

Rafael Mastrocola:

Bom dia a todos. Meu nome é Rafael Mastrocola, sou Gerente de RI da WDC. É um prazer estar com vocês aqui de novo. Hoje vou intermediar aqui as perguntas até o final da apresentação.

Em instantes vamos iniciar aqui a nossa divulgação de resultados do 3T21, lembrando que divulgamos os resultados ontem após o fechamento do mercado e também já disponibilizamos a apresentação que vamos passar hoje aqui para todos via e-mail e está também no site de RI.

Hoje, no *call* aqui comigo estão o Vanderlei Rigatieri, CEO e Fundador da WDC, e também o André Valente, que é CFO e Diretor de RI. Algumas informações breves aqui mais para orientar todos. Essa videoconferência aqui está sendo gravada. Ela vai ser futuramente disponibilizada no site de RI da WDC.

A apresentação que vamos passar aqui também está no site, mas vocês conseguem acessá-la via plataforma em um link à esquerda no painel de controle. E também estamos com tradução simultânea para o inglês. Para isso, é preciso acessar o canal de tradução simultânea pelo link em inglês.

Nós também temos um chat aqui na ferramenta para envio de perguntas. Podem enviar as perguntas a qualquer momento e ao longo da apresentação. Ao final, nós vamos ler as perguntas em ordem de chegada. E eu peço a gentileza de que quem mande a apresentação para se identificar também com o nome e a casa de onde vocês estão falando.

E, por último, queria ressaltar só algumas informações aqui mais de cunho de *disclaimer*. As informações que vamos falar aqui hoje contidas aqui no documento são relacionadas à perspectiva sobre os negócios e de crescimento da WDC e são baseadas exclusivamente nas expectativas da Diretoria.

Essas expectativas dependem substancialmente das condições de mercado e de desempenho da economia brasileira e do setor e dos mercados internacionais, portanto, estão sujeitas a mudanças sem aviso prévio. Desde já eu agradeço a presença de todos. De novo, é um prazer estar aqui com vocês.

E agora eu gostaria de passar a palavra para o Vanderlei que vai iniciar a apresentação. Vanderlei, você está no mudo.

Vanderlei Rigatieri:

Essa talvez seja a frase mais ouvida nas teleconferências, mas tudo bem. Obrigado, Rafael.

Pessoal, boa tarde. É sempre um prazer estar falando com vocês nessas reuniões de resultados. É uma oportunidade legal de contarmos um pouco mais sobre a WDC. Enfim, só para começar a nossa apresentação, sempre gosto de ter um slide com os principais *highlights* do que aconteceu nesse período.

E, basicamente, tem duas coisas que me deixaram muito satisfeitos e toda a Companhia muito satisfeita. Primeiro, batemos mais uma vez o recorde de vendas totais e de receita líquida. E, principalmente, tivemos uma recuperação das margens operacionais nesse trimestre.

Então, passamos dos R\$ 391 milhões, R\$ 391,8 milhões de vendas totais. Isso deu 35,7% superior ao mesmo período do ano passado. Eu lembro que venda total para WDC é um indicador muito importante porque é a soma das receitas brutas de tudo aquilo que nós comercializamos somados com os contratos totais novos de locação de locação do TaaS.

Outra coisa importante, a receita líquida deu uma subida 45,5% sobre o mesmo período, atingindo R\$ 288 milhões. E, nós conseguimos uma margem EBITDA superior a 26,2%, 1,4 p.p. sobre o mesmo período do trimestre anterior.

Por que comparamos sobre o trimestre anterior? É o *mix* de receitas mais comparável dado que o Solar vem atingindo valores muito superiores no nosso *mix* total da Companhia. Então, vocês estão vendo que tivemos no segmento corporativo total R\$ 196 milhões nesse 3T, 8,5% superior ao mesmo período do ano passado.

A BU Solar já está com R\$ 96 milhões nesse trimestre, 346% acima do mesmo período do ano passado. Realmente, estamos atingindo volumes estratosféricos de Solar, galgando *market share* nesse segmento.

E a BU Enterprise, que junto com o Solar formam o nosso segmento corporativo atingiu mais de R\$ 100 milhões também nesse período. Com isso, tivemos um acréscimo de 21,2% sobre esse mesmo período do ano passado.

A recuperação das margens operacionais estão mostradas nesses dois indicadores aqui. Nossa margem de lucro bruto consolidada ficou em 27,6% nesse período contra 26,6% no 2T. E a margem EBITDA consolidada passou dos 26% versus 24,7% do 2T. Isso tudo dá uma melhoria significativa do nosso ambiente operacional.

Vale ressaltar três coisas aqui que aconteceram durante esse trimestre que vão fazer muita diferença no futuro. A primeira delas foi a nossa já divulgada parceria com a Huawei, uma das maiores empresas de telecomunicações do mundo que lançou mundialmente uma nova divisão que é a Huawei Digital Power. Nós somos o primeiro parceiro, parceiro de distribuição, de importação e distribuição desses produtos aqui no Brasil.

A outra parceria super importante é com a Leyard. A Leyard é a maior fabricante de painéis de LED do mundo. Esse é um segmento que tem crescido no pós pandemia, principalmente, na parte de mídia *outdoor*.

E também lançamos uma marca própria que a Easy 4 Link que é uma marca de produtos de telecomunicação que veio para suportar o crescimento que nós percebemos em provedores de menor porte.

No próximo slide, eu vou começar a falar um pouco sobre a Easy 4 Link que eu acho muito importante. Porque se vocês pensarem, nós começamos a planejar essa marca e esses produtos logo quando começamos a ver que o segmento estava sofrendo ou estava dando sinais de sofrimento com o desabastecimento de semicondutores.

Então, para nos prepararmos e não termos muita disruptura no fornecimento desses produtos cabos de fibra ótica, modems de fibra que vão para os provedores nós desenhamos uma linha com uma especificação própria e pedimos para uma empresa na China começar a produzir as placas de circuito impresso para nós.

Isso veio a calhar agora em setembro quando começamos a entregar esses produtos para o mercado. Só para vocês terem uma ideia, nesse período essa marca já conquistou 2,3% de todas as vendas desse período.

Para nós é uma alegria ter uma marca própria, principalmente porque temos controle sobre a especificação, porque temos controle sobre a margem e ela veio justamente para diminuir o problema de semicondutores das outras marcas que vendemos, e também, abrir para nós um espaço no mercado de provedores de pequeno porte.

Outro fato importante que aconteceu conosco foi no próximo slide. Vocês vão ver que fechamos a parceria com a Huawei Digital Power. É muito interessante e importante vocês entenderem porque essa é uma estratégia extremamente agressiva de um dos maiores fabricantes de telecomunicação do mundo.

Imaginem, US\$ 130 bilhões que estava focado principalmente em produtos de Telecom e tomou a decisão de entrar pesadíssimo naquilo que chamamos de produtos *zero carbon*. Isso é muito legal porque é uma visão de um fabricante que está presente no mundo inteiro de que não basta ter tecnologia de telecomunicações, precisa ter principalmente energia limpa.

E eles lançaram já, há alguns anos os inversores, toda parte de energia solar que também somos distribuidores. Com isso, eles conseguiram já nesse período todo de energia limpa que eles já entregaram de inversores mais de 325 bilhões de kWh. Isso é muito legal.

Se você começa a fazer a equivalência disso, o que já foi entregue por ele já teve uma redução de 160 milhões de toneladas de carbono e emissão de carbono. Isso significa o plantio de 220 milhões de árvores.

A estratégia da Huawei é ter uma linha de produtos, que está o próximo slide, que vamos ver que eles imaginam que todos os *data centers* que são extremamente consumidores de energia elétrica por natureza, tanto os minis *data centers*, os grandes *data centers* precisam ter uma política de redução de emissão de carbono.

Aqui entra toda a estratégia da Huawei de desenhar um portfólio de produtos para os grandes *data centers* todo modular. Nós tivemos a oportunidade de visitar um desses *data centers* nesse evento que teve em Dubai, lá em Abu Dhabi. Eles já estão finalizando uma obra enorme lá de um mega *data center* para a operadora de telecomunicação dos Emirados Árabes.

E também aposta naquilo que sempre falamos que o 5G vai consumir muito, que é o mini *data center*. Vocês que já me ouviram falar sabem que eu defendo exatamente isso o *edge data center* vai consumir muito de investimento das operadoras que vão implantar 5G.

E, nada mais justo do que esses minis *data centers* também terem uma política de energia limpa que é uma composição de painel solar, inversor que gera energia para os equipamentos e baterias de lítio, pessoal. O armazenamento dessa energia.

Então, essa estratégia vai permear toda a área de telecomunicações. Por que eles nos escolheram? Foi muito interessante porque a WDC está trilhando um caminho guardadas as devidas proporções. Nós começamos lá atrás com Telecom, com fibra ótica, Gpom, com toda a parte de infra para Telecom e entramos em energia solar.

E essa é uma tendência porque existe uma grande convergência dessas tecnologias para que seja usado no ambiente de Telecom. Isso tudo nos dá uma segurança de que estamos no caminho certo.

E, segundo a Huawei, uma das coisas que diferenciam muito a WDC de qualquer outro *player* do mercado nacional é exatamente o TaaS, que é uma necessidade que eles sentiram das operadoras e dos provedores de comprar infraestrutura como serviço. Então, isso é muito bacana isso vem ao encontro da nossa estratégia que traçamos lá atrás.

A outra coisa significativa, mas no mercado de ProAV, de áudio e vídeo profissional, foi a nossa parceria recém anunciada com a Leyard. A Leyard, nesse próximo slide vocês vão ver, é o maior fabricante mundial de painel de LED.

Eles têm uma fábrica aqui no Brasil. Eles vão usar a fábrica apenas para fazer suporte técnico aos clientes e transferiram toda a importação de módulos e a fabricação desses produtos para a WDC. Então, para nós é mais um salto muito importante nesse segmento.

É um segmento que mundialmente cresce a taxas muito grandes. Existe uma tendência que vocês vão começar a ver, até o micro LED que é o que vai entrar na casa das pessoas, ou seja, a televisão de micro LED, os LEDs para a mídia *outdoor*. Enfim, nós já tínhamos a divisão de áudio e vídeo profissional e agora ficamos muito mais forte, muito mais poderosos, nos associando ao maior produtor mundial desses produtos.

Então, isso tudo faz com que demos alguns saltos importantes principalmente para os próximos trimestres que vem por aí. Nós sabemos que a pandemia está diminuindo. Os eventos estão aumentando.

Esse pós pandemia está havendo um aumento significativo de shows, de eventos esportivos que são grandes consumidores de painel de LED, não só de LED, mas de toda a área de áudio e vídeo. Isso tudo está sendo muito gratificante para nós essas associações que estamos fazendo com líderes mundiais em cada segmento.

Passando para o próximo slide, vou entrar um pouco mais no que falamos dos números. Então, como eu já falei, nós batemos o recorde de venda total de novo. No 3T21, crescemos a nossa venda total para R\$ 391 milhões, 35,7 %. No acumulado do ano contra o acumulado do ano anterior, já passamos de R\$ 1,105 bilhão, 56,6% acima do ano anterior.

Destaque para o segmento corporativo, que como eu falei, está saindo da pandemia. Áudio e vídeo profissional voltou a ter uma demanda, isso melhora também as nossas margens. São produtos com margens superiores e melhoram todo o nosso resultado operacional.

No próximo slide, vemos exatamente as vendas totais por segmento. Vocês reparem que, como eu falei, o segmento corporativo cresceu 93,1% no acumulado de 2021 contra 2020, lá no lado da direita. Então, esse foi o grande salto, 88% no trimestre contra o trimestre anterior.

No Telecom, vimos um crescimento também significativo, ou seja, nós passamos do acumulado do ano passado de R\$ 451 milhões para R\$ 614 milhões no acumulado desse ano. E, nesse trimestre versus o trimestre anterior um crescimento menor de 6%.

O que nós percebemos pessoal foi que, apesar de estar crescendo, nós observamos uma

desaceleração no final desse trimestre, ou seja, Telecom mostrou um pouco menos de velocidade de crescimento daquilo que esperávamos. Fomos analisar a fundo esse ponto e o que percebemos é que alguns provedores com medo da falta de semicondutores tinham se estocado no 2T e deram uma desacelerada.

Também em julho e agosto tivemos um pouco de demora para entregar produtos. Isso dá uma segurada em tudo também, mas o fato é que ainda não sabemos exatamente qual é a perspectiva, mas Telecom teve essa desaceleração nesse trimestre.

No próximo slide, damos uma olhada na BU de energia solar. Essa está sendo mês a mês, trimestre a trimestre, recorde em cima de recorde. Essa semana no jornal O Estado de São Paulo saiu uma matéria muito grande dizendo que a energia solar residencial cresceu 53% no acumulado do ano, principalmente por causa da conta de luz que temos visto crescer violentamente aqui no Brasil.

Mas você vê que no mesmo período, praticamente o mesmo período, que essa pesquisa teve de 53%, nós crescemos 520% na nossa venda de energia de produtos de energia solar aqui no Brasil. Claramente, a WDC está conseguindo surfar muito bem nessa onda e ganhar *market share* dos concorrentes em cima desse segmento de energia solar, fruto da nossa estratégia de prestar um suporte muito mais forte e técnico para os nossos integradores, de ter uma oferta *premium*.

A WDC tomou a decisão de não trabalhar com painéis de segunda linha, fomos direto ao topo, os dois maiores fabricantes de painel solar do mundo que a Jinko e a LONGi são os nossos fornecedores. Assim como a parte de inversores que temos hoje, a Huawei e a Soles são dois líderes mundiais nesse segmento.

Então, isso tudo faz com que nos destaquemos pela qualidade do produto que estamos entregando. Hoje, um *payback* tradicional de uma implantação de energia solar está por volta de 4,5 anos a 5 anos e os produtos precisam durar muito mais do que isso.

Nós sabemos que a vida útil de um gerador de energia solar é de 20 anos a 25 anos. Então, temos que garantir que isso aconteça e, é por isso que apostamos nos grandes painéis de LED e nos grandes fabricantes.

No próximo slide, vemos o consolidado disso tudo. Quer dizer, vemos que ao longo dos trimestres Telecom que tinha uma participação muito grande no *mix* das nossas vendas totais, não que não foi crescendo, foi crescendo também, mas como sabíamos, imaginávamos já que Solar iria começar a ter uma representatividade no *mix* de vendas muito maior.

Então, nós fechamos esse trimestre com Solar sendo 24,5% das vendas totais. A BU Enterprise como 25,5% e Telecomunicações com 50%. Quando eu olho para esse gráfico, sinto uma satisfação muito grande de ver a nossa estratégia de diversidade de mercados dar tão certo. Isso para mim é resiliência da Empresa, ou seja, não colocar todos os ovos numa cesta só.

E esse *mix*, essa visibilidade de tendências fez com que a WDC chegasse até aqui. Agora, vemos claramente aquilo que planejamos lá em janeiro de 2020 quando lançamos a BU Solar. No 1T20 era só 2,5% do total das vendas, passar a 24,5%. Isso tudo é uma realização, uma demonstração de que a Empresa pensa, tem estratégia, reage, age e faz acontecer. Isso tudo é muito significativo para mim.

Eu vou parar por aqui. Vou passar a palavra para o André Valente que é o nosso CFO. Ele vai dar um *zoom* um pouco mais detalhado nos números para vocês terem uma ideia de como foi o resultado da Empresa até aqui. Muito obrigado. André.

André Valente:

Boa tarde, pessoal. Bom, no próximo slide nós apresentamos aqui algumas informações a respeito do desempenho da nossa modalidade de TaaS que é o *Technology as a Service*. Neste trimestre, iniciamos a 409 novos contratos de locação e, que apesar da redução de 4,2% versus o mesmo período do ano anterior, nós mostramos aqui a força da Companhia nesta modalidade.

O destaque positivo fica por conta do novo recorde do *ticket* médio no qual alcançamos a R\$ 305 mil por contrato na média, crescendo 11 % na mesma comparação versus o 3T20. No gráfico à direita, nós demonstramos aqui o total de vendas TaaS crescendo de R\$ 117 milhões para R\$ 124,9 alcançando também uma maturidade muito importante para a Companhia nessa modalidade de *Tech as a Service*.

No próximo slide, apresentamos a comparação também do CAPEX da Companhia neste 3T21, o que substancialmente é composto por ativos relacionados aos novos contratos do TaaS, onde nós apresentamos uma queda de 9,2%, mesmo considerando o crescimento observado nas vendas do TaaS que foi de 6,8% mostrado no slide anterior.

Aqui reforçamos a melhor lucratividade desses nossos contratos no trimestre, ou seja, crescemos no valor de vendas com um dispêndio de CAPEX inferior ao que vínhamos fazendo no passado.

No gráfico da direita, apresentamos aqui *backlog* de receitas, lembrando que o *backlog* de receitas nada mais é do que aquela receita futura já contratada de acordo com os contratos em andamento de TaaS da Companhia e que trarão a WDC receitas, resultados e caixas recorrentes nos anos futuros.

E, aqui nesse indicador, demonstramos um robusto percentual de crescimento também, superior a 55% alcançando R\$ 565 milhões de *backlog* futuro.

No próximo slide, apresentamos aqui mais alguns indicadores do TAaaS, onde no acumulado de nove meses também observamos aqui um crescimento importante de 35%, alcançando R\$ 381 milhões de VGV total de vendas do TaaS e, com o CAPEX também que cresceu numa proporção bastante inferior à de apenas 8,8% comparando 9M20 com os 9M21.

À direita o resultado, o Mark up, a rentabilidade desses contratos evoluiu onde a cada R\$ 1 investido no TaaS fazíamos R\$ 1,70 de vendas e, evoluímos para cada R\$ 1 investido, geramos R\$ 2,11 de receita. Então, o crescimento da lucratividade média aqui é de 24%, o que é bastante positivo para os resultados da Companhia futuros.

No próximo slide, apresentamos uma análise aqui *bridge* do EBITDA ajustado do segmento de Telecom. O segmento de Telecom continua apresentando resultados robustos, alcançando R\$ 58,5 milhões de EBITDA, o que significa uma margem sobre receita líquida de 44% nesse trimestre. O que significa uma melhoria da margem percentual da Companhia de 2,4 p.p. versus o 3T20.

Observamos, sim uma desaceleração no crescimento de volume no final do 3T. Entretanto, nós

mantivemos a nossa boa performance de margens até mesmo compensando os efeitos negativos que aquele efeito possui que já apresentamos para vocês em outras ocasiões que o alongamento dos prazos dos contratos de Taas traz aqui no P&L do segmento de Telecom.

No slide seguinte, apresentamos o mesmo *bridge* para o segmento corporativo, onde alcançamos aqui o recorde histórico de EBITDA nominal nessa divisão, onde alcançamos R\$ 17 milhões com destaque para BU Solar entregando até mais do que a agressiva curva de crescimento planejada.

Como mostrado lá anteriormente pelo Vanderlei, alcançamos nesse trimestre R\$ 96 milhões de vendas no Solar, o que aponta para um patamar anualizado de praticamente R\$ 400 milhões ano nesse novo segmento de Solar que iniciamos.

A BU Enterprise que também está englobada aqui dentro do segmento corporativo também demonstrou uma retomada muito importante pós pandemia com o retorno de eventos e de vários investimentos relacionados à aglomeração de pessoas, trazendo uma melhoria do segmento de áudio e vídeo profissional.

No próximo slide, apresentamos aqui algumas comparações entre as principais linhas de resultados da Companhia. Receita líquida apresentou recorde no trimestre R\$ 288 milhões com crescimento de 45% versus mesmo período do ano anterior. O EBITDA ajustado também alcançou o patamar recorde de R\$ 75,5 milhões no trimestre, entregando uma margem percentual sobre receita líquida de 26,2%.

O lucro líquido ajustado alcançou R\$ 15,9 milhões versus R\$ 25,4 milhões do mesmo trimestre do ano anterior. Bastante impactado aqui por efeitos financeiros e sazonais do trimestre, os quais detalhando no slide a seguir.

Nesse próximo slide, o intuito é apresentarmos um pouco do qualitativo dessa variação do lucro líquido. A intenção desse gráfico *bridge* apresentado à direita é demonstrar a variação cambial de ativos e passivos em moeda estrangeira que gerou uma perda de R\$ 5 milhões no 3T21 versus um ganho de R\$ 7,4 milhões no 3T20, ou seja, um delta ocasionado pela variação cambial de R\$ 12,4 milhões.

Isso também impactou o efeito negativo do ajuste ao valor presente aplicado no nosso Contas a Receber relacionado aos incrementos da taxa Selic que vem ocorrendo neste trimestre e não aconteceram no mesmo período do ano anterior. Isso trouxe um impacto negativo no P&L anual da Companhia de R\$1,7 milhão. Lembrando que esse ajuste não possui efeito caixa, é um ajuste meramente contábil.

Excluindo esses dois efeitos que demonstrou nas colunas em roxo à direita. Nós temos uma evolução no lucro líquido apontando um crescimento de R\$ 18,7 milhões no 3T20 para R\$ 23,4 milhões no 3T21, significando um crescimento do lucro líquido de 24,9% comparando trimestre contra trimestre.

No próximo slide, apresentamos a evolução do nosso fluxo de caixa. No primeiro *bridge*, mostrando a variação de saldo entre o fechamento do ano anterior do 4T20 para o 3T21 na última coluna a direita. E, no *bridge* logo abaixo uma variação do trimestre que gostaria de focar principalmente neste *bridge* que é a última informação que divulgamos ao mercado onde terminou o 2T21 com R\$ 36,6 milhões de caixa.

A nossa atividade operacional gerou um fluxo de caixa de R\$ 38,4 milhões. Captamos novas dívidas que foram pagas prévias à oferta de capital ocorrida no final de julho de R\$ 30 milhões. Amortizamos dívidas de R\$ 36,2 milhões, tivemos um CAPEX de R\$ 56,8 milhões para colocar em curso os novos contratos de TaaS que iniciamos, 409 contratos que iniciamos neste trimestre.

Recebemos os R\$ 430 milhões líquidos da oferta de ações ocorrida no final de julho e outros fatores representaram em um dispêndio de R\$ 5,4 milhões, onde fechamos um 3T com R\$ 436,9 milhões em caixa.

No próximo slide, apresentamos a dívida líquida da Companhia que fechou em R\$ 222 milhões. E demonstramos no gráfico logo abaixo o cronograma de amortização das **(falha no áudio 34:21)**.

O comportamento dessa dívida, ela tem um comportamento de amortização futura de 29 meses é o *duration*. E um custo aproximado médio de CDI + 3,52.

Uma conta muito interessante que fazemos aqui é a cobertura da dívida líquida versus o *backlog* de receitas do TaaS do que é um caixa praticamente garantido para o futuro considerando o baixo nível de *churn* e inadimplência dos contratos de TaaS onde temos aqui uma cobertura de mais de 2,5x o nosso endividamento líquido com o que temos de *backlog*.

Gostaria de retornar para o Vanderlei apresentar um pouco o próximo slide sobre o longo prazo do que está por vir.

Vanderlei Rigatieri:

Obrigado, André. Essa é a frase que eu mais escuto em todas as videoconferências. Pessoal, eu acho que temos algumas coisas importantes para mostrar para vocês e percebemos que vem pela frente.

A primeira parte é uma notícia que eu vou chamar de boa, que é justamente já estarmos sentindo uma melhoria na parte de fornecimento de semicondutores para 2022. Todos os fabricantes, apesar de terem aumentado um pouco o preço de alguns produtos que nós compramos lá fora, pelo menos estão indicando que para a segunda metade de 2022 isso tende a se regularizar. Isso já dá um alento em termos de dificuldade de fornecimento da indústria eletrônica.

A outra coisa que já começamos a perceber e já estamos sentindo nessas cotações desse mês é uma tendência de melhoria do preço dos fretes internacionais. Como vocês sabem, nos últimos meses depois da pandemia, o frete internacional, um contêiner da China para o Brasil que custava em média US\$2 mil passou a ser cobrado a US\$ 16 mil por contêiner.

Isso deu um acréscimo tremendo no custo dos produtos internalizados. Essa tendência já estamos sentindo uma sinalização de redução por parte dos armadores no custo desse frete.

A outra coisa é que nós já estamos com um *pipeline* bem evoluído para fazer M&A. Como vocês se lembram, nossa tese de investimento e no nosso IPO tínhamos em vista alguns M&As estratégicos e que nós estamos agora muito mais avançados.

Ou seja, nós temos um *pipeline* tanto na área de Telecom, na área de cibersegurança e na área de Energia Solar também. Então, estamos trabalhando em todas as frentes que julgamos importante aumentar a nossa capacidade de *expertise* e que traga gente, que traga produto e

que nos faça evoluir nessa direção.

Outra coisa que nós estamos muito focados a partir deste 4T é melhorar a nossa eficiência operacional. A WDC tem como objetivo ser uma empresa de super eficiente operacionalmente, ou seja, para conseguir manter crescimento com lucratividade e com rentabilidade precisamos melhorar sempre os nossos resultados operacionais.

Nós fizemos um Comunicado ao Mercado recentemente, nós trouxemos para a equipe um Diretor de Operações, Marcelo Rezende, que é uma pessoa extremamente capacitada na indústria de Telecom e de Informática, que já foi CEO de empresa e que veio nos ajudar a melhorar ainda mais nossos processos e nossa organização interna com o objetivo de melhorar a WDC como um todo.

Afinal de contas no nosso crescimento super acelerado, a infraestrutura interna precisa ir acompanhado e precisa ir se modernizando. Nós entramos com um pleito alguns meses atrás e fomos informados recentemente que o Governo do Estado da Bahia nos deu mais uma autorização para abertura da fábrica com todos os incentivos fiscais que já tínhamos na primeira fábrica lá na Bahia.

Com isso, nós pretendemos aumentar nossa capacidade fabril assim que for possível. Isso vai ser na Grande Salvador, uma região muito bem capacitada em termos de logística, em termos de Recursos Humanos. Com uma provável redução de alguns custos em todas as áreas.

Ainda não temos uma data definida, mas já está em curso esse processo. Essa é uma boa notícia que temos do que está por vir. Acho que era isso que temos para falar, era o que preparamos para vocês. Agora eu abro para as perguntas e respostas de todos. Rafael, por favor, você nos ajuda?

Rafael Mastrocola:

Bom, a primeira pergunta que eu vou passar para você Vanderlei vem do Christian Faria, do Itaú BBA. Ele na verdade colocou duas perguntas, eu vou fazer por etapas aqui.

Ele fala, com relação ao desempenho de vendas de Telecom, foi destacada uma diminuição da demanda e dificuldade de obtenção de materiais. Ele gostaria de entender um pouco melhor esses dois fatores. E se isso é um efeito mais transitório ou se é um efeito que deve permanecer pelos próximos trimestres.

Vanderlei Rigatieri:

Christian, obrigado pela pergunta. Olha, eu quero te dizer o seguinte, realmente, no começo do trimestre passamos por dificuldades de fornecimentos, tivemos atrasos. Depois isso começou a ser regularizado e, como eu falei no final, no meu último slide, tudo está sendo encaminhado para que tenhamos uma regularização do fornecimento de produtos ao longo dos próximos meses, ou seja, eu acho que o pior já passou.

Essa é a nossa visão. Nós compramos muita coisa, já foi embarcado isso. Então, em termos de fornecimento eu acredito que deveremos ter uma situação um pouco mais tranquila. Entretanto, os fabricantes aumentaram seus preços.

Então, isso faz com que nós tenhamos que repassar esses preços para o mercado e, isso é um cenário sempre desafiador porque repassar a preço, tudo bem, todo mundo entende. Acho que no mundo inteiro está acontecendo, mas é sempre uma pressão de fechamento, atraso na conclusão do pedido e tudo mais.

A outra coisa foi aquilo que eu falei quando eu estava falando do cenário Telecom que nós sentimos no 2T um aumento dos estoques, principalmente de modems de fibra óptica nos provedores, principalmente.

Com esse medo que eles estavam de ficar sem produto, eles compraram e se estocaram. Mas no caso Telecom, Telecom é um mercado muito amplo. Então, estamos vendo essa desaceleração, principalmente, focada naquilo que chamamos de número de assinantes novos nos provedores.

Isso pode ser só esse trimestre, não temos certeza ou clareza disso. O que nós percebemos é que algumas das operadoras grandes, Oi, Claro e Vivo ficaram também muito agressivas nos últimos meses. E devem estar fazendo uma competição bem mais forte nos provedores em termos de número de assinantes.

Esse cenário não é claro ainda, mas eu acho que vamos ter um 4T para nos dar mais clareza sobre o que isso está acontecendo. Temos percebido que os provedores que estão crescendo bastante seus números de assinantes estão fazendo isso em cima de M&As.

Então, ainda não sabemos direito qual é essa tendência real. Não tenho muito mais para falar sobre isso porque estamos monitorando o mercado, o que estamos fazendo é nos preparar para isso.

Então, essa linha que lançamos da Easy 4 Link é uma arma estratégica para esse ambiente porque ela é mais barata. Ela tem uma penetração maior nos pequenos provedores e é um mercado que ainda não estamos muito fortes. Então, isso tende a ser um bom recurso para vencermos esse período de desafio. Qual era outra, Rafael?

Rafael Mastrocola:

Obrigado, Vanderlei. A outra é mais relacionada à margem, talvez o André possa responder. Ele pergunta aqui em relação ao forte de desempenho da margem bruta no segmento *corporate*, mesmo com um crescimento robusto no Solar, isso teria um efeito no *mix* e diluiria um pouco as margens.

Devemos esperar que as margens se estabilize nesses níveis mesmo com a perspectiva do crescimento do Solar no futuro? E, emendando também, ele complementa essa questão aqui e fala uma questão de como que o aumento de juros e o custo de *funding* impacta a estratégia de TaaS da Companhia? Então, se você puder comentar André, acho que seria legal.

André Valente:

Claro. Bom, nossa BU Solar segue empregando até além do que tínhamos planejado. Essa é uma BU recente, iniciamos operações em janeiro de 2020. E seguimos com altos percentuais de crescimento.

Continuarmos entregando essa curva de crescimento, com certeza, continuará trazendo melhorias de margem na própria BU Solar considerando escala, eficiência e melhor utilização da capacidade instalada que nos propusemos e desenhamos lá no início.

Junto com o corporativo, temos também a boa nova da pandemia ter passado. E, temos uma divisão importante da Companhia que é o Áudio e Vídeo Profissional, que é uma BU que depende basicamente da aglomeração de pessoas. Temos muitos produtos relacionados a shows, a eventos de grande participação de pessoas, igrejas. Com o passar da pandemia, esses segmentos estão voltando e as empresas voltaram a construir esse segmento.

Este segmento traz também uma melhoria muito boa de margem. Nós trabalhamos com margens muito boas nesses segmentos. Nossa expectativa é que continuemos crescendo nos próximos trimestres muito bem nesses dois segmentos, nessas duas Bus.

Têm sempre o efeito *mix*. Nós sabemos que a BU Solar trabalha, em termos de mercado, com uma margem um pouco mais apertada do que os outros segmentos da WDC e, isso sempre tem estado nas nossas explicações de reduções de percentuais totais de margem da Companhia, conforme o Solar vai ganhando mais espaço, de acordo com aquele gráfico que o Vanderlei mostrou. Então, a nossa expectativa é que continuemos tendo boas notícias nesses dois segmentos.

Outra pergunta que eu anotei Rafael, só me corrige, é sobre a questão de aumento do custo do dinheiro, os aumentos recentes da Selic versus as precificações que fazemos no TaaS. Nós sempre ressaltamos que o nosso TaaS ele não é um produto financeiro. O nosso TaaS é um produto operacional ele é uma prestação de serviço, ele é uma locação.

A locação, normalmente passa por fazermos uma conta de qual é o valor da parcela mensal que cada cliente terá em cada contrato. Normalmente, trabalhamos com um percentual de retorno, a TIR dos contratos de locação são TIR muito superiores à taxa de juros, muito por conta de todos os benefícios que existem nessa modalidade da WDC, nessa modalidade do TaaS.

Todos os benefícios que nós já exploramos e já mostramos para vocês do combo que envolve a solução do TaaS. E, entende que as margens que conseguimos ter, e essa TIR que conseguimos ter do TaaS que já é algo em torno de 3x a taxa Selic.

Nós entendemos que mesmo com a escalada que observamos esse ano de uma Selic que saiu de 2 p.p. ao ano para atualmente na casa praticamente 7 p.p. e vai terminar o ano com uma projeção que não sabemos se vai ser 10 p.p. ou algo em torno disso.

Nós entendemos que nesse patamar a TIR do nosso contrato de TaaS continua ainda muito atrativa e, a nossa estratégia é manter a precificação como sempre fizemos. Claro que estamos atentos ao que pode acontecer.

Temos as perspectivas de mercado do que deve acontecer com as taxas de juros, mas isso pode mudar e sempre temos aqui uma gestão viva e muito cuidadosa para estar atenta a eventuais necessidades de ajustes nas nossas precificações, que por ora não está enxergando que deve ser aplicado.

Rafael Mastrocola:

Obrigado, André. Agora recebemos algumas perguntas aqui de algumas pessoas. A Thalís da One Asset e também o Joaquim Humberto. Eles perguntam aqui com relação a restrição da Oferta 476.

Como todos sabem, nós fizemos uma Oferta 476 em julho que é uma oferta com esforços restritos de vendas limitadas para investidores institucionais. Ocorreu no final de agosto ou setembro, setembro se não estou enganado. É uma questão do bloqueio da negociação para Pessoas Físicas.

Então, ele pergunta como está essa questão e, se existe a intenção de liberar o acesso a todos. Quer responder, Vanderlei?

Vanderlei Rigatieri:

Posso sim. Olha, nós estamos super atentos a esse problema. Eu queria ressaltar que esse não foi um problema causado por nós. Nós não tivemos nada a ver com isso, mas lamentamos que a CVM tenha tomado essa atitude. E, estamos sim discutindo alternativas internas para como podemos fazer para destravar isso.

Ainda não temos uma solução, mas estamos super atentos, super engajados em tentar uma solução o mais breve possível para esse tipo de bloqueio que foi imposto para os investidores Pessoa Física.

Só que não é tão simples e estamos trabalhando para tentar resolver. Assim que tivermos uma solução para isso, nós vamos comunicar o Mercado e vamos fazer tudo o que estiver ao nosso alcance para resolver.

Rafael Mastrocola:

Obrigado, Vanderlei. Outra pergunta aqui do Marcos Alves de Oliveira. Ele pergunta como a Companhia pode se beneficiar da implantação do 5G.

Vanderlei Rigatieri:

Acho que todo mundo acompanhou o leilão, que eu considero muito bem-sucedido, do 5G aqui no Brasil. Um leilão que não foi arrecadatário. O Ministério das Telecomunicações e o Governo entenderam que não era hora de arrecadar com outorga e, sim, possibilitar que as vencedoras investissem na rede.

E como eu sempre digo, o 5G é uma tecnologia de telecomunicações que vem trazer uma série de benefícios para todo o assinante, o usuário. Uma delas é o aumento da velocidade de banda que ele vai trazer. A outra é a diminuição da latência na comunicação, o atraso.

Tenho certeza que vocês já estão craques em saber o que é latência, os jornais e a mídia falam bastante sobre isso. Muito pouco se fala sobre como resolver isso. É o que sabemos é que só tem uma maneira de resolver latência nas comunicações que é ter o conteúdo perto do assinante.

O conteúdo perto do assinante significa *datacenter*, servidores e *storage* perto da rede do assinante. O que significa isso? Mini *data centers*. Então, a WDC já tem uma *expertise* na construção de mini *datacenter*, já construímos vários, dezenas de mini *data centers* para os

provedores de internet.

E, agora com essa parceria com a Huawei. Reparem bem, talvez passou despercebido isso quando eu falei da nossa parceria com a Huawei. Mas uma das coisas que a Huawei visualizou na hora de fazer essa nova divisão do Huawei Digital Power foi exatamente a necessidade crescente que vai haver de todas as operadoras de se transformarem, de construir mini *data centers*.

E mais do que isso, que esses mini *data centers* consumam menos energia elétrica, que eles sejam o mais carbono zero possível na implantação. Então, nós imaginamos que nós vamos nos beneficiar dessa implantação de várias maneiras.

A primeira delas é justamente sendo o parceiro da Huawei para entregar mini *data centers* no modelo TaaS para as operadoras que quiserem. A outra coisa é que as próprias torres de celular, as antenas de celular, principalmente as antenas ainda em 4G que vão estar nas rodovias, nas zonas rurais e tudo mais, tendem a ter uma energia limpa também porque há espaço ao vivo em volta da Torre para se construir uma mini usina de Energia Solar.

Então, essa é uma das apostas que fazemos junto com a Huawei. E, graças a Deus, não estou sozinho nisso, estou como um dos maiores fornecedores de tecnologia 5G do mundo para podermos fornecer esse tipo de infraestrutura dentro do 5G.

Então, nós não vamos participar diretamente da venda da antena do 5G isso vai estar na mão dos fabricantes que são os três Huawei, Nokia e Ericsson, principalmente, mas nós temos todo um entorno da infraestrutura do 5G que temos solução e está associado agora a um parceiro de grande peso. É isso que é a nossa visão de como nos beneficiamos dessa onda de 5G que vem pela frente.

Rafael Mastrocola:

Só complementando nesse tema, tem uma outra pergunta também Vanderlei, perguntando se a parceria vai possibilitar a parceria com a Huawei Digital Power vai possibilitar atendermos as grandes empresas de Telecom também. Então, se você puder fazer esse comentário adicionando ao seu.

Vanderlei Rigatieri:

Olha, a Huawei tem uma política de contas que ela atende diretamente. Então, é bem provável que a primeira opção da Huawei nessas *big* contas, *big* contas que eu chamo as *big* operadoras. Por exemplo, os *big data centers*, não. Nós vamos atender porque são enormes consumidores de energia elétrica, precisam dessa tecnologia contas grandes como Acent, Tivit, todos esses mega *data centers*.

Agora, no caso de operadoras estamos vendo que a WDC é o parceiro ideal para ofertas de OPEX, ou seja, quando o cliente, seja ele uma grande operadora que é atendido diretamente pela Huawei temos a nossa oferta em OPEX e eles apostam muito nessa parceria conjunta. Onde for só venda, provavelmente estaremos fora, não tem espaço para entrar em conjunto com ele.

Rafael Mastrocola:

Obrigado, Vanderlei. Agora, a próxima pergunta vem da Karina Martins, do City. Ela pergunta se pode comentar um pouco mais das tendências atuais de cada segmento agora no 4T, e principalmente, Telecom.

Acredito que já comentamos de Telecom, então se você puder comentar do Solar e do BU Enterprise também para complementar essa pergunta. Em quanto tempo também, a pergunta dela é relacionada ao TaaS, ela pergunta em quanto tempo esperamos finalizar o aumento dos *duration* do contrato, o prazo médio dos contratos de TaaS.

Vanderlei Rigatieri:

Karina, boas perguntas. Olha, como eu falei para você, já falamos um pouco da perspectiva de Telecom. Veja que está falando, lembre-se sempre o seguinte, a desaceleração que estamos vendo é uma parte do Telecom.

Toda essa parte de mini *data center*, de DWDM e todo o resto da infraestrutura para eles continua igual. Talvez o número de assinantes e que tenha uma redução ao longo dos próximos meses. No caso do Enterprise, temos que lembrar o seguinte, o cenário pós pandemia tem mostrado para nós que alguns segmentos estão voltando com força total.

Então, aquilo que mais nos fez sofrer no começo da pandemia que foram os eventos, os auditórios, as salas de reuniões corporativas e os escritórios em geral que vendíamos tanto a parte de rede wifi, a parte de áudio de vídeo profissional, de telefonia corporativa e tudo mais estão retomando.

Então, a perspectiva é boa. O André até comentou sobre isso. As margens são mais saudáveis nesse segmento, estamos vendo que o 4T não está mostrando nenhum tipo de problema de demanda.

No Solar, nem se fala. Como todos sabem, estamos em um crescimento exponencial do Solar. Percebemos também que com essa grande aquisição que houve do (62:33) pela Brookfield os preços praticados no mercado estão mais saudáveis e isso melhora a margem de todo o mundo.

Então, nós estamos bem estocados de equipamentos de Solar. A parceria com a Huawei na parte de inversores solar abriu para nós usinas de maior porte. Então, perspectiva muito boa também nessa outra unidade que é a Energia Solar.

E entram as baterias de lítio. Lembre-se também que parte do negócio solar tem a ver com a armazenagem de energia. E percebemos que vai haver uma demanda muito grande, até nas operadoras e nos provedores para a troca das baterias antigas que eles têm, que são baterias chumbo ácida, são as chamadas baterias estacionárias, que vão ter que ser substituídas por bateria de lítio.

Então, o mercado de Telecom é muito vasto e vai haver um *cross selling* dos produtos de Solar nesse segmento também. Sem contar que o Solar permeia também o mercado corporativo como um todo. Então, já vemos, por exemplo, uma interação de empresas que vendiam simplesmente segurança eletrônica se interessando em aumentar o portfólio e já começar a trabalhar com Solar também.

Então, essa é a nossa perspectiva não só para o 4T, mas para os próximos trimestre de 2022.

Claro que 2022, lembro a todos estamos no Brasil, Terra Brasilis, tudo pode acontecer, mas enfim a nossa a nossa visão é que temos uma perspectiva boa nesses outros segmentos.

Rafael Mastrocola:

Obrigado, Vanderlei. Uma outra pergunta aqui do Floriano Siqueira. Ele pergunta se nas aquisições que você mencionou no último slide, nós vamos usar o caixa da Companhia ou vamos financiar essas aquisições de alguma forma?

Vanderlei Rigatieri:

André, responde essa, você que é o dono do caixa. Então, responde para ele como vamos fazer isso.

André Valente:

Floriano, vamos lá. Como o Vanderlei apresentou, ainda estamos avaliando e fazendo os passos de governança e avaliando esse pipeline de M&A. Tão logo tenhamos uma visibilidade, estamos conversando com diferentes tamanhos de empresas em diferentes segmentos, conforme o Vanderlei apresentou e estamos sempre olhando o melhor desenho de como otimizar uma eventual transação.

Então, pode ser como o caixa, podemos também tomar uma decisão também dado o baixo nível de alavancagem da Companhia. Se entendermos que isso vai agregar mais valor aos acionistas e a Companhia também tem essa flexibilidade.

Eu vi também que você perguntou quando devemos voltar ao mercado. Não temos nenhum planejamento sobre isso nesse momento. Estamos muito focados aqui em entregar o nosso plano de negócios e nos voltar para dentro e as oportunidades aqui e fazer o desenvolvimento do nosso negócio e avaliando as melhores oportunidades de aquisições.

Então, acho que é basicamente essa linha, temos flexibilidade para fazer qualquer uma das alternativas que você apontou, Floriano.

Rafael Mastrocola:

Obrigado, André. Eu acho que a última pergunta que temos aqui. É o Rogério Silva, ele pergunta se a telha de concreto é capaz de transformar a luz solar em energia elétrica, aquelas fabricadas pela Eternit, são de alguma forma concorrente dos módulos que vendemos na WDC Solar. Queria entender um pouco isso. Vanderlei, se puder comentar.

Vanderlei Rigatieri:

Tem um monte de concorrente. Claro que é concorrente em potencial. O que percebemos é que esse é um produto que por enquanto tem uma performance de rendimento ainda baixa. Então, hoje as placas solares que nós temos vendido são de altíssimo rendimento.

O que é altíssimo rendimento? Pela concentração do polisilício que foi feito nas placas, com a mesma intensidade de luz, ela gera uma potência muito maior. Isso é fantástico porque você exige menos a área, menos metro quadrado para gerar mais energia.

Então, o que temos de fazer na realidade é uma busca incessante pelo aumento dessa produtividade vamos dizer assim das placas solares. Não sei se você sabe que existem placas que são dupla face, ou seja, você gera energia direta com a insolação direta e você pinta o solo para refletir a energia e a parte de baixo da placa também gera energia.

Por que isso? Porque é a busca incessante por eficiência energética, menos metros quadrados gerando mais energia. Então, essas telhas infelizmente não têm, até onde sabemos, por enquanto, esse rendimento tão alto assim.

Então, sabe que lá nos Estados Unidos já teve esse tipo de iniciativa também, mas até agora não vemos uma eficiência energética ou um custo legal. Entendeu? É por isso que eu falo assim, claro sempre é um concorrente, mas hoje eu colocaria ele como um concorrente lá no fim da fila.

Rafael Mastrocola:

Boa, Vanderlei. E, por último, aqui tem uma. Se você puder falar sobre o potencial da Easy 4 Link, o que estamos vendo e explorar um pouco mais, veio uma pergunta agora sobre isso também claro.

Vanderlei Rigatieri:

Claro, claro. Como eu falei lá quando eu estava apresentando, quer dizer temos uma perspectiva muito boa dessa linha de Easy 4 Link. Ela começou com produtos lá atrás, aticamos a ideia, produtos tipo conectores, kits de limpeza e coisas desse tipo que eram acessórios para construção de uma rede.

E agora, demos um salto importante porque agora passamos a ser um componente estratégico que é o modem de fibra, tanto o modem de fibra com Wi-Fi e sem Wi-Fi; os cabos de fibra ótica com a nossa marca.

Então, você viu que já é 2,3% da nossa venda total. Isso deve aumentar ao longo dos próximos trimestres. E também o portfólio vai aumentar, ou seja, nós temos já um *pipeline* de lançamentos de novos produtos nessa linha. Roteadores Wi-Fi 6, por exemplo, que é uma das tendências que vamos encontrar no ano que vem.

Uma das coisas que sempre falamos durante o nosso IPO e tentamos fazer se esse *education* do mercado. É que em algum momento, Telecom deixa de crescer pelo número de assinantes e cresce pela renovação da tecnologia.

Então, o Easy 4 Link vem também ao encontro dessa nossa estratégia de termos uma linha em que vamos desenhar, participar do desenho do produto para que ele atenda às necessidades de preço, as necessidades de especificação técnica que o Brasil precisa.

Então, essa é a perspectiva. Eu estou muito animado com essa linha. Nós temos uma área, uma gerência de produto específica sobre isso. Estamos fazendo a homologação desse produto em vários provedores que querem testar e que querem fazer um estresse em termos de características e tudo mais. Acho que é uma visão muito boa. Eu acho que para a WDC vai ser uma ponta de lança bem interessante.

Rafael Mastrocola:

Está ótimo, Vanderlei. Obrigado. Pessoal, com isso encerramos aqui então o nosso *call* de resultado do 3T21. Caso tenha alguma dúvida ainda, por favor, entrem em contato conosco da equipe de RI. Muito obrigado e boa tarde a todos.

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de relações com investidor (e/ou institucional) da respectiva Companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição”