

Rafael Mastrocola:

Bom dia a todos. Meu nome é Rafael Mastrocola, sou Gerente de RI da WDC, e irei intermediar as perguntas até ao final da apresentação.

É um prazer estar com vocês durante esse nosso primeiro *video conference* de divulgação de resultados logo após o IPO. Aqui comigo estão: Vanderlei Rigatieri, CEO e Fundador da WDC, e também o Andre Valente, que é CFO e Diretor de RI.

Gostaria de informar a todos que essa *videoconference* será gravada e futuramente disponibilizada no site de RI da WDC. A apresentação que iremos passar também já está disponível no site de RI, você pode fazer o download também aqui pela plataforma, e estamos com tradução simultânea para o inglês. Para acessar a tradução simultânea, é preciso entrar pelo link em inglês.

Também temos o chat aqui na ferramenta, vocês podem enviar as perguntas a qualquer momento ao longo da apresentação. Ao final, leremos as perguntas em ordem de chegada, e aí eu peço a gentileza que vocês se identifiquem com nome e sobrenome e também a casa de onde vocês falam, a *asset*, banco ou empresa que vocês estão falando.

E por último, queria só ressaltar que as informações aqui contidas no documento e na apresentação são relacionadas a perspectivas 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, do setor e dos mercados internacionais, e portanto sujeitas à mudança sem aviso prévio.

Desde já, muito obrigado a todos. De novo, é um prazer estar aqui com vocês, e agora eu gostaria de passar a palavra para o Vanderlei para iniciar a apresentação.

Vanderlei Rigatieri:

Bom dia a todos. Quero desejar um bom evento para todo mundo aqui. Estou muito feliz de divulgar os resultados do 2T da Empresa, menos de um mês após o nosso IPO, que foi dia 26 de outubro. É um prazer muito grande estar com vocês investidores, agradecer aos investidores que acreditaram no nosso negócio, que depositaram confiança. Vamos ter um momento agora de mostrar como é que foram os resultados deste 2T.

Por favor, poderiam colocar o primeiro slide para nós. Em primeiro lugar, eu acho que esse evento que aconteceu do IPO dia 26 de julho, com o lançamento das nossas ações e a captação de R\$450 milhões, com a emissão de 19,4 milhões de ações, foi um marco histórico na Companhia. Foi um momento extremamente emocionante para todos nós, e isso vai, com certeza, definir muito do rumo da Empresa nos próximos meses.

Dentre as coisas que eu quero, desde o início, marcar aqui com esse *flash* dos números, a primeira coisa é o nosso crescimento das vendas totais da Empresa. Neste trimestre, chegamos a R\$390 milhões de vendas totais. Isso significa um crescimento de 68,4% sobre o mesmo período do ano passado. E eu lembro a todos que vendas totais é o número que mais reflete o esforço comercial, o esforço de vendas da Companhia, porque ele aglutina não só as receitas brutas das vendas, mas o VGV de todos os novos contratos que fechamos nesse período. E aí tivemos um crescimento de 68,4%.

Outro número que eu acho fantástico, e que nos deixou muito satisfeitos, foi exatamente o crescimento do lucro líquido ajustado nesse período. Chegamos a R\$25,2 milhões no 2T21, um crescimento de 89,2% sobre o mesmo período. E se olharmos os últimos 12 meses, já acumulamos um lucro líquido ajustado e R\$91,4 milhões. Essa medalhinha de ouro são os resultados que consideramos fantástico em termos da Companhia.

Outra coisa importante é o EBITDA. O EBITDA ajustado consolidado da Companhia chegou neste trimestre a R\$68,5 milhões, um crescimento de 40% sobre o mesmo período do ano passado. E no acumulado deste ano, já estamos com EBITDA na casa dos R\$127,7 milhões. Nos últimos 12 meses, o nosso EBITDA já bateu R\$259 milhões, e isso, para nós, mostra a robustez desse número e como isso vai caminhar ao longo deste ano em termos de resultados financeiros.

O número que sempre acompanhamos muito de perto é a nossa alavancagem, que hoje está em 2,4x, a dívida líquida/EBITDA ajustado. Porém, temos que lembrar que, com a entrada do capital do IPO, essa alavancagem vai temporariamente baixar para 0,9x EBITDA, mas isso é temporário, uma vez que sabemos que somos usuários ativos de capital para alavancar o nosso TaaS.

Durante este 2T também, tivemos dois novos fabricantes que entraram no nosso portfólio. O primeiro é a Logitech, uma Empresa suíça, mas sediada na Califórnia, muito forte na parte de vídeo colaboração, de câmeras para fazer vídeo conferência, ensino à distância, complementando o nosso portfólio de audiovisual na parte corporativa; e também a parceria fechada com a Huawei Solar, um dos maiores fabricantes de inversores solares inteligentes no mundo, e isso vai deixar a WDC mais bem posicionada para grandes usinas de solar.

Essas duas coisas serão muito importantes no futuro e no desempenho da Companhia nos próximos meses.

No próximo slide, eu detalho para vocês a evolução das vendas totais. Como eu falei, é o índice que mais nos mostra o nosso desempenho comercial, e vocês podem perceber que chegamos, no 2T21, no consolidado, a R\$390 milhões, e no acumulado do ano, nossa venda total chegou a R\$713 milhões, um aumento sobre o mesmo período de 71,1%. Esse é um destaque positivo, principalmente do segmento de telecom, que deu uma arrancada muito grande neste 2T.

No próximo slide, detalho um pouco melhor, entre os dois segmentos da Companhia, como foram as vendas totais. Vocês reparem que, em telecom, chegamos no 2T a R\$217 milhões de vendas totais, um crescimento de 38%, e no acumulado do ano, um crescimento de 56,9%, atingindo R\$418 milhões de vendas totais. Com isso, telecom passou a representar 58,7% do total acumulado das vendas da Companhia nesse período.

O corporativo não ficou muito atrás, pelo contrário. Tivemos um avanço no 2T de 130% nas vendas totais, passando a R\$173 milhões, e no acumulado, crescemos 96,4%, passando a R\$294,7 milhões no segmento corporativo.

E aqui, destaco que a parte *enterprise* teve uma recuperação muito importante neste trimestre com a volta de alguns projetos de grande porte, principalmente a parte de infraestrutura, rodovias e essas concessões novas, que estão deixando esses projetos de segurança eletrônica e vigilância muito importantes para nós. Houve um crescimento de 47,3% no 2T contra o mesmo período do ano passado.

No próximo slide, mostro para vocês o desempenho do solar. Como vocês sabem, vimos falando durante todo o nosso *road show* antes do IPO, essa é uma unidade que tem uma perspectiva de crescimento enorme, e não é para menos. Vejam aí que, do 2T20 para este 2T, crescemos as vendas em 6,1x, atingindo R\$79 milhões. E no acumulado do ano, crescemos 7x o mesmo volume do ano passado, atingindo vendas de R\$134 milhões nesse período.

Se vocês se fizerem uma conta simples, pegando esses R\$79 milhões deste *quarter* e multiplicando por quatro, dá uma ideia do tamanho desse segmento que temos esperado anual, passando dos R\$300 milhões de venda esperada.

O solar está em expansão. Está ganhando market share no mercado, principalmente no segmento de médias empresas e grandes residências, e agora esperamos também um crescimento forte e participação maior da WDC nas grandes usinas, com a entrada da parceria com a Huawei Solar.

No próximo slide, vou falar um pouco sobre o nosso TaaS. Em primeiro lugar, quero apresentar para vocês a persona TaaS, essa menina que está aí. Criamos digitalmente a nossa persona, que é a TaaS, que será digitalmente quem vai acolher os clientes quando fizerem contatos digitais com a Companhia, ajudar no suporte técnico, ajudar no esclarecimento sobre dúvidas sobre os contratos; enfim, estamos também partindo para uma digitalização forte do atendimento e começamos com a TaaS.

E aqui, o desempenho dos contratos de locação dessa modalidade, ele tem mostrado uma pujança, uma robustez cada vez mais forte no nosso resultado. Vejam esses resultados que eu mostro aqui, que nós passamos a ter, neste 2T, 448 novos contratos de TaaS fechados, com um ticket médio de R\$295.000 reais cada contrato. O crescimento do número de contratos no mesmo período de 18%, e essa combinação é muito importante, porque é mais o contrato com maior valor unitário.

Isso representa, no acumulado de vendas totais no trimestre, uma venda total de R\$132 milhões de novos contratos. Isso representa um crescimento de 30% sobre o mesmo período do ano passado em termos de vendas totais. Isso, para nós, é extremamente importante dentro da nossa estratégia de crescimento.

No próximo slide, mostro um pouco também daquela evolução do prazo médio dos novos contratos que buscamos. Reparem que, no 1T20, o prazo médio dos contratos de locação era de 27 meses, e fomos puxando isso, incentivando a nossa equipe, incentivando os nossos clientes a aumentarem o prazo médio na maior parte dos contratos.

Isso é uma estratégia deliberada nossa, é uma filosofia muito importante de administração porque, na medida em que eu aumento o prazo médio do contrato, no curto prazo eu prejudico um pouco o nosso EBITDA porque, imaginem, as parcelas desses contratos serão menores, o reconhecimento de receita será menor, mas eu privilegio o longo prazo.

É isso que eu sempre falo, já discutimos bastante com os investidores durante o nosso road show, eu falo para todos e repito: a WDC não é uma Empresa que pensa no curto prazo. Nós queremos agregar valor para todos os *shareholders*, para a Companhia como um todo no longo prazo. E esse é o maior indicador do que estamos fazendo. Ou seja, quanto maior o prazo dos contratos, muito melhor em termos de geração, de *backlog* receita futura. E isso, para a estabilidade da Companhia, para a previsibilidade da Companhia, é fundamental.

No próximo slide, eu mostro um pouco da evolução, tanto do CAPEX usado para fazer novos contratos. Vejam que a usamos praticamente o mesmo CAPEX do *quarter* passado, de R\$63,6 milhões, para gerar 30% a mais de receita, de VGV dos contratos. Então, aumentamos bastante a nossa performance em termos de uso desse CAPEX.

E isso vai se refletir muito na parte de *backlog* de receita. Reparem que no 2T20, nós tínhamos um *backlog* de receita futura da ordem de R\$314 milhões, e crescemos agora neste 2T21 para R\$519 milhões. Ou seja, nós temos aí uma receita futura garantida muito maior, 65% maior do que o mesmo período do ano passado.

Esse crescimento do *backlog* tem a ver com aumento dos prazos, dos 47 meses, e aumento das vendas totais também, que foram os 30% no mesmo período deste ano.

Eu gostaria de aproveitar os próximos slides, que entram um pouco mais a fundo em alguns indicadores, e pedir a colaboração do meu CFO, Andre Valente, para complementar o resto da apresentação. Depois eu volto, no final.

Andre, por favor.

Andre Valente:

Obrigado, Vanderlei. É um prazer, meu nome é Andre Valente, eu lidero a área financeira da WDC.

No próximo slide, apresentamos alguns indicadores relacionados aos resultados da Companhia. O primeiro deles é a receita líquida, que seguiu sua tendência de crescimento, como podem ver, alcançando 72,7% de crescimento versus o mesmo período do ano anterior, e alcançamos um total de receita líquida dos últimos 12 meses de R\$912 milhões.

Os resultados, começamos destacando o EBITDA ajustado, e aqui eu gostaria de destacar dois pontos importantes. O primeiro, explicar para vocês o que significa esse termo 'ajustado' que sempre utilizamos, relembra-los, na verdade. Ele se refere principalmente à exclusão de algumas despesas relacionadas ao IPO, e também à remuneração variável baseada em ações, ambos ocorridos e encerrados em julho de 2021.

E também, um efeito positivo que excluimos dos nossos resultados, que foi relacionado à decisão do STF de exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS/COFINS, que trouxe um efeito positivo para os resultados da WDC de R\$8,6 milhões neste 2T. Nós excluimos este efeito dos nossos indicadores ajustados porque esses créditos se referem principalmente ao período compreendido entre 2017 e 2020.

Relacionado ao 1S21, temos R\$900.000 reais, esse é um impacto positivo neste semestre, e é um item recorrente. Então, esses R\$900.000, nós não excluimos.

Outro item importante a destacar aqui no que diz respeito ao EBITDA ajustado é com relação à retração de margem percentual, que, como podem ver, reduziu de 30% aproximadamente para 25%, muito decorrente de dois fatores, que são fatores repetidos em relação à nossa apresentação dos resultados do 1T, que foi o crescimento exponencial da nossa BU solar, que segue em seu período de maturação e alto crescimento e, como vocês sabem, possui margens um pouco inferiores aos demais segmentos da Companhia.

E o segundo item, que também toca essa redução percentual da margem EBITDA, conforme nossos modelos, nossas projeções, já vimos aplicando o alongamento dos prazos dos contratos do TaaS que danificam o nosso curto prazo ou em favor do longo prazo. Este é um efeito que, como o Vanderlei comenta, temos uma Empresa voltada ao futuro, então não temos uma visão de curtíssimo prazo, e entendemos que, quanto maior o prazo, mais tempo o cliente fica na nossa base e mais recorrência de receitas e resultados nós temos na nossa tese.

E por último, esse último gráfico, temos aqui o lucro líquido ajustado, que fechou com R\$25,2 milhões no 2T21, alcançando R\$36,4 milhões no semestre a R\$91 milhões nos últimos 12 meses, demonstrando uma margem líquida de 10 p.p. quando comparamos os R\$91 milhões nos últimos 12 meses com os R\$912 milhões da receita líquida dos últimos 12 meses.

Na sequência, demonstramos um pouco a análise dos segmentos da Companhia. Temos aqui o segmento de telecom, no qual demonstramos a nossa performance robusta, onde as vendas totais cresceram 38%. Temos um market share de aproximadamente 20% da quantidade de novas conexões de fibra ótica instaladas no Brasil conforme dados da Anatel. O TaaS no telecom representou 50,2% deste segmento, demonstrando a maturidade de quem faz TaaS há mais de sete anos. E a receita líquida do telecom alcançou R\$139 milhões, com um EBITDA ajustado, como vocês podem ver, de R\$61,4 milhões, com crescimento de 40%.

E aí, no *grid* de análises, temos principalmente o crescimento do volume e também o ganho de margem, demonstrando a robustez do resultado da principal divisão da Companhia.

Seguindo, temos o segmento corporativo. O segmento corporativo observou um crescimento bastante importante, de 130%, impulsionado principalmente pela BU solar, e também com a retomada de vários projetos corporativos na nossa BU de *enterprise*. A receita líquida cresceu R\$138 milhões, são aproximadamente 150% de crescimento, e o EBITDA ajustado, como podem ver no slide, alcançou R\$7,1 milhões, com crescimento de 44 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior, aqui principalmente com um incremento de volume e margem, e também com muitas despesas variáveis, principalmente com representação comercial e um efeito da provisão de devedores duvidosos, que também traz um efeito no EBITDA total do corporativo.

Abordamos também o nosso fluxo de caixa, no próximo slide. A nossa posição de caixa segue de acordo com o nosso planejamento. Nós iniciamos o ano, como vocês podem verificar, com pouco mais de R\$89 milhões em caixa, aumentamos a nossa posição em capital de giro em R\$75 milhões, principalmente relacionada a incremento de estoques, muito em linha com a nossa estratégia de crescimento futuro. Tomamos R\$245 milhões de novas dívidas no semestre, e amortizamos R\$89 milhões de contratos de dívidas correntes da Companhia.

O CAPEX do semestre foi de R\$124 milhões, como podem verificar também na análise de variação do caixa, muito relacionado à nossa venda total de VGV do TaaS, que no semestre foi de R\$256 milhões. Para um CAPEX de R\$124 milhões, tivemos vendas de contratos de R\$256 milhões, o que está muito em linha com o que sempre propusemos para essa modalidade do TaaS.

E fechamos o semestre com caixa de R\$22 milhões, claro que bastante aumentado com os recursos líquidos do IPO, que foram R\$405 milhões, descontando todas as despesas relacionadas, e que estão devidamente aplicados e, conforme apresentamos anteriormente, serão utilizados no decorrer dos próximos meses com a venda de novos contratos de locação na nossa metodologia do TaaS.

Seguindo, apresentamos também no próximo slide, concluindo a parte dos números, um *overview* do nosso perfil do endividamento da Companhia, onde fechamos o trimestre apresentando um horizonte futuro de endividamento que possui um prazo médio de amortização de 29 meses e um custo médio ponderado de CDI + 3,46%.

Logo após a oferta, ao final de julho, já logramos a primeira renegociação de dívidas junto ao Banco BTG Pactual, reduzindo *fees* de remuneração, excluindo também a necessidade de depósitos colaterais de garantia, e excluindo também todos os *covenants* financeiros que temos com todas as dívidas contratadas junto a essa instituição.

E devemos, ao longo das próximas semanas, seguir evoluindo na gestão de caixa da Companhia, buscando oportunidades oriundas desse melhor perfil da Companhia pós-oferta.

É isso. O próximo slide, gostaria de passar para o Vanderlei falar um pouco de perspectivas.

Vanderlei Rigatieri:

Excelente. Eu acho importante dar uma visão de perspectiva, do que está por vir. A primeira coisa que eu quero ressaltar é o resultado que aferimos de lucro líquido nesses últimos 12 meses nos dá certeza de que conseguiremos atingir nossos *targets* deste ano. Os nossos investidores passaram pelos nossos road shows etc. podem ter certeza de que estamos no caminho certo. Estamos entregando aquilo que estamos prometendo.

Eu sempre falo que a Companhia tem uma característica muito forte de planejar e entregar aquilo que planeja. Temos essa característica de seguir muito fortemente o nosso planejamento.

Na parte de telecom, o mercado segue muito forte ainda, com demanda crescente, como vocês viram nos resultados. Conseguimos até aumentar a margem, principalmente porque estamos sentindo que a entrada das redes neutras e o movimento de consolidação dos provedores tiveram um efeito muito interessante de pequenos provedores melhorarem as suas redes para ficarem mais atrativos, e isso tem nos ajudado bastante a montar redes melhores, melhorar a qualidade da infraestrutura desses provedores.

Somado a isso, também fechamos bons negócios neste semestre na parte de construção de datacenters e de *backhails* em DWDM. Esse movimento continua, e isso deve aumentar ainda daqui para o final do ano.

No segmento corporativo, tivemos uma surpresa muito positiva. Vocês sabem, o mercado corporativo, o mercado de audiovisual foi aquele que mais sofreu com a pandemia, foi o que sofremos em termos de renegociação de pagamentos, PDD etc. Mas sentimos uma recuperação muito forte neste 2T, e todas as perspectivas e *forecasts* estão dizendo que isso deve continuar ainda mais daqui para frente.

Esses nichos que estavam extremamente sofridos devem começar a retornar. Sentimos principalmente a parte de audiovisual voltando. Por isso até a parceria com a Logitech, que acho que é importante dentro dessa perspectiva.

E também a parte de novos projetos de infraestrutura. Neste semestre, tivemos um grande projeto que fechamos de aeroporto, o aeroporto de Cuiabá com o nosso parceiro, e isso deve impulsionar as novas concessões que já foram licitadas de aeroportos, e até de rodovias, investimentos nas rodovias. Isso tudo ajuda bastante o segmento corporativo da WDC.

Essas duas parcerias que eu citei no início vão trazer, com certeza, grandes oportunidades para nós. A Huawei Solar é importantíssima, principalmente para atingirmos usinas de maior porte. Isso tem um volume muito grande, uma receita muito grande nessas novas usinas.

E tem um ponto de atenção que eu sempre posso sempre gosto de deixar claro, que vocês devem estar acompanhando, várias indústrias e vários segmentos sofrendo com a falta de chip, a falta de componentes.

Sofremos menos com isso nesse período todo dada a nossa diversificação de portfólio. Temos sempre mais do que um fornecedor do mesmo produto, seja na parte de telecom, seja na parte corporativa.

Mas a logística internacional, essa sim é um ponto de preocupação, porque os embarques, os navios têm atrasado e têm gerado bastante custo adicional de transporte. Vocês devem ter acompanhado, no mundo todo os embarcadores subiram demais os preços dos contêineres marítimos, para qualquer rota, e isso sempre é um ponto de atenção. Essa mesma situação, a nossa visão é de que vai permanecer no 2S21, e acho que com perspectiva de melhora só no ano que vem.

Acho que esse é um panorama geral do podemos dizer em termos de futuro, mas que, na totalidade, é muito positivo, é muito agradável pensar que estamos agora mais capitalizados, que fizemos o IPO e temos mais condições de pegar mais oportunidades nos dois segmentos.

Acho que era isso, pessoal. Muito obrigado até agora. De novo, repito, é um grande prazer falar com vocês, mostrando os resultados deste trimestre.

E acho que agora vou passar para o Rafael, porque talvez haja perguntas, alguma coisa para ajudarmos a esclarecer para vocês.

Marco, MultiValor (via webcast):

Como a WDC vê a consolidação das ISPs, em função dos M&As que vêm acontecendo no segmento? E como essa concentração pode ser benéfica ou prejudicial para a WDC?

Vanderlei Rigatieri:

Esse foi um tema recorrente durante o nosso road show, e eu até mostrei um pouco daquilo que aconteceu neste 2T. A consolidação das ISPs, quando ela começou em 2018, 2019, sentíamos que poderia ser algum tipo de coisa prejudicial para a WDC.

Mas eu lembro muito bem o caso da Sumicity, um dos primeiros a receber investimento de fundos, que foi o fundo EB Capital, e eu lembro que depois da entrada do EB, depois de eles começarem a comprar mais provedores, praticamente mais do que quadruplicamos o número de vendas totais para eles,

Ou seja, a consolidação dos provedores tem sido benéfica para a WDC, porque eles estão comprando provedores muito pequenos, que até aquele momento não atendíamos, ou atendíamos parcialmente, e com a profissionalização desses provedores consolidados, em um ambiente mais profissional, que tem CFO profissional, CEO profissional, conseguimos posicionar melhor a nossa oferta, principalmente a nossa oferta de TaaS, e isso tem sido muito bom.

Outra coisa que temos sentido é exatamente a parte de os provedores se prepararem para uma possível aquisição. Como vocês sabem, os provedores menores passam por algumas dificuldades de organização, de ter a rede documentada, ter produtos com origem, com garantia etc. Então, percebemos uma busca maior desses provedores menores em deixar a rede mais robusta, mais auditável, mais atraente pra eventuais aquisições futuras.

Até agora, o que temos visto é um movimento muito positivo para o nosso negócio. Lembro que, dos 6.000, 10.000, nunca sabemos exatamente o número total desses provedores, a WDC atinge 2.000 deles. Então, o que temos percebido é que, ao longo desse processo de consolidação, temos aumentado a nossa capilaridade, temos conseguido vender para provedores menores.

E quando eu falo 'vender' é também alugar, porque temos percebido, por exemplo, uma preocupação desses provedores em ter uma infraestrutura, por exemplo, de datacenter pra ter os seus servidores armazenados em um ambiente mais profissional, com mais qualidade, mais segurança, e não ter mais aquele datacenter que era só um lugar, uma sala com ar-condicionado de conforto, e sem a preocupação de funcionamento 24/7. E agora percebemos uma necessidade maior.

Além disso, tem aquilo que acontece depois dessa consolidação e de entrada desses novos provedores juntos, que é a construção de *backhaul*, ou seja, a interligação desses provedores entre si na mesma rede. Isso 'driva' projetos de DWDM, que conseguimos fechar, para vocês terem uma ideia, nesse 1S, dez novos projetos de *backhaul*, e tem alguns ainda para serem entregues no 2S.

Isso tudo tem sido benéfico, porque os provedores ficam mais profissionais, e quanto mais profissionalizado, quanto mais preocupado com qualidade, nos ajuda como fornecedor de produtos de qualidade e com mais garantia para eles.

Marco:

Quem são os principais concorrentes no segmento de telecom? Vocês têm preços e condições para competir com esses concorrentes?

Vanderlei Rigatieri:

Muito boa pergunta, Marco. No mercado de telecom, eu sempre separo por tecnologia. Nós temos vários produtos que vendemos para o segmento de telecom. Um deles é a rede FTTH, a rede GPON. A rede GPON tem hoje basicamente no mundo quatro grandes fornecedores. Nós temos a Nokia, temos a Huawei, temos a ZTE e a Fiberhome.

Depois desses quatro, existem N outras marcas que eu considero *white label*, que são genéricas, que também participam do segmento, principalmente no segmento *low end*, que são produtos desenhados por alguma empresa, ou são empresas chinesas que pegam esse projeto e tentam vender a preços menores. Isso é assim no mundo inteiro.

Aqui no Brasil, a WDC, desses quatro grandes, vende Nokia e Fiberhome. Então, temos a competição dos outros dois fabricantes: Huawei, que tem três distribuidores aqui no país, menores, que são Agora Telecom, Connectoway e FiberX, e tem a ZTE, que vende no país através de uma parceria com a Multilaser. A Multilaser, há um ano e meio, dois anos, entrou nesse segmento também, em um modelo muito parecido com o da WDC, de importar componentes e montar localmente o produto, e ela tem tido uma boa presença nos provedores também. Entrou depois, ainda não tem um market share tão grande, mas é um bom concorrente, um concorrente de peso.

Em relação a preço e condição de competir, é claro que temos. Estamos nesse segmento muito antes do que qualquer um desses competidores. Começamos a vender para provedor FTTH, *fiber to the home*, em 2011.

Eu tenho que lembrar vocês que em 2011 eu fiz aquela aventura de pegar uma caminhonete e andar 50.000 km pelo Brasil conhecendo a fundo esses provedores, e depois de oito meses na estrada, quando voltamos, foi quando montamos a fábrica lá em Ilhéus para produzir os produtos de telecom, principalmente o que chamamos de ONU, que é o modem de fibra que vai na casa do cliente.

E hoje somos muito competitivos. Tanto que no último resultado da Anatel, que ela divulga mensalmente o número de novos assinantes de fibra, de banda larga fixa, nós chegamos a 19% de market share de novos assinantes. Isso é muito importante. Ou seja, nós vendemos mais de 770.000 novos assinantes nesse período, contra 3,6 milhões, 3,7 milhões, não me lembro bem o número, que foram os novos assinantes nesse período em todas as operadoras e provedores.

Então, somos muito competitivos, temos um market share alto, e o nosso modelo de locação é muito atrativo para eles. Isso também ajuda bastante.

Em relação a outros produtos dentro do mercado de telecom, existe, por exemplo, o DWDM, que é um produto muito mais complexo, que interliga cidades em alta capacidade. Você tem uma fibra e você consegue colocar nessa fibra vários feixes de luz, de diversas cores. E isso é uma tecnologia muito avançada.

A WDC começou a vender isso há dois anos, e hoje temos os principais concorrentes, um deles é nacional, que é a Padtec. A Padtec tem um produto competitivo até certa capacidade, se não me engano de 40 GB, depois ela não tem tecnologia para mais do que isso, e aí temos outros fabricantes que fazem isso.

Nós vendemos a tecnologia da ECI, que é uma empresa israelense, e temos outros fabricantes como Siena, Infinera, a própria Huawei tem também produtos, a Nokia. Mas temos tido um sucesso muito grande porque como o projeto de DWDM normalmente é um investimento alto, o nosso modelo de TaaS encaixa muito bem nesse segmento. Acho que esse é mais ou menos o panorama que temos da concorrência.

E tem terceiro produto, que é cabo de fibra ótica. Temos uma participação bem importante vendendo os cabos da Fiberhome, que nós importamos e vendemos, e aqui no Brasil temos alguns fabricantes nacionais como a Furukawa, como a Prysmian, como ZTT, que também são fabricantes de peso, mas temos tido um grande sucesso aqui na venda dos nossos cabos, porque a Fiberhome, mundialmente, é um dos maiores fabricantes e um dos maiores fornecedores para as operadoras do mundo todo.

Espero que tenha respondido à sua pergunta, Marco.

Rafael Mastrocola:

Não temos nenhuma outra pergunta no chat. Vanderlei, se quiser fazer algum comentário final para encerrarmos.

Vanderlei Rigatieri:

Estou muito muito contente de poder estar aqui falando pela primeira vez com nossos investidores, seja o investidor pessoa física, sejam fundos, todo mundo que apostou na WDC.

Novamente, essa é uma empresa de longo prazo. Eu gostaria que vocês olhassem para a WDC como uma empresa que tem uma perspectiva de agregar valor ao negócio ao longo de vários anos. Temos um plano muito bem definido, seja no segmento de telecom, seja no segmento corporativo ou no solar, muito bem definido.

Definimos também uma esteira de novas ofertas que temos para todos esses segmentos, e eu acho que estamos executando conforme o planejado. Acho que uma das coisas importantes é prometer e entregar, e acho que o resultado que estamos entregando agora está exatamente nessa linha.

Eu me lembro de vários papos com investidores, e eu não sei se eles estão nos assistindo, eu não consigo ver todo mundo que está nos assistindo, mas me lembro muito bem das conversas com os investidores e eles me falavam muito, “Vanderlei, posso lhe dar um conselho: entregue o resultado, porque é assim que pensamos”, e eu estou exatamente nessa linha, e estou muito feliz, porque é aquilo que planejamos como resultado, estamos entregando.

E eu estou cumprindo essa palavra, e não só a palavra, mas o plano, porque em negócios é muito importante você conhecer o mercado, conhecer o seu segmento, conseguir ter dentro de casa uma equipe bem-preparada. Hoje, temos uma equipe muito forte, algumas pessoas que vieram depois do momento da profissionalização da Empresa, em 2017, que realmente agregaram muito valor. Tenho muito orgulho desse time. É um time que veste realmente a camisa. Na realidade, eles não vestem a camisa, eles fazem transfusão de sangue, e isso é muito importante porque nos ajuda a gente a conseguir trazer para o negócio muito resultado.

Estamos em mercados que crescem, e isso é muito importante. Não estamos em nenhum mercado que tenha restrição de crescimento, pelo contrário. Solar, telecom, corporativo, ainda têm muito espaço para crescer. O modelo de negócio que criamos no Brasil, que junta a possibilidade de montar o produto local, deixar o produto mais acessível. O modelo de TaaS que trouxemos em 2013. Eu sempre falo, nós não inventamos a roda a gente, só olhamos o que estava acontecendo no mundo, que é uma tendência de se comprar TI e comunicação via OPEX. Tudo isso criou um ciclo virtuoso, que traz muito resultado para a Companhia.

Então, queria deixar essa palavra final para todos vocês. Estamos trabalhando bastante, todo mundo da Companhia, para entregar o plano, entregar resultado, para gerar valor para conseguir fazer com que essa Empresa seja extremamente bem-sucedida.

Muito obrigado a todos.

Rafael Mastrocola:

Muito obrigado. Bom dia a todos. Com isso, encerramos o primeiro *call* de resultados do 2T21. Bom dia.

“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”