

TRANSCRIÇÃO VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS 2T21

Davi Coin Bacichette:

Bom dia a todos!

Obrigado por estarem com a gente na apresentação dos resultados da Randon referentes ao segundo trimestre de 2021. Está será a nossa primeira conferência de resultados em formato de vídeo. E esse modelo foi pensado para estarmos mais próximos de você e mais conectados também às novas tendências.

A apresentação será conduzida pelo nosso CEO, Daniel Randon, nosso CFO e DRI, Paulo Prignolato e o nosso Diretor de Finanças e de Relações com Investidores, Esteban Angeletti. Também participa aqui com a gente o Diretor de RI e M&A da Fras-le, Hemerson Souza, e o time de RI da Randon (que somos eu, Davi, a Caroline e o Gustavo).

Após as apresentações dos diretores, nós teremos uma sessão de perguntas e respostas, em que você pode participar de duas formas: enviando sua pergunta por escrito ou pedindo para fazer sua pergunta por voz. Nas duas modalidades, você precisa clicar no botão Q&A. Se for por escrito, inclua seu nome, empresa e a pergunta que gostaria de fazer. Se preferir por voz, basta colocar seu nome, empresa e idioma para entrar na fila.

A gente gostaria de lembrar também que este evento está sendo traduzido simultaneamente para o inglês e conta com interpretação em libras. Para colocar seu áudio em inglês, basta clicar no botão "Interpretation", que está na barra inferior da tela. E para ficar só com o áudio do tradutor, é só clicar em "unmute original audio".

Informamos também que o evento está sendo gravado, e que a gravação será disponibilizada em nosso site de Relações com Investidores após o encerramento.

Na tela trazemos agora avisos importantes, recordando que as declarações e projeções da Companhia não são garantia de desempenho e envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer.

E antes de passar para o Daniel iniciar, vamos dar uma rápida olhada na pauta de hoje, em que falaremos sobre os destaques do trimestre, a visão geral dos negócios e o desempenho consolidado. Na sequência, nós traremos ainda informações sobre a Randon no mercado de capitais, a performance por segmento, encerrando com ESG e inovação.

E agora sim começaremos nossa apresentação. Daniel, é com você.

Daniel Randon:

Obrigado Davi.

Bom dia a todos! Hoje eu começo minha apresentação comemorando as conquistas recentes.

Além dos resultados do trimestre, que apresentaram boa performance e serão explicados pelo Paulo, gostaria de compartilhar com vocês um importante reconhecimento que a Randon recebeu do mercado de capitais.

Nós figuramos em 1º lugar no ranking **2021 Latin America Executive Team**, da Institutional Investor, dentro do setor de Capital Goods, na categoria Small Caps.

A Randon liderou 7 das 8 categorias em que apareceu e ficou entre as 3 melhores em todas as categorias, inclusive na classificação geral.

Nós ficamos muito felizes e nos sentimos muito honrados com este prêmio. Aparecer pelo 3º ano consecutivo liderando esse ranking, nos motiva muito a seguir evoluindo.

Agradeço a confiança no nosso trabalho e também a dedicação do time de RI, que busca constantemente a melhoria nos nossos processos e na divulgação das informações, atendendo aos nossos investidores no dia a dia. Estendo também o agradecimento a todos os mais de 13 mil protagonistas das Empresas Randon que estão juntos com a gente nessa jornada diária, pois sabemos que este reconhecimento é fruto de um trabalho coletivo, na busca constante do nosso propósito de conectar pessoas e riquezas gerando prosperidade.

Falando um pouco então sobre os destaques do segundo trimestre, em cenários como os que estamos vivendo, com alta demanda por produtos, tanto no mercado interno quanto no externo, a carteira de pedidos se alonga, e passamos a ter uma boa visibilidade de vendas para os meses seguintes.

Embora essa previsibilidade ajude a fazer a gestão dos negócios, todos os dias surgem novos desafios, relacionados à capacidade produtiva, pressão inflacionária e escassez de insumos, sem esquecer também da Covid-19, que ainda exige cuidados da parte de todos, mesmo com o avanço da vacinação. Mas superar as adversidades é algo que faz parte do ambiente de negócios, principalmente quando temos tantos fatores positivos para sobrepor os negativos.

No segundo trimestre, apresentamos receitas recordes mais uma vez e as margens se mantiveram em bons patamares, fruto de muito trabalho de todas as áreas e unidades que fazem parte das Empresas Randon.

Sabemos que os resultados de uma empresa se constroem com medidas que visam não só atender as necessidades de curto prazo, mas também para os próximos anos e é por isso que seguimos realizando movimentos relevantes, relacionados a automação, ampliação de nossa capacidade e, principalmente, incentivando o protagonismo das pessoas, que são a base de tudo que fazemos.

Como resultado desse esforço, estamos colhendo frutos importantes para a perpetuação dos negócios das nossas empresas, dos quais posso destacar:

- a maior diversificação do modelo de negócios;
- o acesso a novas fontes de receitas e novas geografias;
- a captura de sinergias entre nossas unidades de negócios e;
- a adoção das melhores práticas de governança corporativa;

Neste trimestre tivemos um pouco de cada um desses fatores, dentre tantos outros. Alguns que gostaria de mencionar a vocês são:

- A ampliação da nossa capacidade de fundição e usinagem, com a aquisição da Unidade Produtiva Isolada do Grupo Menegotti;

- O acesso ao mercado de *fintechs* com a constituição da R4 Digital, em parceria com a 4All;
- A divulgação da nossa Ambição ESG corporativa, e a adesão ao Pacto Global da ONU;
- E na frente de inovação, o novo posicionamento do CTR e do IHR, que vou explicar mais adiante.

Outro destaque, sobre o qual irei dar mais detalhes ao longo da apresentação, é referente a revisão do nosso Guidance para 2021, sendo a primeira vez nos últimos 5 anos que ajustamos para cima nossas projeções, fato que nos traz satisfação não só como empresa, mas por sabermos do impacto positivo que o crescimento dos nossos negócios geram onde quer as Empresas Randon estejam presentes.

Passo agora a palavra ao Paulo, para detalhar um pouco mais os números do trimestre.

Paulo Prignolato

Bom dia a todos e obrigado Daniel.

Agradeço então por estarem acompanhando essa apresentação dos nossos resultados em nossa primeira videoconferência desses resultados trimestrais.

Falando um pouco sobre nosso modelo de negócios, e abrindo as receitas por divisão, nós observamos, no primeiro gráfico, a predominância das receitas vindas da divisão autopeças.

Um dos fatores importantes para este desempenho está relacionado aos mercados de atuação da Companhia, como o crescimento da produção de caminhões no país, cuja demanda está nos melhores patamares desde 2014. Também podemos destacar, a recuperação das exportações, que são muito importantes, principalmente para a controlada Fras-le, e que se beneficiam do câmbio favorável na conversão para o Real.

Outro fator relevante são os movimentos de M&A da Divisão de Autopeças, dos quais podemos citar a Nakata, pela Fras-le, e a CNCS e a Fundituba pela Castertech, que se somaram às receitas desta divisão e que também tem contribuído para ampliar a nossa diversificação, agregando diferentes tipos de produto ao portfólio e ampliando nossa atuação em setores como o da reposição.

Apesar da divisão autopeças ser a mais representativa em receitas, não podemos esquecer da importância da divisão montadora, na qual produzimos e vendemos implementos rodoviários e vagões ferroviários.

Esta é a divisão mais exposta à resiliência do agronegócio e cujo segmento principal de atuação, os semirreboques, representaram 35% da receita líquida consolidada, ou seja, foram a categoria de produto mais representativa em receitas para a companhia como um todo.

E a venda de cada semirreboque fortalece a demanda de produtos das nossas empresas de autopeças, já que neles são utilizados os eixos e

suspensões fabricados pela Suspensys, os Freios da Master, os pinos e aparelhos de levantamento da JOST, dentre outros.

Essa sinergia e a interligação entre os negócios, juntamente com a nossa diversificação, é o que cria a força do grupo que temos nas Empresas Randon. Falando um pouco agora do mercado em geral, nós vemos, na tabela, números bastante expressivos.

A quantidade de semirreboques vendidos no trimestre, por exemplo, é a maior da história desse segmento, para um único período de apenas 3 meses. Se voltarmos ao pior ano da crise de 2016, o volume do 2T21 ultrapassa o que foi vendido naquele ano inteiro.

O mercado de caminhões também apresentou crescimento significativo nos comparativos com o 2T20 e até mesmo com o 1T21. E as montadoras sinalizam que esse ritmo forte deve continuar ao longo do segundo semestre. O principal fator que tem contribuído para a forte demanda desses produtos é o momento ímpar do agronegócio brasileiro, mas temos que ressaltar também a melhora das projeções do PIB, indicando que os mais diversos setores da economia têm reagido positivamente ao avanço da vacinação no país. E se o PIB cresce e mais riquezas são geradas, temos maior necessidade pelo transporte.

Mas se na ponta da demanda observamos sinais favoráveis, por outro lado temos que destacar a forte inflação, principalmente dos insumos produtivos, e que deve permanecer para os próximos meses, além da elevação das taxas de juros, aumentando os custos de financiamento.

Agora vamos falar um pouco mais sobre o desempenho da Companhia no trimestre. Começamos pela receita líquida consolidada, que atingiu R\$ 2,1 bilhões.

Gostaria de destacar que este é nosso quarto trimestre seguido de recorde de receitas e a primeira vez em nossa história que superamos os R\$ 2 bilhões em um único trimestre.

Todas as divisões apresentaram crescimento no comparativo trimestral e os principais fatores para este aumento foram:

- O crescimento na venda de semirreboques e vagões ferroviários;
- A forte demanda das montadoras de caminhões;
- A recomposição de preços em algumas linhas de produtos;
- O avanço das exportações, em nossas duas divisões industriais;
- A incorporação das receitas das empresas adquiridas como a Nakata, a Fundituba, CNCS e a Auttom;
- O bom desempenho do mercado de reposição e;
- A boa performance na divisão serviços financeiros e digitais.

Passando agora para as receitas do mercado externo, que somaram US\$ 71 milhões no trimestre, destacamos a recuperação dos volumes nos diferentes países de atuação da Companhia, além da conquista de novos clientes, muito por conta do avanço da vacinação e da retomada da confiança.

As regiões em que as exportações apresentaram maior relevância foram Mercosul e Chile, principalmente na venda de semirreboques, e o mercado norte-americano, principal destino dos produtos da Fras-le.

Outro fator que tem contribuído para o avanço das exportações brasileiras está relacionado ao aumento expressivo dos custos logísticos globais, tornando o Brasil uma opção mais atrativa para alguns clientes do exterior. Falando agora do EBITDA, observamos que a Randon segue apresentando forte geração de caixa operacional, alcançando R\$ 322 milhões de EBITDA Consolidado e uma margem de 15,3%.

Como já destaquei antes, o mercado está muito aquecido tanto no Brasil como no exterior. E isso possibilitou uma ótima utilização de capacidade das nossas fábricas, permitindo maior diluição dos custos fixos, com o aumento dos volumes produzidos.

Por outro lado, estamos enfrentando sucessivos aumentos de preços de matérias-primas, principalmente no aço.

Realizamos reajustes de preços em diversas linhas de produto e estamos trabalhando internamente para mitigar os efeitos da inflação, mas ao longo do segundo trimestre, já observamos um impacto maior nas margens. E essa pressão deve continuar para os próximos meses, permanecendo como ponto de atenção, junto com a escassez de insumos.

Passando para o resultado líquido consolidado, registramos lucro de R\$ 122 milhões no trimestre, com margem líquida de 5,8%.

Eu reforço que o lucro líquido obtido é resultado de uma combinação de fatores. Destacando alguns deles como:

- o bom momento de mercado e a capacidade de execução da empresa;
- o crescimento dos negócios da Companhia, que está fazendo mais com menos;
- o desempenho positivo de todas as unidades de negócios em nossas três divisões;
- os investimentos em produtividade, focados em inovação e automação;
- as aquisições de empresas, com a captura de sinergias entre todas as unidades.

E toda essa operação, em ritmo acelerado, e a própria dinâmica do mercado, com a elevação dos preços dos insumos, tem nos exigido maior necessidade de capital de giro, que, no primeiro semestre de 2021, aumentou em R\$ 752 milhões.

Como pode ser observado no gráfico da NCG, a maior parte deste valor se refere à conta de estoques, tanto de produtos prontos, quanto de matérias-primas. A conta clientes também apresentou elevação, principalmente em função do aumento das vendas.

Com isso, observamos um crescimento da nossa dívida líquida, que passou de R\$ 859 milhões ao final de 2020, para R\$ 1,7 bilhão no final de junho de 2021.

Neste mesmo comparativo, a alavancagem passou de 0,72x o EBITDA dos últimos 12 meses, para 1,05x EBITDA no 1S21. Consideramos este, um nível saudável para o indicador.

Também observamos, no período, um aumento do custo médio da dívida em moeda nacional, principalmente devido à elevação da taxa SELIC ao longo dos últimos meses.

Investimentos também são necessários para dar continuidade ao bom momento da Companhia, seja para manutenção dos ativos, aumento da nossa capacidade produtiva ou para acessar novos negócios.

Nesse trimestre foram R\$ 102 milhões investidos, divididos em orgânicos, não-orgânicos e integralização de capital. Destaco alguns deles:

- a conclusão da expansão da Randon Araraquara, para aumento de capacidade;
- transferência da fábrica da Nakata para a cidade de Extrema, em Minas Gerais;
- e os valores pagos pelas aquisições de empresas, cujos detalhes estão disponíveis no quadro azul deste slide.

Falando agora sobre a performance da Randon no mercado de capitais, tivemos uma desvalorização de 13,5% na cotação da RAPT4 no comparativo com o fechamento de 2020.

Mas na comparação com o mesmo período do ano passado, ela se valorizou em torno de 47%. Também continuamos observando um aumento contínuo da liquidez dos papéis preferenciais da companhia, que já se aproxima da média de R\$ 50 milhões negociados diariamente.

Nossa base acionária, ao final de junho, era composta por cerca de 39 mil acionistas, sendo bem distribuída entre institucionais, estrangeiros e pessoas físicas. Não houve mudança no percentual do grupo controlador em relação ao trimestre anterior.

No gráfico da parte inferior do slide, apresentamos nossa distribuição de dividendos e JCP dos últimos 5 anos. Vocês podem notar que a curva demonstra crescimento.

Referente aos resultados do 1S21, o Conselho de Administração deliberou, no dia 20 de julho, o pagamento de Juros sobre Capital próprio, a ser iniciado em 19 de agosto de 2021. Será creditado o valor bruto de treze centavos por ação, aos acionistas detentores de papéis da Companhia, no dia 23 de julho. Agora passo a palavra para o Esteban, para falar um pouco mais sobre o desempenho por segmento.

Esteban Angeletti:

Obrigado Paulo e bom dia a todos que estão acompanhando nossa videoconferência de resultados.

Antes de começar minha apresentação, eu gostaria de lembrar que para participar da nossa sessão de perguntas e respostas por voz, vocês podem clicar no botão de Q&A e enviar seu nome, instituição e idioma para entrar na fila. Se preferirem enviar sua pergunta por escrito, podem escrever com seus dados, também clicando no botão Q&A.

Agora sim, começando minha apresentação pela divisão montadora, eu destaco:

- a alta demanda do mercado de semirreboques, com recorde histórico de produção e emplacamentos;
- o aumento das vendas para o mercado de reposição, que nesse trimestre atingiu R\$ 100 milhões.

- a recuperação das exportações principalmente com destino aos países do Mercosul e Chile, e que foram muito beneficiados pela valorização das commodities;
- as exportações para o continente africano, que ganharam reforço com um novo parceiro no Quênia;
- E a venda de vagões, que somente neste trimestre, foi superior a todo o ano de 2020 para a Randon.

Falando um pouco sobre nossa carteira de pedidos, ela permaneceu robusta, com prazos de entrega que superam os 120 dias nas principais linhas de produto.

No entanto, o crescimento de mercado em patamares recordes como a gente tem observado tem trazido grandes desafios, dentre eles, de capacidade produtiva. Mesmo registrando recordes de produção no trimestre, nosso *market share* seguiu pressionado. Mas vamos seguir trabalhando em alternativas para ampliar nossa produção e aproveitar o bom momento do segmento.

Passando para a divisão de autopeças, nós também temos um mercado muito aquecido.

As OEMs estão em um ritmo acelerado de produção e vendas, refletindo no crescimento das nossas operações de autopeças, como pode ser visto na tabela, em que os volumes de freios, sistemas de acoplamento, eixos e suspensões e cubos e tambores apresentam forte aumento.

Em alguns casos, como o da Castertech, estamos atuando de maneira intensa na ampliação de capacidade, para atender à crescente demanda. E é por isso que fizemos mais uma aquisição, por meio desta controlada, que foi da unidade produtiva isolada, também conhecida como UPI, de fundição e usinagem do grupo Menegotti.

Esta operação já foi aprovada pelo Cade e deve passar a integrar os números da Companhia ainda durante o terceiro trimestre, após o atendimento de outras condições precedentes.

Falando agora sobre o mercado de reposição, apesar de continuar com bons volumes, ele apresentou uma leve desaceleração quando comparado com o 1T21, especialmente no Brasil. A alta da inflação tem impactado diretamente no poder de compra do consumidor, principalmente no segmento de veículos leves. Além disso, a restrição de mobilidade por conta da segunda onda da Covid-19, também interferiu neste mercado.

Quanto às vendas desta divisão para o mercado externo, elas seguem apresentando crescimento e têm contribuído de maneira importante para o desempenho positivo dos negócios.

E, para fecharmos o detalhamento por segmento, vou comentar um pouco mais sobre a nossa terceira divisão, a divisão de serviços financeiros e digitais.

Falando da Randon Consórcios, o trimestre foi muito bom, com:

- Aumento do número de cotas ativas e;
- Com o agronegócio puxando a venda de consórcios para máquinas agrícolas, caminhões e implementos.

O Banco Randon também teve um ótimo desempenho. Observamos um avanço expressivo no número de operações contratadas, muito em função do mercado aquecido, e mantivemos a inadimplência sobre controle, fator

importantíssimo para uma instituição financeira, que comprova a qualidade da nossa carteira de ativos.

Nesses dois negócios, o nosso foco agora está voltado à digitalização, com canais de atendimento mais conectados às novas tecnologias. Nós sabemos que temos um longo caminho pra percorrer, é um desafio sem dúvida, mas vemos muitas oportunidades.

Uma delas, sem dúvida, é a conexão com a Randon Ventures. Neste trimestre foi divulgado ao mercado a empresa R4 Digital, em uma parceria com a 4All. A nova empresa é uma *fintech* voltada para a cadeia logística e de transporte. Entre os diversos serviços oferecidos pela R4 Digital estão a emissão de boletos e cobranças, conta digital, consulta de saldos e extratos, transferências, entre outros. Essa é a primeira *fintech* apresentada pela Randon e chega para reforçar e acelerar movimentos de inovação e transformação apresentados pela companhia nos últimos três anos.

Hoje, a Randon Ventures já conta com 5 *startups* investidas e 12 co-investidas. E acumula R\$ 17 milhões em investimentos.

Com isso, finalizo aqui minha apresentação e devolvo a palavra pra você, Daniel.

Daniel Randon:

Obrigado Esteban.

Agora vou falar de um tema que tem tido um destaque muito importante, não apenas no mercado de capitais, mas no mundo, que é a sustentabilidade. Sabemos da urgência de algumas pautas, como as mudanças climáticas, a redução da desigualdade social e a diversidade e inclusão. E as empresas têm um papel fundamental junto ao governo e a sociedade, na busca por um mundo melhor para as próximas gerações.

A Randon tem, desde a sua fundação, princípios e valores que estão intimamente ligados à sustentabilidade, como, por exemplo, ter pessoas valorizadas e respeitadas e um comportamento ético e responsável.

Sabendo que podemos avançar ainda mais, construímos nossa ambição ESG, divulgada no dia 1º de junho ao mercado, na qual assumimos compromissos públicos nessa temática.

Para nós, gerar impacto positivo tem que estar presente na estratégia das companhias que querem prosperar, pois só assim será possível garantir a sustentabilidade dos negócios e o retorno para os acionistas da maneira certa, justa e adequada.

E a ampliação e reforço dos aspectos de governança é fundamental nesse processo. Em nosso informe de governança corporativa, proposto pela CVM, vocês irão observar que evoluímos muito nos últimos 3 anos. Implementamos novas políticas e adotamos práticas recomendadas, porque acreditamos que isso gera valor, ainda mais em uma empresa como a nossa, que tem crescido tanto.

Se você quer saber um pouco mais sobre os temas que acabei de comentar, eu te convido a acessar o QR-Code que está na sua tela e a entrar em nosso site de RI, para conferir o nosso relatório de sustentabilidade 2020, divulgado junto ao evento Ambição ESG. Ele é um book completo para você conhecer nosso negócio, como atuamos e no que acreditamos.

Junto com o ESG, está a inovação, que é uma de nossas prioridades. Investimos muito nisso.

Recentemente, divulgamos o novo posicionamento do Centro Tecnológico Randon, que almeja se tornar um grande centro de desenvolvimento para tecnologias disruptivas, focado em eletromobilidade e em segurança, que é fundamental no ramo dos transportes. Para isso, precisamos ter um time focado e dedicado, fora da operação do dia a dia, pensando e acompanhando essas mudanças.

E é nesse contexto que entra o Instituto Hercílio Randon. O IHR, como chamamos o instituto, é uma entidade sem fins lucrativos, e leva o nome de um de nossos fundadores, em homenagem a sua capacidade de inovação e inventividade.

O IHR conta com equipe própria de pesquisadores e técnicos, dedicados ao estudo de temas complexos e à execução dos projetos de pesquisa. Também estão sendo estabelecidas importantes alianças estratégicas com outros institutos, universidades e com empresas do setor.

O instituto anunciou recentemente uma mudança de posicionamento, focando sua atuação em ciência e tecnologia e concentrando suas atividades no desenvolvimento de 35 projetos de novas tecnologias e soluções.

E antes de passarmos para a sessão de perguntas e respostas, gostaria de falar sobre o fato relevante que divulgamos ontem, que é a revisão do nosso Guidance para 2021.

Na revisão semestral do nosso planejamento estratégico, realizada todos os anos, nós identificamos que as projeções apresentadas no fato relevante de 11 de fevereiro, já não condiziam com a realidade da Companhia e do mercado.

Por isso, entendemos que deveríamos divulgar um novo Guidance, mais em linha com a nossa visão para os negócios até o final do ano.

O crescimento das receitas está muito ligado à dinâmica de volumes e preços do mercado de veículos comerciais, que está mais aquecido do que se esperava inicialmente. O mercado externo também apresenta expansão frente às nossas primeiras estimativas, mas de maneira mais moderada.

Na linha de importações, observamos aumento expressivo, principalmente devido ao maior nível de atividade da Companhia e à ampliação dos negócios da controlada indireta Nakata.

E no CAPEX, temos maior expectativa de investimentos, para suportar o aumento de produção, ampliar nossa produtividade e defendermos nossa liderança de mercado.

E antes de encerrar, gostaria de destacar outro fato importante dos últimos dias, que foi a elevação do rating da Companhia. A S&P elevou de brAA- (duplo A, menos) com perspectiva negativa, para brAA+ (duplo A, mais) com perspectiva estável.

Isso mostra que não só a Companhia vive um bom momento e que tem boas perspectivas para o futuro, mas reforça a consistência do trabalho que vem sendo realizado, seja na gestão financeira, seja em nossas operações.

Agora devolvo a palavra para o Davi, para iniciarmos nosso Q&A.

Davi Coin Bacichette:

Obrigado Daniel, Paulo e Esteban pelas apresentações.

Agora começaremos nossa sessão de perguntas e respostas.

Já temos algumas pessoas aqui na fila aguardando.

Mas antes de começar recordo que vocês podem participar do Q&A seguindo as orientações que vocês estão aí na tela.

Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar o microfone aparecerá para você e então é só ativá-lo para fazer a sua pergunta.

Então nossa primeira pergunta de hoje será feita pelo Vitor Misusaki do Bradesco BBI.

Obrigada Vitor pela sua participação e pode fazer a sua pergunta.

Vitor Misusaki:

Oi, bom dia! Parabéns pelos resultados e pela apresentação.

Eu tenho 2 perguntas, e a primeira é com relação ao novo Guidance. É, vocês acabaram também, além da parte da receita né, aumentando o guidace de capex para 2021. É, eu queria saber se vocês poderiam dar um pouco mais de detalhes sobre esse aumento de capex, quais são os projetos que foram incorporados para 2021. E a segunda pergunta, para o Daniel e o Paulo, e novos negócios, como a Randon Ventures, a Auttom, a Conexo. O que é que a gente pode esperar é para a Randon Investimentos ou ou mais especificamente para o Banco Randon. Obrigado.

Esteban Angeletti:

Obrigado Vitor por participar da nossa videoconferência de resultados, obrigado pela pergunta também. Eu vou começar respondendo a questão do capex, da revisão do Guidance e depois eu compartilho com o Paulo e o Daniel a resposta sobre o que esperar sobre a divisão serviços e o Banco Randon. Bom, com relação ao Capex, assim como a receita, foi revisada para cima. A gente também sentiu necessidade de realizar alguns investimentos, o cronograma de alguns investimentos que estavam esperados para serem realizados aí de repente em 2022-2023 verdade que a gente está antecipando boa parte desses investimentos dado por um momento de mercado. Nós revisamos aí, o Capex em R\$ 70 milhões para cima, e mais ou menos dá para distribuir desses R\$ 70 milhões, 35% adicionais. Desses 35% mais ou menos, é vai ser utilizado pela divisão montadora, outros 57-60 por cento pela divisão autopeças e o restante pela divisão serviços. E o principal motivador é isso, né, da gente poder responder com capacidade de produção, é, o próprio market share pressionado como a gente tem vista na divisão montadora na casa, de 32% 32,5% está aquém do nós gostaríamos, muito função dessa capacidade, dessa limitação de capacidade. E é só pra comentar, eu acho que vale sempre reforçar que apesar dessa revisão de Guidance para cima em Capex, nós continuamos com a nossa disciplina financeira, a alavancagem do trimestre é uma prova disso, não é fechando próximo à uma vez EBITDA, e todos os investimentos,

antes de serem aprovados, antes de serem executados, passam pela análise de retorno de investimento, pela análise de viabilidade, para que nos consiga levar ao atingimento do nosso ROIC e do nosso ROE esperados, tá. E Paulo, Daniel, se vocês quiserem complementar em relação ao Banco Randon.

Daniel Randon:

Tá bom! Eu posso falar um pouco sobre a Randon Ventures e deixo a parte do Banco Randon para o Paulo. Obrigado Victor por participar da nossa conferência e a Randon Ventures tem a parte de serviço, ela tem focado historicamente, podemos falar, como o banco e o consórcio como complementar e contribuir com os negócios das Empresas Randon. E com a transformação digital, a própria Randon Ventures, o projeto que nós temos aí, a R4, são só oportunidades de investimentos junto com startups, que prestam serviços no nosso setor do transporte, principalmente que possamos dar mais apoio ainda para o nosso cliente final, tanto o frotista e o caminhoneiro, como também os distribuidores das Empresas Randon, então isso cria novas oportunidades de negócios incrementando o serviço de portfólios das Empresas Randon, mas também melhorando pro nosso cliente, na ponta serviços, que contribui para o crescimento das Empresas Randon, de uma forma sustentável e na questão do banco Randon o Paulo pode comentar um pouco mais, que o banco continua, né Paulo, com financiamento para os nossos clientes poderem comprar os produtos das Empresas Randon e também com parte com viés também de poder ser até olhando, uma opção de fintech do caminhoneiro ou pro próprio frotista. Por favor Paulo.

Paulo Prignolato:

Victor, bom dia, bom dia a todos e muito obrigado aí pela sua pergunta. De fato, o esse ano nós fizemos aí, anunciamos no início do ano, mais um aumento de capital do banco, justamente para fazer frente a esse crescimento das operações industriais. Então a nossa ideia é continuarmos com esses, com esse ritmo de crescimento do Banco Randon, apoiando esse crescimento dos negócios industriais. Então essa deve ser a tendência ao longo dos próximos anos e além disso, a ideia que a gente também incorpore as iniciativas dos negócios digitais para o Banco Randon. Então ele vai continuar sendo de extrema importância para nos apoiar no financiamento dos negócios industriais bem como essa frente que a gente espera ampliar dos negócios digitais principalmente quando a gente fala em BAS, Bank As a Service, através de parcerias. A gente pretende continuar crescendo nessa nessa via, tá.

Davi Bacichette:

Passando então para a nossa próxima pergunta, ela vem de Catherine Kizelar, do Banco do Brasil. Por gentileza Catherine, pode fazer sua pergunta.

Catherine Kizelar:

Bom dia a todos! Aqui do meu lado gostaria de parabenizar pelo Investor e agradecer a oportunidade da pergunta. Eu gostaria de saber a percepção da Companhia em relação a normalidade do fornecimento de insumos, tanto a

percepção da Companhia como a parte do cliente também. Qual a expectativa de normalidade de suas operações?

Esteban Angeletti:

Ótimo Catherine e muito obrigado para acompanhar nossa videoconferência. Obrigado pela pergunta também, acho que é bastante importante a gente tocar nesse assunto, já que tem sido uma pergunta frequente em quase todas as nossas reuniões. Primeiro eu acho que é importante pontuar que a Randon não tem sido afetada diretamente pela falta de componentes. Se fala muito, por exemplo, em semicondutores, e como isso afeta a indústria automotiva. O que a gente tem experienciado aqui, que isso está afetando muito mais a indústria de leves, de veículos leves, e é preciso lembrar que a Randon, ela está mais exposta aos veículos pesados. Então a gente não tem enfrentado uma queda de demanda, uma paralisação, como tem-se visto em outras indústrias em função da falta de semicondutores. Então acho que o primeiro ponto para deixar bem claro é isso, a gente está monitorando os riscos, mas a falta de semicondutores não é algo que esteja impactando as operações das empresas Randon. Com relação ao mercado como um todo, obviamente a cadeia de esta bem pressionada sim. Aqui a gente fala de diversos componentes, que o nosso departamento de compras tem trabalhado, no sentido de garantir o fornecimento e evitar a parada das nossas linhas. A gente tem sido bastante, tem tido bastante sucesso em conseguir garantir o abastecimento das nossas linhas, por meio de negociações, por meio de compra antecipada, que como o Paulo comentou na apresentação, acaba se refletindo assim um pouco na necessidade de capital de giro. Porém a gente preferiu fazer esse trade-off, investir um pouco mais em capital de giro mas ter o material disponível para a gente continuar fornecendo, poder continuar é vendendo num momento de mercado aquecido como a gente está vendo agora. Dos nossos clientes, comentam sim de alguma falta de insumos no mercado de reposição, por exemplo, pneus, e talvez tenha sido o mais recente deles. Mas de novo, a gente tem trabalhado em diversas frentes para conseguir abastecer, não só as nossas operações, como também os nossos distribuidores e o mercado de reposição também.

Davi Bacichette:

Bom, nossa próxima pergunta vem do Marcelo Motta, do Banco JP Morgan. Motta, por favor, pode fazer sua pergunta. Lembrando que para desmutar o microfone, é só clicar no canto inferior esquerdo obrigado.

Marcelo Motta:

Bom, bom dia pessoal e obrigado aí pelas perguntas. São duas: a primeira, se pudessem comentar na parte do guidance, quanto que esse aumento, que a gente tá vendo na parte de receita, quanto é preço, quanto é volume. Enfim, se tem alguma forma de abrir isso, e também pensando na parte das margens, e que vocês comentaram que ainda existe é aumento de preços né,

principalmente quando a gente olha para o preço médio do estoque, enfim, que é composto por tudo aquilo que vocês já compraram antes do aumento, e coisas que ainda estão aumentando, quando vocês olham o preço necessário de vendas, pensando talvez principalmente, em trailer e semitrailer, qual que ainda é o gap, o quanto vocês teriam que aumentar o preço desses produtos para fechar o gap com matéria-prima, enfim, que ainda tem alguma coisa represada. Entender um pouco esse ponto também, obrigado gente.

Esteban Angeletti:

Obrigado Motta. Por acompanhar a videoconferência e obrigado pelas perguntas.

Na verdade, são duas perguntas bastante difíceis de responder. Com relação a volume ou melhor com relação à revisão do guidance, dentro de receita para cima, eu comento que é difícil de responder, porque têm dinâmicas diferentes em nossas linhas de negócios. Então tem algumas que estão sendo realizadas para cima, principalmente em volumes, tem outras que é mais pela combinação de volume e preço. Eu diria que nenhuma delas é só preço, tá. Porque o que tinha para ser repassado de preço ou a maior parte que tinha para ser repassado de preços se deu no primeiro semestre. Agora a dinâmica para o segundo semestre, a gente vê talvez mais é uma estabilização em preço, é com pequeno espaço aí de repente para aumentos em algumas linhas, tá. Então eu diria que boa parte dessa revisão de guidance de receitas, esse incremento de 25% que a gente vê em comparação com o guidance anterior, é ele está vindo de volume, uma parte talvez menor, acaba vindo de preço. Com relação à pressão de inflação e qual que seria o aumento necessário para gente repor essa inflação que está sentindo aqui na ponta, essa sim eu comento que é difícil de responder, porque, quem nos acompanha aqui, há um pouco mais de tempo, quem conhece a Randon, sabe que talvez um dos efeitos positivos da crise de 2016 foi que a gente aprendeu a lidar com todos os problemas, primeiro da porta para dentro. O que é que eu quero dizer com isso: que toda a inflação que a gente está recebendo e está sendo de forma considerável, recebendo de fornecedores, a gente tenta off-setar via ganho de produtividade, via ganho de escala, via troca de matéria prima e uma negociação com os próprios fornecedores. E aí a gente deixa como última alternativa, a gente repassar o preço para o mercado, pelo menos para conseguir manter as margens que a gente tem visto nos últimos anos. É, então o que eu posso comentar aqui que a gente deve perceber sim é uma maior pressão de margens agora no segundo semestre, visto que no primeiro semestre a gente tinha um descasamento positivo entre a matéria-prima que a gente havia antecipado a compra com custos anteriores antigos, versus o preço que a gente havia conseguido repassar. E aí junta as 2 perguntas suas né, o segundo semestre não tem tanto espaço para repasse de preço, enquanto que os estoques que a gente está consumindo já estão mais atualizados em termos de custo. O que deve levar para uma pressão de margens né e sempre lembrando a Randon a companhia não dá Guidance de margens mas a gente tem essa sensibilidade em relação a aos próximos meses aos próximos trimestres tá.

Marcelo Motta: Perfeito, muito obrigado, Esteban.

Davi Bacichette:

Pessoal, obrigado pelas perguntas, recordando que quem quiser participar é só clicar no botão Q&A e seguir as orientações que estão aí na tela. A nossa próxima pergunta então é do Lucas Barbosa, do banco Santander. Obrigado, Lucas pela participação e pode liberar o seu microfone fazer a pergunta. Obrigado.

Lucas Barbosa:

Bom dia, Daniel, Paulo, Esteban e Davi. Parabéns pelos resultados e obrigado por pegarem a minha pergunta. A minha pergunta sobre o impacto da quebra de safra de milho para vocês é no fim a quebra de safra de milho acabou afetando o sul do Brasil e o Mato Grosso, essa quebra de safra pode acabar afetando o preço do frete a partir do quarto tri, principalmente, e daí pode ser que o frete no quarto tri caia até mais do que o efeito sazonal né, que a gente já acostumou a ver no quarto tri. Só queria saber se vocês acreditam que isso pode impactar a entrada de novos pedidos ou talvez tenha outros segmentos que podem compensar esse efeito. É essa a pergunta, muito obrigado.

Esteban Angeletti:

Obrigado, Lucas por nos acompanhar, obrigado pela pergunta. Acho que é bastante importante a gente falar sobre essa quebra também de safra é de forma geral a gente tem visto que o agronegócio como um todo tem mantido uma demanda bastante robusta, prova disso que no 2º trimestre 67% da venda de implementos foi pro agronegócio eu acho que o primeiro ponto é apesar dessa quebra de safra principalmente aqui na região sul a gente entende que dentro do agronegócio mesmo ainda tem espaço para absorver uma eventual queda de demanda vindo nessa safra específica lembrando que o mercado a gente ainda encontra as condições favoráveis para o setor agrícola né que é uma safra ainda bastante positivo com volumes bastante positivos um câmbio favorável à exportação e uma demanda de mercado externo bastante robusta. Por isso a gente acredita que a ele vai acabar compensando em outras frentes dentro do próprio agro. Com relação aos outros setores o que a gente tem visto desde junho do ano passado uma evolução bastante importante do segmento de bens de consumo, de varejo né que é representada principalmente pelo semi-reboque Furgão ou baú como é conhecido também é e um dos fatos que comprovam esse crescimento desse segmento é que desde o ano de junho do ano passado o semirreboque furgão passou a ser o terceiro semi-reboque mais o tipo de semi-reboque mais vendido aqui na Randon é ficando atrás apenas dos 2 carros chefes que é o graneleiro e o basculante é é uma é a gente acredita que é uma tendência que veio para ficar visto a mudança de comportamento durante a pandemia. Está além do dessa parte de varejo de bens de consumo a gente tem visto a volta de pedidos da parte de tanques né tudo que é ligado ao transporte de combustível e também a parte de construção civil está retomando tanto construção civil quanto infra estrutura, demandando principalmente mais basculantes, que desde o ano passado passou a ser o primeiro produto mais vendido aqui, tomando o lugar inclusive do graneleiro, tal é então é eu acho que apesar deste desse fato

isolado eu acredito que tanto dentro do agro quanto de outros setores acabam é compensando esse evento, Lucas.

Lucas Barbosa:

Perfeito, Esteban. Foi super claro e também é uma questão unicamente pontual, né acho que, estruturalmente exportação acho que tem um espaço muito bom para o Brasil. É Esteban, uma segunda pergunta do meu lado se me permitirem a questão de transição de Euro 5 para Euro 6, vocês poderiam comentar um pouquinho de que a expectativa de vocês se vocês imaginam que vai ser algo parecido com o que aconteceu lá atrás né com 7 anos atrás 8 anos atrás entre euro 4 para euro 5 vocês acham que vai ter uma antecipação ou nesse caso tem alguma diferença né na mudança de tecnologia enfim qualquer coisa que vocês puderem dar para a gente de impacto para vocês e de impacto para a indústria seria ótimo.

Esteban Angeletti:

Legal, Lucas. É a gente é a gente pelo menos as informações que a gente tem em relação a Euro 5 Euro 6 essa transição, é que ela não agrega um custo adicional ao produto em comparação ao que foi lá atrás até porque lá atrás a gente saltou de Euro 3 para Euro 5 uma mudança de tecnologia bastante importante e agregavam custo bastante significativo ao caminhão por isso que a gente viu uma antecipação pre-buy como se dizia né bastante importante em 2011 né agora esse ano o salto de tecnologia com a diferença de preço também não é tão significativo então a gente acredita que pode sim ter um pré-buy mas que ele não vai ser tão importante então não não vai fazer tanta diferença como foi relatado em 2011.

Lucas Barbosa:

Perfeito, ficou super claro, obrigado e bom dia.

Davi Bacichette:

Bom, a nossa próxima pergunta vem da Thais Cascello do Itau BBA. Thais, por favor, pode fazer a sua pergunta.

Thais Cascello:

Bom dia, pessoal. Conseguem me ouvir bem?

Esteban Angeletti:

Sim, Thais. Bom dia.

Thais Cascello:

Legal, obrigada pela oportunidade de perguntar. Tenho 2 perguntas, mas na verdade você já responderam aí boa parte das que eu tinha anteriormente. Mas tenho aqui 2 adicionais, por favor. Então a primeira vocês detalharam a quebra do Guidance de capex e cerca de 1/3 deve ir para a divisão Montadoras né, eu queria só entender como que se daria o aumento de capacidade em implementos rodoviários só pra gente fazer umas continhas aqui, por favor. E a segunda pergunta diz respeito aos vagões a gente viu a volta aí nas entregas nesse segundo trimestre a gente acredita aqui do nosso lado que isso pode permanecer no segundo semestre e apesar da pressão ainda os custos dos insumos que devem pesar no segundo semestre mais no segundo semestre né que você já deixaram claro claro no release no discurso aqui do call um eventual mix melhor e vindo dessa alta de vagões ferroviários poderia ajudar a mitigar esse efeito? É isso, obrigada.

Esteban Angeletti:

Obrigado Thais, pelas perguntas é com relação a capex especificamente de montadora esse é 1/3 que está destinado ele está orientado para ampliação de um sistema modular na estamperia né que é o acaba sendo um dos gargalos que temos hoje na produção. Então quem nos acompanha um pouco mais de tempo sabe que é 2 anos atrás nós fizemos um investimento, que era prevista em 3 fases né dessas 3 fases nós já temos em prática 2. A ideia seria avançar numa terceira e uma terceira fase tá. É não implica em construção civil é o que a gente tem defendido muito é o uso de tecnologia uso de equipamentos mais atualizados de automação para conseguir aumentar a nossa capacidade sem agregar área construída tá. É o que a gente pode esperar aí hoje a nossa capacidade é nominal né está em 150/dia a gente poderia eventualmente aumentar essa capacidade com esse investimento na casa e de 20 a 30% é dependendo também o ritmo desse investimento também claro que a gente vai acompanhar o mercado não é que a gente vai investir sem estar monitorando o mercado. acho que o outro ponto importante não é que esse investimento justamente pelo fato de ser mais leve acaba nos deixando também mais rápidos de nos adequar em algum momento em alguma um período de instabilidade de demanda no mercado de semi-reboques é com relação a vagões nós agora no segundo trimestre como foi mencionado aqui Na Na videoconferência já entregamos mais de 130 vagões foi mais do que todo o ano passado e a gente acredita que para os próximos 2 trimestres daqui do ano a gente possa inclusive superar esse número principalmente no terceiro trimestre já que a gente tem uma carteira de pedidos aí para ser entregue. Em relação ao mix no entanto a gente não acredita é diferentemente como foi no passado não é que o vagão tinha uma margem é bastante superior em relação ao semi-reboque este ano aqui a gente está mais equilibrado em relação a essas margens então pensar que ter uma perspectiva de maior faturamento de vagões no segundo semestre não deve mexer tanto na margem de de implementos rodoviários na margem da divisão montadora.

Thais Cascello:

Perfeito, muito obrigada.

Davi Bacichette:

Bom, nossa próxima pergunta ela vem do Igor Araújo, da Genial investimentos. Igor pode proceder para sua pergunta.

Igor Araujo:

Pessoal, primeiramente parabéns aí pelos os resultados. Davi, Esteban muito bom falar com vocês sempre. É eu queria perguntar em relação justamente a essa parte que o Esteban falou é da parte de automação de vocês, eu lembro que vocês falaram que no primeiro semestre vocês iam provavelmente colocar em operação a parte de automação que vinha da Auttom né, e eu queria saber qual que é a perspectiva para o segundo semestre em relação a essa questão de automação. Acho que o Esteban até já tocou um pouco nesse ponto, mas eu queria é saber é mesmo em questão de quanto é de de de capacidade a mais vocês conseguem colocar é só por automação e não por expansão de de de chão de fábrica. Aí a outra pergunta é eu vi que o SG&A veio pouquinho acima do que a gente tinha projetado aqui e queria saber o que qual foi o impacto desse desse aumento além do que cresceu é a receita de vocês. É isso.

Esteban Angeletti:

Perfeito, Igor, obrigado pelas perguntas. É o primeiro ponto em relação à automação tem sido um foco nos últimos anos e ganhou bastante velocidade bastante impulso com a aquisição dos 254 robôs da fábrica desativada da Ford o ano passado. É em função disso né, já estava no nosso plano, e a gente tirou da gaveta a criação da Randon Tech Solutions aí RTS Industry e acabou coincidindo aparecendo a oportunidade da aquisição da Auttom também. Que é uma empresa que tem um know-how é muito importante na automação de processos fabris. É aquisição do Auttom ela vem no sentido de acelerar ainda mais a implementação utilização de robôs nas nossas linhas produtivas aqui a gente passa a dividir tanto a automação cativa dentro do próprio grupo que a gente fique só olhando para as nossas operações tem uma agenda para os próximos 3 anos né gente comenta aqui nos próximos 3 anos que a fazer que perfeito em 30 anos né, são 30 anos em 3 é a gente continua nessa nessa cruzada de olhar para todas as nossas operações e achar o melhor uso para cada um desses robôs adquiridos. Em contrapartida a Auttom nos ajuda a fazer esse trabalho interno como também ela agrega em faturamento de terceiros também ela faz esse serviço de automação para terceiros também. Então hoje a gente conseguiu combinar 2 benefícios né o de acelerar o nosso programa de automação com o benefício de agregar receita de terceiros. É é difícil precisar assim o nessa pergunta o seu complemento sobre o aumento de capacidade né, eu diria que a nossa cabeça está muito em aumentar a capacidade via automação sim expandir o chão de fábrica e a gente acredita que como eu comentei na resposta para Thais esse aumento de 20 a 30% e na divisão montadora é ele deve é se replicar também nas outras de visões nas outras empresas também. Talvez a única exceção é Castertech, que fez isso através de aquisições a CNCS, a Fundituba, agora a Menegotti que está em fase final de atendimento às condições precedentes é mais as demais a gente ainda vê bastante espaço de automação. Com relação a SG&A acho que é um primeiro ponto que vale para trazer aqui na resposta quando a gente compara ao segundo trimestre do ano passado a gente precisa lembrar que teve alguns fatos não recorrentes que impactaram positivamente o SG&A do ano passado. Né, antecipação de tutela que somou aproximadamente 68/70 milhões de reais, então no comparativo vai parecer um pouco estranho é esse ano aqui não teve nenhum fator não recorrente nesse trimestre aqui de forma a contribuir significativamente no SG&A, mas ele também passa por a gente agregar um pouco mais de de de estrutura para fazer a integração dá aquisições recentes claro que a gente sempre tem o cuidado do custo fixo isso é uma linha que a gente olha todo mês a operação por operação bem nos detalhes mas a gente também entende que é necessário fazer esse movimento para suportar o crescimento sustentável né a gente não quer é crescer de forma desordenada que não possa dar continuidade nesse crescimento.

Igor Araujo:

Obrigado, maravilha.

Davi Bacichette:

Nós passamos para a próxima pergunta, lembrando que temos mais duas na fila antes de encerrarmos e é a próxima pergunta também da Catherine

Kiselar do Banco do Brasil que teve um problema técnico então ela vai voltar para fazer a pergunta que faltou antes pode continuar aí Catherine.

Esteban Angeletti:

Talvez Davi ela continua...

Catherine Kiselar:

Alô, estão me ouvindo agora? Perfeito.

Esteban Angeletti:

Agora sim

Catherine Kiselar:

Obrigada pela oportunidade de realizar as outras perguntas. a carteira de pedidos continua complexidade como fazer principais opções.

Esteban Angeletti:

Obrigado Catherine é com relação à utilização da nossa capacidade a gente está utilizando aí o 85% da nossa capacidade que é virtualmente a capacidade líquida é de 100% né é a gente tem ainda não está conseguindo apesar da nossa capacidade nominal ser de 150 produtos por dia a gente não conseguiu ainda chegar nesse ritmo em função da covid né. A gente tem notado um afastamento adicional de alguns funcionários de forma preventiva, é que acaba impactando no output, é porém a gente tem mão de maior automação como comentei agora pouco com o Igor é isso tem nos pelo menos ajudado um ritmo de produção. É em relação à entrada de novos pedidos a gente continua numa média acima de 130 produtos por dia que é basicamente um dia de produção que a gente vende para cada dia trabalhado não é o que a gente é considera num patamar bastante é interessante a nossa carteira de produção acumula aí mais ou menos de 90 a 120 dias dependendo da linha e basicamente o da dinâmica de entrada que a gente tem observado hoje a gente continua levando essa carteira e até o fim do ano, tá.

Davi Bacichette:

Bom e passando aqui para nossa última pergunta, nós recebemos até eu vou juntar 2 perguntas que vieram pelo chat é elas estão relacionadas é são vem do Alexandre da Cunha da empresa Rio Verde investimento Enrico Belo das Schroeders né e basicamente as perguntas tratam dos assuntos de Market share em Implementos é que nós comentamos que que houve uma perda de Market share por conta de capacidade o tamanho do mercado e se isso deve continuar dessa forma os próximos meses é como está a venda de vagões para o segundo semestre e o próximo ano e também a um terceiro ponto é que as com relação ao alongamento se a gente planeja efetuar operações para alongamento dos prazos da dívida. Então concatenei 3 perguntas aqui para gente poder encerrar nossa video conferência.

Esteban Angeletti:

Perfeito, Davi. É Alexandre, Henrique, obrigado pelas perguntas é eu vou endereçar a questão do Market share e de vagões e depois eu passo para o Paulo comentar um pouquinho sobre o alongamento da dívida. É bom com relação a Market share de implementos rodoviários né a gente tem comentado aqui no na nossa vídeo conferência no próprio release, é que ele está pressionado pela demanda que a gente tem visto superaquecida é inevitável que a gente acabe cedendo um pouco no Market share uma vez que a gente está trabalhando no topo da nossa capacidade e ainda assim não

está conseguindo defender esse Market share. É eu acho que é diferentemente de outros períodos né esse Market share não está sendo perdido em função de preço é e sim função de capacidade, uma vez reestabelecida essa capacidade é eu acredito que a gente volta a olhar para o nosso objetivo que é ter um market share na casa de 36 a 40%, esse é o que a gente persegue enquanto o desafio da área comercial. Com relação à vagas é para o segundo semestre a gente tem aqui na carteira a aproximadamente outros 150 vagas parecerem produzidos e entregues e em relação ao ano que vem a gente enxerga uma perspectiva de mercado com todo o melhor é na casa de 3000 a 4000 é vagas a serem produzidos e vendidos e a Randon busca manter um Market share histórico que é na casa de 20 a 30% é do mercado como um todo, ou seja, a perspectiva é que seja inclusive mais positiva do que está sendo aqui esse ano. Paulo, se você quiser comentar sobre alongamento da dívida, por favor.

Paulo Prignolato:

Claro. Obrigado pela pergunta Alexandre Alexandre e Enrico. É de fato, a gente viu aí desde o início da pandemia que os prazos de dívida no mercado oferecidos eles se encurtaram bastante, né. Porém agora nós estamos vendo janelas mais longas principalmente para emissão aqui de dívida o mercado interno, tá. A gente claro tem mantido a nossa estratégia de trabalhar com uma liquidez é ou seja carregando um caixa uma liquidez bastante confortável a gente vai continuar mantendo esse colchão de liquidez historicamente tem sido isso e vai continuar. E a gente também tem como estratégia sempre é se antecipar aos vencimentos de dívida, então a nossa ideia é que ao longo agora dos próximos meses a gente vá ao mercado já para nos anteciparmos aos vencimentos do do ano que vem considerando que para os vencimentos de 2021 é nós já realizamos aí praticamente todo o volume de captações necessárias tá. Então estamos acompanhando o mercado estamos bem tranquilos, mas a ideia que a gente então se antecipe é aos vencimentos do ano que vem e hoje o prazo médio da nossa dívida está em está em torno de 3 anos e a gente agora com essas janelas e de dívida mais longa espera poder ampliá-los aí ao longo dos próximos meses, tá.

Davi Bacichette:

Bom nós então encerramos agora a vídeo conferência de resultados da Randon é nós agradecemos a participação de todos esperamos que tenham gostado desse novo formato me lembrando que para eventuais dúvidas o nosso departamento de RI ele está à disposição pelo e-mail ri@randon.com.br e nos telefones de contato até a próxima videoconferência.

Daniel Randon:

Obrigado, pessoal.

Esteban Angeletti:

Obrigado.