modelos aonde isso aqui possa ser rodado com maior eficiência e com maior proteção, maior segurança.

Depois eu destacaria, e o Carlos Maurício vai falar um pouco mais, um crescimento de 18% no comparável na S+, que é a nossa divisão aqui de serviços. Também comentado pelo Hélio, soluções de pagamento, o Norberto vai detalhar um pouco mais, um ritmo acelerado de 31% de crescimento versus o segundo trimestre do ano passado. E em Positivo Seg, crescimento de 52% e destacando aqui a inauguração da sexta loja em Campinas, que também será detalhada a seguir.

Bom, agora eu acho que eu passo a palavra aqui para o Carlos Maurício, certo, Carlos Maurício? Para a gente falar sobre essa e mais. Obrigado, bom dia a todos.

**Carlos Maurício:**

Bom dia a todos. Hélio e Guercio já destacaram, tivemos um excelente segundo trimestre e também um excelente primeiro semestre. Como vocês podem acompanhar no gráfico, 18% trimestre contra trimestre, 17% semestre contra semestre. Crescimento muito forte que vem pessoalmente advindo de novos contratos, tanto na nossa base como de novos nomes. A boa surpresa é o grande crescimento de novos nomes que ocorreram nesse nesse semestre, nos deixa bastante felizes e contentes que a estratégia vem se cumprindo, que nós fizemos aí desde a aquisição. Foi importante lembrar que 1º de junho cumprimos o ano da aquisição e concluímos com extremo êxito todo o carve-out do Grupo Algar, transferindo quase 60 sistemas, foram 60 sistemas transferidos e os seus processos atrelados, com todas as funções de back-office que eram desempenhadas pelo CSC Algar. Cumprimos aí muito bem com exatidão de prazo, de custo, foi realmente um desempenho excelente.

Acho que também é importante destacar que no processo de integração com a Positivo Tecnologia, nós estamos absolutamente dentro do nosso cronograma, capturando as

sinergias mapeadas e possíveis. Nós concluímos a integração do marketing, de todo o nosso marketing corporativo e de todo o back-office e seguimos com um trabalho forte aqui de integração comercial, prevista para concluir ao longo desse semestre. Nessa integração, a gente espera aí começar realmente a capturar toda a nossa potência de trabalharmos juntos, principalmente eu, Guercio e Marielva, ou seja, governo, corporativo e serviços juntos para endereçar as mais oportunidades do mercado.

É o que eu tenho por hoje, passo a minha palavra para o Norberto.

**Norberto Maraschin:**

Bom dia. a falar um pouquinho de soluções de pagamento. quem tá acompanhando a gente mais de perto entende os diferenciais e por que que a Positivo tem conseguido se destacar nesse mercado. Sempre lembrando, é um mercado de alta barreira de entrada, é um mercado com muito boa visibilidade de médio e longo prazo sobre os deals, os volumes que nós vamos fazer. Ele é um mercado que tem um stack tecnológico, tem várias diferenciais que são necessários e a proposta de valor do Positivo, ela tem se mostrado bastante aderente. E a gente tem sentido bastante honrado que grandes adquirentes, os maiores adquirentes do Brasil têm apostado e confiado na Positivo. Então essa consistência de trabalho faz a gente dizer pra vocês que essa expansão que os senhores estão vendo É uma expansão que deve ser permanente, sustentável, é um negócio de boa rentabilidade, é um negócio que possui também grande recorrência. Veja, quando nós colocamos nossas soluções, nossos POS, as maquininhas na ponta, essas maquininhas permanecem por cinco anos rodando e elas voltam numa quantidade todo mês para os nossos laboratórios e nós prestamos serviços.

Lembrando que esse mercado, o mercado endereçado cerca de 4 bi, a gente ano passado fez 420 milhões, então a gente acredita que a gente deve continuar nosso crescimento e ganhar market share. O portfólio novo que a gente colocou no mercado, o ciclo de venda é longo, mas ele está tendo uma aceitação, inclusive de novos clientes potenciais entrando no mercado, muito boa, muito boa. A gente tem a relação com os clientes atuais e os clientes novos tem incrementado nesses últimos seis meses. Então, as perspectivas aqui são bastante boas. De novo, é um negócio difícil a concorrência de alguém conseguir replicar e a gente conseguiu fazer grandes diferenciais para a gente poder se destacar.

Então o moat aqui é um moat bastante otimista de consistência, aquilo que a gente tem falado em todos os calls com vocês. Consistência está mostrada nos gráficos abaixo.

Indo para consumo, a palavra de ordem consumo que nós temos buscado fazer ao longo desses últimos anos é buscar rentabilidade. Desde buscar a rentabilidade, nós entendemos se trabalhamos em duas frentes. Uma frente de produtos, que eu vou detalhar um pouquinho mais o que nós temos feito, os lançamentos que nós temos trazido, e também na frente de canais.

Como sabemos, essa SELIC alta e a dinâmica de mercado, não só no Brasil, mas no mundo, de mudar a jornada do cliente, tem trazido uma mudança bastante estrutural nos canais no país e a Positivo não ficou para trás. Então esse crescimento que o Hélio comentou dos nossos canais online que englobam o nosso faturamento direto e também os sellers, eles têm sido bastante substanciais já há vários anos e a gente continua crescendo já acima de 50%. E a gente deve continuar numa pegada bastante forte, porque o portfólio, aí vem a estratégia de produto. A Positivo, ela fez dois movimentos muito importantes nesse segundo trimestre. O primeiro deles em PC. Em PC, nós trouxemos o FE16, que o Hélio falou. O Vaio FE16, pro segmento de consumo, ele traz um upgrade de qualidade, de prestações, de configurações, que traz muitos diferenciais, além do tamanho da tela, além da memória expansível, além da qualidade da bateria, ele traz diferenciais muito grandes. Então, o nosso número só não foi maior em PCs no segundo trimestre, queria deixar claro isso pra vocês, que essa dinâmica do online, toda vez que você vem com um portfólio novo, você precisa um ou dois meses pra você ganhar relevância. Nós pretendemos ganhar Market Share, se vocês lerem o release, lá nós ficamos com apenas 4,5% de Market Share no Mid-High. Nós pretendemos ganhar Market Share no Mid-High porque o produto que nós trouxemos, tanto Positivo, que estamos trazendo inovação positiva agora no terceiro trimestre, quanto vai, devem suportar esse crescimento. Então, PCs, eu acredito que o pior em consumo ficou para trás. A expansão de canais aliado a uma expansão de qualidade de portfólio de produtos mais aderente à necessidade deve colocar Positivo cada vez mais um patamar superior com ganho de share.

Já na entrada não tem muita surpresa, a gente tem quase metade, 42% do market share de entrada de PCs. Então a nossa batalha é indo cada vez mais para o mid-high.

Em tablets nós somos o segundo player de mercado em volume, cerca do dobro do tamanho do terceiro colocado, nós somos o terceiro colocado em valor, quase chegando no segundo colocado do mercado, e o dobro do quarto colocado. Então, quando a gente traz esse tablet que eu estou usando aqui, é o TL12, que o Hélio comentou. Quando a gente traz um produto para vender numa faixa de 4 mil reais, esse é um evento que muda a história da empresa. Ele é um produto que tem uma pegada de consumo, mas também tem uma pegada para a corporativa. Então o portfólio de tablets da Positivo está aumentando, nós estamos ganhando market share em volume e em valor no mercado, somos a segunda empresa hoje em venda de tablets e pretendemos continuar galgando e ganhando market share nesses mercados.

Ambos os mercados estão trazendo uma rentabilidade melhor, PCs e tablets. Em PCs versus o ano passado, a rentabilidade subiu 3,9 pontos percentuais, PCs e tablets. Então isso significa que a gente, do primeiro para o segundo trimestre, nós também continuamos numa expansão, foi 0,5 pontos percentuais a mais de rentabilidade. Então hoje o consumo da

empresa está num patamar sustentável, saudável e com boas perspectivas de expansão, seja pela estratégia de canais, seja pela estratégia de produtos.

Para os senhores terem uma ideia, no próximo slide, a gente só traz mais visual como está a evolução dessa transformação de canais, que a gente comentou, e o roxo disso daqui demonstra o crescimento desses novos canais da Positivo. Sim, esses novos canais são mais rentáveis que os canais tradicionais. Nós conseguimos margens melhores. Então, dentro da estratégia, a rentabilidade e o consumo, eles são bastante importantes.

E falando nos lançamentos, então a gente queria apresentar para vocês um vídeo do Vaio TL12. Esse produto ele vem além de uma tecla de A do Gemini do Google, ele traz um processador com oito tops, então ele traz um processador, uma NPU capaz de já rodar oito trilhões de processo por segundo e habilitado para IA.

O mercado de tablets esse ano no Brasil deve crescer em torno de 40%. É o segmento que mais cresce em eletroeletrônicos. no segmento consumo, e a Positivo crescendo em share, e a gente, se os nossos concorrentes estão fazendo lançamentos agora, esse tablet, ele chega à frente em inovação do que os nossos concorrentes estão trazendo. Então a Positivo realmente aqui tá marcando história, tá trazendo produtos muito aderentes. O Palhares pediu pra eu falar a palavra excelentes, né? Ele falou esse produto é excepcional, Norberto. O Hélio falou que tem na casa dele, então a gente tá bem animado, a gente acha que a gente vai se posicionando cada vez como marca no mercado e quando você tem um posicionamento de marca, você tem mais espaço pra trabalhar, trazer rentabilidade e dar mais sustentabilidade pra nossa amada empresa. Vamos lá, Rafa?

Agora passa a palavra pra Mari que vai falar um pouquinho de instituições públicas.

**Marielva Dias:**

Olha, eu gostaria de dar bom dia a todos primeiramente, claro, e ratificar aí as palavras e a empolgação do Norberto com relação a esse produto. Nós estivemos na semana passada no CECOP, que é o maior evento de gestão pública do Brasil, demonstrando e mais de quatro mil representantes de instituições públicas da área técnica puderam degustar o produto e realmente ficaram encantados. Então, realmente é um produto excepcional. Tô louca pra estar com o meu aqui também, tá, Norberto?

Bom, as instituições públicas, novamente, é a vilã aqui dos resultados da companhia, porém nós conhecemos muito esse mercado, conhecemos a dinâmica da publicação de editais, conhecemos a sazonalidade e entendemos a importância de estarmos resilientes neste momento e estarmos preparados para as oportunidades que ainda vão surgir, principalmente por estarmos num ano pré-eleitoral.

A receita bruta do primeiro trimestre foi inferior em 14%, ou seja, tivemos um segundo trimestre melhor, porém ainda muito aquém do que nós entregamos de resultado no segundo trimestre de 2024. Isso se deve principalmente pelas postergações sucessivas de publicação de grandes editais que nós tivemos no ano passado e no começo deste ano.

Felizmente, muitos editais já foram publicados este ano e eu vou apresentar alguns resultados pra vocês na sequência. O resultado também está menor decorrente das restrições orçamentárias do Governo Federal neste exercício.

As nossas margens, elas se apresentam melhores do que o primeiro TRI e considerando que nós já temos aí 100% dos projetos ganhos pra procurar fazer o número que nós pretendemos entregar até o final do ano, nós conseguimos enxergar uma recuperação das nossas margens até o final do ano. Como o Hélio explicou, nós ainda temos alguns projetos antigos, muito pressionados pelos custos que usamos na época da licitação. Então, acreditamos que até o final do ano há uma recuperação bem boa do nosso resultado.

O nosso pipeline hoje está em 2,7 bilhões e porque ele está bem abaixo do que a gente vem apresentando para vocês? Porque houve realmente a publicação de grandes editais. E tenho a felicidade de dizer para vocês que o edital da Prodesp, de Desks e Minis, nós ganhamos 70% dos itens que nós licitamos. O edital do SEPLAG Minas Gerais, também um edital muito grande, que gera muitas caronas, nós ganhamos 60% dos itens que nós participamos. Isso mostra a nossa competitividade, os resultados dos projetos de eficiência operacional que a gente tem apresentado aqui pra vocês também ao longo dos calls, e a nossa garra aí de vencer e de procurar entregar um resultado melhor. Claro, mostra também a nossa capacidade de execução de grandes projetos. Aliás, o destaque nesse segundo tri foi também um grande projeto que nós ganhamos no ano passado, que entregamos aí pro SEDUC de São Paulo os notebooks educacionais.

E por falar em educação, educação sempre é a nossa vertente mais forte, apesar de toda essa restrição do Governo Federal com relação ao orçamento, nós enxergamos que muitos estados estão bem fiscalmente e continuam comprando e investindo principalmente em educação. Posso citar aqui o Paraná, Goiás, são estados que nós temos projetos e que estamos aí bem otimistas com relação às entregas que nós temos que fazer até o final do ano. Claro, vocês ouviram falar do descontingenciamento, né? Mas ele tá faseado. Então, isso vai fazer com que o nosso tri ainda seja bastante, o nosso terceiro tri seja ainda bastante desafiador, mas a gente acredita realmente num quarto tri muito forte e estamos preparados pra isso.

Como o Carlos Maurício falou, nós estamos aí trabalhando muito para tirar o melhor proveito das sinergias entre as nossas organizações. A gente consegue enxergar sim muitas oportunidades de Cross-sell, porque nós temos clientes muito importantes, de longa data,

que já tem um relacionamento forte, conhecem a capacidade de entrega da Positivo, onde nós poderemos sim estar vendendo serviços, assim como clientes do Carlos Maurício que hoje só trabalham com serviços e que poderemos sim entregar mais PCs, o nosso Core aí, mostrar a relevância do nosso portfólio. Aliás, nós estamos com atas assim fantásticos, com Meet Your Lake, produtos com IA já na ponta, temos agora esse tablet pra fazer um bom trabalho pela frente e estamos bastante otimistas do que podemos aí ter neste ano e no ano que vem. sempre, claro, respeitando a sazonalidade e as questões de governo que vocês conhecem muito bem, que são imprevisíveis. Nós continuamos ainda com muitos cargos em aberto, mudanças de cargo, realmente esse ano está bastante desafiador, mas o nosso otimismo vai porque a tecnologia é o pilar para aumento de produtividade nas organizações e como eu sempre digo para o governo não é diferente precisam entregar um serviço bom ao cidadão até para poderem se reeleger então é um momento bastante oportuno que nós temos que estar aí preparados e para finalizar nós recebemos aí o resultado do IDC em anos bastante desafiadores, nós crescemos aí 4%, o que mostra realmente a capacidade de execução da nossa empresa e que a gente tem que mostrar essa força e essa resiliência, principalmente nessa área de instituições públicas que nós estamos aí desde o começo da nossa jornada. É isso, muito obrigada. Passo a palavra ao Fábio.

**Fábio Trierweiler:**

Obrigado, Mari. Bom dia a todos. Vou apresentar os destaques financeiros desse segundo trimestre. A Receita Bruta, a gente totaliza esse segundo trimestre com R\$ 994 milhões, um crescimento de 17% em relação ao primeiro trimestre e 5% em relação ao ano anterior. É galgado principalmente pelo crescimento dos 4 S, que a gente comentou aqui antes, tanto serviços como servidores, soluções de pagamento e segurança. O mercado de consumer veio bem também nesse segundo trimestre, com um pouco de retração em Infinix, com tanto tablet como PC vindo super bem, e a parte pública que a Marielva comentou antes, um pouco abaixo do nosso planejado.

Passando para margem bruta e lucro bruto, como o próprio Hélio comentou no início, então existe uma expansão, a gente já chegou no denominador importante, 24,3% acima do trimestre anterior, que a gente atingiu 23,9%. Muito próximo ao 2024, aqui mostra muito a diversificação da companhia, as avenidas são importantes para a gente ter uma margem bruta mais alta e mais constante. O EBITDA de R\$ 74 milhões, o crescimento expressivo em relação ao primeiro trimestre que entregamos R\$ 53 milhões, ainda um pouco abaixo do ano anterior, muito em função da dinâmica pública, mas a companhia já vem numa trajetória ascendente em termos de margem EBITDA, em termos de EBITDA total, fechamos o semestre com R\$ 127 milhões e 8,1% de margem EBITDA.

Trazendo o EBITDA para o lucro líquido, é o que a gente, o próprio Hélio comentou no início, a gente tem um efeito financeiro aqui da despesa financeira mais alta, com uma taxa

SELIC média no trimestre de 14,5%, então uma taxa bem mais alta, uma inflação bem mais alta do que a gente vivenciou no segundo TRI do ano passado, a gente atinge 0,3% de margem líquida frente a 0,6% de margem líquida do ano anterior, mas já temos lucro, então a gente tem uma crescente agora em H2 com uma forte desalavancagem operacional aqui crescendo muito em termos de volumetria de faturamento.

Esse destaque financeiro agora de estoques e fluxo de caixa é bem importante, vejam que a gente chega no menor patamar comparável de nível de estoque, a gente encerra o segundo trimestre com um bilhão de estoque, isso é muito importante, o próprio Hélio mencionou aqui a taxa de juros, Aqui é um processo importante de toda a companhia, é uma meta gerencial de todos os executivos de manter a melhor assertividade de compra dos estoques, o estoque é uma taxa de juros de 15%, ele é muito caro, então aqui é uma boa notícia, a companhia vem avançando muito bem no controle, na assertividade de compra e a gente entrega um bom número aqui de estoques.

No gráfico ao lado, a geração forte de caixa operacional, com 266 milhões, é uma geração bem importante, motivada tanto pela redução dos nossos estoques, mas também na dinâmica das nossas contas a receber. Muito motivada, o próprio Norberto comentou, da dinâmica do nosso consumo hoje, que a gente tem um ciclo de caixa melhor, trabalhando mais no D2C e nos online.

Vindo para o endividamento líquido, Atingimos 625 milhões de endividamento, o endividamento mais baixo em relação até 2022, quando a companhia já tinha um tamanho significativo, um endividamento importante. Nossa alavancagem, que é medida pela dívida líquida e pelo EBITA dos últimos 12 meses, a gente entrega 2,1 vezes, é uma alavancagem mais baixa do que o primeiro trimestre, que estava em 2,5, uma boa notícia. Os nossos produtos de dívida, pouca mudança, a gente continua trabalhando muito forte em capital de giro, nota comercial e a parte de fomento, que já representa 30% da nossa estrutura de dívida, e no quadro mais abaixo a gente tem a dívida bruta aqui de 1.300, levemente acima da dívida do ano anterior, mas um custo da dívida que é praticamente CDI, CDI mais 0,19 ao ano, é um custo de dívida importante aqui para fomentar o crescimento da companhia agora em H2.

Outro ponto importante é a nossa cobertura aqui, índice de cobertura do curto prazo, 1,8 vezes, ou seja, o nosso caixa de virada de trimestre aqui de 676, ele cobre grande parte da nossa dívida de 2026. Isso é importante, dá um conforto, é uma estratégia da companhia de finanças de ter o liability management atuante da gente conseguir reperfilhar a dívida da melhor forma possível, o gráfico de pizza acima também demonstra mais uma vez a manutenção de grande parcela da nossa dívida no longo prazo, praticamente 60% da nossa dívida está no longo prazo, o que também reforça a atuação de toda a companhia aqui em termos de perfil da dívida.

Por fim, o Guidance, ele reforçou no início a manutenção do Guidance e a gente mantém o Guidance de Receita Bruta no intervalo entre 4,4 a 4,8 bilhões. As premissas estão mantidas, o crescimento do corporativo, principalmente, de novo, nas avenidas, nos 4S, com servidores, soluções de pagamento e serviços vindo muito bem. a parte pública um pouco menor que 2024, a própria Mari comentou que a gente deve ter uma concentração maior em Q4 do que em Q3, e a manutenção do consumer vindo super bem com a dinâmica aqui, tanto tablet como PCs em crescimento e um leve declínio aqui em termos de mobilidade de smartphone.

Eu passo a palavra para o Hélio para fazer as considerações finais.

**Hélio Rotenberg:**

Então, resumindo o que a gente conversou aqui, eu só queria fazer um esclarecimento. Talvez o Norberto tenha passado rapidamente por isso. Por que que, então, os números de consumer diminuíram se computador e tablet foram tão bem?

Porque smartphone não foi tão bem. Então, é bom dizer isso. Então, enquanto a gente tá indo muito bem em PC, muito bem em tablet, de smartphone a gente não foi tão bem nesse primeiro semestre, um crescimento expressivo do chamado grey market, de smartphones entrando pelo Paraguai e entrando via as plataformas dos marketplaces aí, que prejudicam bastante o mercado oficial de computador, e uma entrada de competidores, de um sem número de competidores, de repente, que não estavam aqui, que são os grandes chineses que entraram no mercado brasileiro, Então a gente tá sofrendo aí nesse mercado específico de smartphones, enquanto tablets e PCs estão indo muito bem.

A geração de caixa operacional de R\$ 266 milhões, que o Fabio detalhou, parece ser um grande destaque, a redução da alavancagem para R\$ 2,1, que nos deixa mais confortável, que o EBITDA diminuiu um pouco, a dívida também diminuiu, a menor dívida nos últimos anos. E uma melhora sequencial de receitas e margens, a gente pretende que continue melhorando, a gente mostra aí que a diversificação está acontecendo, a gente mostra que o consumo melhorou as suas margens, temos ainda, como a Mari brincou, o vilão governo desse ano, que realmente teve margens um pouco mais baixas e um decréscimo de faturamento. mas as avenidas de crescimento com serviços, soluções de pagamento, servidores e segurança crescendo bastante. E esses canais de varejo novos que a gente entra muito forte de um tempo pra cá, que são as vendas online e as vendas em sellers. E já representam 36% da nossa receita de consumo os canais novos. E mantemos esse Guidance de 4,4 a 4,8 bilhões.

Ou seja, a empresa está bem, a empresa não teve um resultado brilhante no trimestre, mas reverteu o prejuízo, um semestre ainda com um pouquinho de prejuízo. motivado principalmente por essas margens de negócios mais baixos lá do começo do ano, pretendemos que agora realmente a coisa cresça, terceiro trimestre ainda não vai ser um

trimestre de expansão de receita forte, mas o quarto trimestre pretende que seja muito forte e fechando o ano numa situação muito positiva. Muito obrigado a todos.

**Luiz Palhares:**

Vamos para o Q&A então, reforçando que eu já tenho uma lista de perguntas, quem quiser enviar perguntas use o botão Q&A ali na parte inferior da tela. E eu vou começar pelos pedidos daqueles que pediram para falar ao vivo, né? Então vamos lá, eu vou começar com a Maria Clara Infantozzi, do Itaú BBA. Se pudermos abrir o microfone da Maria Clara.

**Maria Clara- Itaú BBA:**

Oi pessoal, bom dia, vocês me escutam? Ótimo, obrigada pela oportunidade. A minha pergunta está mais relacionada às perspectivas do segundo semestre, vocês foram bem enfáticos sobre uma derivada de melhoria operacional olhando à frente, então eu queria pedir um pouco mais de granularidade com relação às expectativas, especialmente de crescimento. A gente sabe que existe um risco de desaceleração do consumo que pode afetar negativamente a demanda por bens de linha branca então queria pedir para vocês comentarem um pouco como vocês enxergam esse risco e além disso pedir mais granularidade também nas expectativas de evolução de rentabilidade a frente. Obrigada.

**Hélio Rotenberg:**

No ponto grande depois o Norberto pode até comentar um pouquinho sobre o consumo que você tocou. Bom dia. Maria Clara, os nossos números devem vir melhores no segundo semestre. Eu diria que um terceiro trimestre ainda desafiador e um quarto trimestre com bastante volume e com rentabilidade. É isso que a gente vê. Então, mantendo o Guidance, dá para calcular o que a gente espera para o segundo semestre, tanto em faturamento e a gente espera que a rentabilidade também melhore com essa vinda de mais volume e já não tendo mais em governo projetos antigos com melhora da margem para o segundo semestre. No grande número, é isso que a gente vê. Mas se vocês quiserem comentar um pouquinho do risco.

**Norberto Maraschin:**

A dinâmica de consumo, é importante lembrar que a dinâmica de consumo está muito derivada com o dinheiro que as famílias têm. E você comentou linha branca. O que aconteceu em linha branca no Brasil até o início desse ano foi uma grande expansão do side-by-side, das geladeiras de duas portas para as famílias da classe C brasileira. Esse efeito cíclico que aconteceu, ele parou. Então a linha branca parou de crescer e talvez você nos números macro esteja vendo essa diminuição do segmento consumo. O que acontece na prática, tem o fator macroeconômico, mas parte desse dinheiro começa a migrar para outros bens.

Computador, a gente tá fazendo cinco anos da pandemia agora, tá? A gente tem uma expectativa, toda a indústria, a gente tem conversado, inclusive, com nossos clientes, que em algum momento vai existir esse refresh. Tem a questão do Windows 10, que é muito mais corporativa que o Guercio trouxe, mas no consumo também tem um refresh que tem que acontecer em algum momento. Se você olhar os números de PC, eles estão flat. Não existe crescimento nos últimos anos, tem decréscimo do anticíclico da pandemia. Então, pode ser que PC seja beneficiado pela retração da linha branca. E o que nós temos visto é uma franca expansão de tablet. O mercado de tablet, segundo o GFK, no ano passado, foi um mercado de 2,6 bilhões, 2,8 bilhões de reais em sell out. Esse ano ele está apontando para 4 bilhões de reais. Como nós somos os segundo players nesse mercado, talvez a Positivo esteja bem posicionada para ganhar parte desse valor de mercado. Então, para nós, as expectativas de segundo semestre, elas são boas. Realmente, estruturalmente, os nossos bens não devem sofrer a retração de consumo que você está vendo na linha branca.

**Maria Clara- Itaú BBA:**

E aí se puderem comentar um pouquinho sobre como vocês têm percebido a evolução das eficiências internas e como pensar sobre a evolução de rentabilidade ao longo do ano, acho que seria legal.

**Fábio Trierweiler:**

Isso, bom, nosso plano de lucratividade ele tá em andamento, o reflexo já veio até no próprio segundo trimestre, onde a gente identificou uma queda, tanto na despesa comercial como nas despesas gerais administrativas, percentualmente em relação à receita. Então a gente continua, é um plano contínuo, desde o final do ano passado a companhia já se organizou para olhar todas as variáveis, não só fixas, mas as despesas variáveis do nosso balanço. Então a gente vem performando e já consegue colher resultados, tá, Maria Clara?

**Maria Clara- Itaú BBA:**

Tá ótimo, muito obrigada, pessoal.

**Luiz Palhares:**

Obrigado, Maria Clara. Então, na ordem dos pedidos para perguntas ao vivo, eu tenho o Rafael Oliveira, analista do UBS. Rafael nos ouve.

**Rafael Oliveira: UBS:**

Tudo bem, estamos me ouvindo? Boa. Duas perguntinhas aqui do meu lado. Obrigado pelo espaço.

A primeira, vocês podem comentar um pouco mais sobre a contribuição do capital de giro para a geração de caixa de no TRI? Sendo mais específico, como que a gente consegue pensar em receber e-pays e estoques olhando para frente da diminuição que a gente teve no no TRI? E também, o que se pede crescimento vindo da Algar tech para o segundo semestre?

**Luiz Palhares:**

Ficou bem cortado para a gente aqui, mas eu recebi as suas perguntas por escrito, eu vou ler aqui, tá? Poderiam comentar sobre a contribuição de capital de giro para geração de caixa no TRI, e especificamente como a gente pode pensar em recebíveis e estoques daqui para frente, e a pergunta da Algartech, agora positivo S+, o que eu tenho aqui é o que esperar de crescimento para o segundo semestre da positivo S+.

**Hélio Rotenberg:**

A primeira parte que o Fábio responde, a segunda parte que o Carlos Maurício responde, por favor.

**Fábio Trierweiler:**

Excelente pergunta, acho que o capital de giro é meta da companhia, então a expectativa é a gente estar cada vez mais justo no capital de giro, olhando o estoque com detalhe, é uma meta de cada executivo aqui da companhia, de ter a melhor equação, a melhor proteção de estoque com o fornecedor, com o menor giro, e o contas a receber também, a gente vem avaliando diversas modalidades de clientes que pagam com uma velocidade melhor, olhando sempre a rentabilidade, o custo financeiro, a tendência é a gente manter esse capital de giro menor, obviamente a diversificação da companhia favorece um capital de giro menor, a gente tem tantas iniciativas de serviços, de servidores e de soluções de pagamento que possuem uma equação de capital de giro melhor do que o nosso Core business.

**Carlos Maurício:**

Com relação a Positivo S+, nossa expectativa é repetir ou até ampliar a performance do primeiro semestre. Então, nós estamos bastante motivados a cumprir o nosso orçamento e seguir cumprindo esses números. Lembrando que isso significa duas vezes e meia o mercado, 18%, 19% e duas vezes e meia o crescimento do mercado no período. Então, a gente está bastante empenhado e acreditando, sim, que vamos repetir esse desempenho no primeiro semestre. Obrigado.

**Rafael Oliveira: UBS:**

É ótimo, pessoal. Muito obrigado.

**Luiz Palhares:**

Obrigado. Eu tenho também o pedido do Luís Chagas, analista da XP, para fazer a pergunta ao vivo. Luiz, você nos ouve bem?

**Luís Chagas- XP:**

Oi, pessoal. Vocês me escutam bem? Perfeito. Obrigado. Então, aqui do meu lado são duas perguntas. A primeira é relacionada à solução de pagamento. Vocês tiveram um crescimento

ali importante, E vocês comentaram também que vem a possibilidade de ganhar share nesse segmento. O que seriam os principais diferenciais competitivos da Positivo aqui, em relação à concorrência? E como é que vocês estão vendo a perspectiva de crescimento para o segundo semestre desse segmento?

E a segunda pergunta é sobre a Positivo S+. Vocês comentaram que vocês estão focados agora na parte de capturar a sinergia comercial. Quais são as principais sinergias que vocês estão vendo? Não sei se vocês conseguem dar algum disclaimer de valor dessas sinergias, mas seria legal. E qual é a estratégia de Go to Market que vocês estão começando a implementar? Obrigado.

**Hélio Rotenberg:**

O Norberto responde a primeira. A segunda, acho que o Carlos Maurício pode introduzir, daí o Guercio e a Mari completam, se quiserem. Resposta.

**Norberto Maraschin:**

Em soluções de pagamento, o que a gente é muito diferente é a solução Android. Existe uma androidização do mercado de maquininhas de pagamento. Antes existia uma maquininha do sistema fechado, Linux, que não fazia o ponto de venda hoje, as maquininhas, elas são a frente de caixa, basicamente, tá? Então, você consegue integrar N aplicações lá na frente de caixa, e essa androidização da ponta é onde a Positivo é muito diferente, a gente tá muito à frente, inclusive, em relação aos players globais.

Então, existe a tendência de mercado, existe uma tecnologia desenvolvida. Lembre que nós somos a única empresa na América Latina que desenvolve o Android diretamente com a Google. Nós não colocamos o nosso Android na mão de um chinês, na mão de outras coisas. Isso é uma diferenciação bastante grande tecnológica. Nosso conhecimento é muito profundo. Não é aplicativo Android, é sistema operacional Android, nós temos experiência no aplicativo também Android, iOS, mas a gente tem mais 100 pessoas que trabalham em desenvolvimento de software na empresa, nesse ecossistema. Somado a isso, a gente agrega N serviços de Cyber Segurança, tá? Coisas muito diferentes, que nós conseguimos dar, uma maquininha precisa ser muito segura, tá? E esse é um dos diferenciais da Positivo.

Nós entregamos soluções de valor agregado, de gestão do parque dessas maquininhas, onde elas estão, se a conectividade tá boa, tá ruim, inclusive já discutindo utilização de IA preditiva, para a gestão dos parques, das grandes adquirentes, com uma jornada de conectividade mais eficiente, diminuindo o custo total dessas... Eu estou entrando em bastante detalhe, nós também temos laboratório próprio, fábrica laboratório próprio, nós não terceirizamos, os nossos concorrentes internacionais, eles terceirizam com o sócio local, nós temos um elo na cadeia a menos, isso traz uma vantagem, uma agressividade de preço, e nós temos acertado consistentemente no desenvolvimento do portfólio de hardware.

O nosso portfólio de hardware, a gente deve trazer inovações bastante grandes, estamos fazendo registros de patentes, de tecnologias muito diferentes que não existem no mundo, e eu acho que tudo isso tá fazendo esse crescimento e essa confiança dos grandes adquirentes brasileiros aumentarem em relação a Positivo. Por isso que eu sou tão empolgado nessa frente de negócio, tá bom? Se precisar mais detalhes, aí a gente tá disponível pra entrar mais em detalhes com vocês. Fácil.

**Carlos Maurício:**

Obrigado, Norberto. Sobre integração comercial, vale a pena voltar aqui um ano atrás na aquisição, que nós desenhamos uma integração bastante ampla da companhia. Primeiro o carve-out do Grupo Algar, depois o desenho de uma integração bastante ampla, com um cronograma muito rígido e vamos dizer assim, com guias bem estabelecidos. Nós fizemos a primeira fase dessa integração no final do ano passado, que era a absorção de 'uma pequena força comercial que o Guercio tinha, especificamente para a Positivo Tech Services, que foi feito, foi perfeitamente realizado, e nós contratamos para essa segunda fase, uma fase muito mais complexa, uma consultoria internacional para nos ajudar, nos ajudar com, obviamente, benchmarks internacionais, nos ajudar o que é bastante amplo e complexo, né?

A Mari tem uma força de vendas muito bem estruturadas para o governo, o Guercio no corporativo de computadores, e é uma força bastante ampla para a área de serviço. Então, a gente está exatamente no meio desse desenho, onde a gente espera. Quando a gente fala em sinergias aqui, eu não acredito que a gente vai ter sinergias de custo, muito mais sinergias de funções.

Para dar um exemplo, o nosso marketing, o marketing da S+, assumiu o marketing do corporativo do Guercio e agora vai sumir também, tanto a parte de marketing de pagamento quanto a parte da Marielva. Então, a gente tem um ganho de custos aí nessa integração. Mas não entendo que esse seja o nosso principal objetivo. A gente quer ganhar sim a sinergia de potência de venda, capacidade de vender os nossos produtos aos nossos clientes. Aí virão realmente o grande fruto dessa integração. Mas passam aqui a Marielva e o Guercio também, para contar um pouquinho como é que está esse processo de desenho ainda dessas integrações. Ainda não começamos efetivamente a integrar.

**Marielva Dias:**

Então, da parte de instituições públicas, nós podemos perceber que a nossa carteira de clientes é muito grande comparativamente à carteira que o Carlos Maurício tem hoje. Então, a gente enxerga uma possibilidade de ampliação, até porque nós não oferecíamos serviços, não tínhamos os serviços gerenciados de TI, tudo que a gente consegue oferecer hoje. E essa proximidade com esse grande número de clientes que nós já temos de longa data, dos 35 anos de Positivo, é bem importante para que a gente consiga mostrar o que é os serviços

que a Positivo S+, está entregando. E com a qualidade e a referência dos clientes que já estão na nossa carteira, digamos assim. Então, a gente enxerga aí boas possibilidades.

Você falou em monetizar, a gente infelizmente não consegue, é difícil avaliar, porque cada cliente é um tipo de serviço e conforme o serviço que vai ser oferecido um valor, então a gente só acredita que tem um futuro promissor pela frente. Guercio, por favor, se você quiser complementar.

**Rodrigo Guercio:**

Claro. Bom, vou falar rapidamente aqui, acho que vocês dois colocaram muito bem, né?

Acho que o primeiro grande ponto aqui, quando a gente olha sob a perspectiva do tamanho de oportunidade, essa foi uma análise que eu já fiz aqui junto com o Carlos Maurício, quando a gente olha onde ele está presente e aonde a minha organização está presente, a gente vê uma área de intersecção baixíssima. É exemplo do que a Marielva acabou de comentar aí. Então quando a gente pensa que numa escala evolutiva, quando a gente se integra, que a gente possa exercitar de fato uma dinâmica de venda de Cross-sell e Up-sell dentro das bases uns dos outros aqui, a gente olha com bastante otimismo a possibilidade que a gente vê da gente construir um caminho novo, usufruindo de um portfólio mais completo, quando a gente olha um para o terreno do outro. Então, acho que isso é uma coisa que está bastante clara para todo mundo e a gente está se preparando através desse planejamento, do trabalho com a consultoria, para que a gente possa tirar o melhor proveito entre nós todos aqui, dessa situação que está apresentada, que está posta para nós.

Um outro ponto que eu acho que vale muito a pena a gente reforçar é que com a integração por exemplo da infraestrutura de marketing a gente traz aí uma um grau de maturidade e uma profundidade que ela é necessária para esse próximo momento de integração das forças de vendas. Então você ter a capacidade de fazer um marketing estratégico mais voltado para aquele perfil de cliente, para aquilo que você quer vender, quando a empresa tem um portfólio, igual a Positivo tem, de você poder fazer um account-based marketing em cima da sua base de clientes, e ter uma inteligência aplicada a isso para que você saiba exatamente quando você tem que chegar, em que cliente você tem que chegar, é um passo muito importante para a gente se organizar, porque potência sem controle, a gente não vai muito longe. Então eu acho que quando a gente olha para esses elementos, a gente consegue construir aí um Roadmap bastante sólido do que a gente pode esperar para o futuro. Ok?

**Luís Chagas- XP:**

Obrigado, pessoal. Completa as respostas. Obrigadão. Bom dia.

**Luiz Palhares:**

Obrigado. Bom, eu tenho umas perguntas para ler aqui e algumas perguntas de mesmas pessoas. Eu vou tentar consolidá-las. Então, eu tenho a pergunta do investidor aqui, RVR. Uma para o Norberto e outra para a Mari.

Para o Norberto, o que você poderia comentar sobre oportunidades em mercados internacionais das máquinas de pagamento e o PIX, como que isso também pode nos ajudar? E para Mari, a pergunta é sobre Como a Positivo pode se consolidar como parceira-chave dos governos, Mari/Hélio, diante dos novos planos de soberania digital, inteligência artificial e infraestrutura nacional de data centers? Como que a gente pode se beneficiar desse movimento?

**Norberto Maraschin:**

Vamos ser breve, estamos acabando a pergunta. Sobre a internacionalização, eu já passei por várias experiências, são 16 anos de empresa, eu abri as operações fora do Brasil, a gente tem analisado, o que a gente vê é quando a gente possui produtos que possuem diferenciais tecnológicos, é o caso, por exemplo, das máquinas de pagamento, é o caso dos tablets da Vaio, que eles são únicos, nós desenvolvemos, esse é um grande diferencial, quem faz os produtos Vaio somos nós, nós submetemos para aprovação do Vaio Japão. mas é a Positivo que é responsável por isso. Então são produtos únicos, eles não existem em concorrência direta, pode ter uma similaridade, a gente acertou muito em diferenciais, e em soluções de pagamento a gente está recebendo várias oportunidades, ainda não tão grandes como o Brasil, temos feito negócio, o Hélio falou no trimestre passado de Argentina, A gente tem feito em Guatemala, a gente tem aberto, mas a gente tem sido um pouquinho mais ainda reativo, porque o crescimento do Brasil tá bastante grande, é uma unidade que demanda bastante. Então sim, existem possibilidades, o Hélio, o conselho da empresa tem pedido pra gente fazer uma análise mais estrutural, e a gente tá em análise, tá?

Essa é a primeira parte, segunda, da pergunta... O PIX é um negócio que só acelera o uso das nossas máquinas, né? Eu contei isso para alguns de vocês, que a gente viabilizou o protocolo MyFair da Google, a gente trabalhou ativamente nos bastidores, na época com uma grande adquirente, com o Google, para fazer o Pix por aproximação nas nossas maquininhas. E aí, junto com o Banco Central, etc., a gente viabilizou a tecnologia em todas as maquininhas. Então, o conhecimento que a gente tem de Google, etc., nós somos, nós os portamos como um provedor de solução tecnológica. nós queremos ser o melhor provedor de solução tecnológica para o ecossistema de pagamentos do Brasil. Esse é o mindset da Positivo, existem grandes coisas vindo no Brasil de mudança no ponto de venda e a gente está muito focado, além do PIX, todo o tema tributário que está por vir, a gente está muito focado também no médio e longo prazo para a gente trazer sempre a melhor solução de pagamentos na ponta.

**Hélio Rotenberg:**

Mari, você começa, daí o Guercio, se você quiser completar essa questão que também tá bem por dentro.

**Marielva Dias:**

Isso, nós estamos muito presentes nas discussões que estão ocorrendo dentro do governo com relação aos projetos do PBI, soberania, o fato de nós sermos uma empresa 100% nacional é uma fortaleza, sermos capazes de desenvolver e produzir tecnologia aqui no país e também as nossas parcerias no sentido de poder fazer a transferência de conhecimento, transferência de tecnologia aqui para o país.

O Guercio também está participando ativamente de todas essas discussões, se você quiser complementar, por favor.

**Rodrigo Guercio:**

Ok. Bom, pessoal, como é que a gente vê isso como companhia? É importante colocar aqui de forma muito clara que, assim como o pipeline de soluções para inteligência artificial, ele escala de uma forma vigorosa, não é diferente no governo. E quando a gente olha para a nossa proposição de valor, a gente hoje, com muita humildade, consegue dizer que a gente tem um stack de infraestrutura para esse tipo de solução que é um diferencial muito grande, porque ele não só é horizontal, mas verticalmente ele é capaz de endereçar todas as necessidades das mais simples, as mais complexas, quando a gente fala de arquitetura de referência. Desculpa ter que entrar aqui um pouquinho mais no “técnicas”, mas o que o governo, nas suas variadas esferas, que foi a pergunta feita, está buscando?

Ele está buscando, em alguns casos, treinar modelos, outros casos, fazer inferência. Outros casos, ele está precisando de adaptar modelo que já foi pré-treinado a contexto específico, com dados que são muito sensíveis. Existe uma camada de serviços que a S+ faz muito bem, que é a parte de Data Engineering e pré-processamento, que é você limpar, transformar e organizar os dados para alimentar esses modelos. Então, quando vocês perguntam para a gente assim, tem a parte também de monitoramento e observabilidade, não só através de solução de infraestrutura, mas também através de um stack de serviços na S+, e toda a parte de automatização, de orquestração de pipeline, que é automatizar fluxo de trabalho, ETL, treinamento, inferência. E depois toda a parte de deploy, escalabilidade desses modelos.

Quando a gente olha toda essa jornada dentro de um cliente de setor público, dá para dizer, sem muito medo de errar, que a Positivo está muito bem preparada para capturar isso. Desde a definição e a ajuda na hora de discutir tecnicamente qual é o melhor stack tecnológico do ponto de vista de infraestrutura para esse cliente tirar o melhor proveito, até toda a camada de serviço que é necessária para que ele possa fazer o deployment dessa solução, gerenciar e monitorar a performance dessa solução. Então, do ponto de vista prático, vejo uma companhia pujante, com diferenciais competitivos bastante tangíveis, com

muita experiência na entrega desse negócio, desse tipo de solução e com uma oportunidade muito grande da gente sim ser um fornecedor de destaque e muito proeminente nessas novas disciplinas que estão sendo demandadas.

**Hélio Rotenberg:**

E sim, há um movimento muito grande do governo, principalmente do governo federal, na questão de soberania. Ele começa com o PBIA, Plano Brasileiro de Inteligência Artificial, ter um servidor de inteligência artificial, movimentos que estão acontecendo em vários países, e normalmente esse movimento se dá com empresas nacionais, e agora, nas últimas semanas, foram chamados para vários debates e discussões sobre soberania. E realmente tem algumas questões que precisam, que o dado precisa ficar restrito ao Brasil. E nós, por ser uma empresa brasileira, que nasceu aqui e continua sendo brasileira, temos aí um canal aberto do governo para esses debates e estamos muito bem posicionados para isso.

**Luiz Palhares:**

Bom, nós estouramos o tempo aqui, eu tenho perguntas ainda do Tiago Lorenzini, do Wagner Rosa, da Júlia Provenze, do Rafael. Eu entrarei em contato com vocês, eu responderei suas perguntas entre hoje e até amanhã, podem contar com isso. Então eu acho que a gente encerra. Hélio, se você quiser dar alguma palavra final.

**Hélio Rotenberg:**

Bom, estamos aqui todos muito otimistas, como vocês perceberam, né? E estamos mesmo, estamos num momento muito agressivo da empresa, né? Estamos aqui brigando o dia inteiro pelas novas coisas, brigando o dia inteiro pelos números,

Estamos com um corpo executivo muito aguerrido, muito sênior, deu pra ver aqui pelo discurso de cada um, nem todos estão aqui, mas estamos representados aqui com cinco vice-presidentes, todos empreendedores, todos com sangue nos olhos e a nossa diversificação dando certo. Muito obrigado a todos que ouviram e vou mandar todas as respostas àqueles que não tiveram tempo de ter essa resposta aqui por vós. Muito obrigado a todos!