

2T20 CONFERÊNCIA DE RESULTADOS – Ago. 12, 2020

Boa tarde, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência de apresentação dos resultados da Sinqia referente ao 2T20. Estão presentes conosco os senhores: Bernardo Gomes, Diretor-Presidente; Leo Monte, Diretor de Marketing e Inovação; Thiago Rocha, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores; e José Leoni, Gerente de RI.

Informamos que os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência, queira, por favor, solicitar a ajuda de um operador, digitando *0.

Este evento também está sendo transmitido simultaneamente pela Internet, via *webcast*, onde se encontra a respectiva apresentação. A seleção dos slides será controlada pelos senhores. O acesso pode ser feito pelo endereço eletrônico ri.sinqia.com.br, onde também encontra-se disponível para download o *release* e a apresentação da Companhia.

Gostaria agora de passar a palavra para o Sr. Bernardo, que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. Bernardo, pode prosseguir.

Bernardo Gomes:

Boa tarde. Obrigado a todos pela presença em nossa apresentação de resultados. Eu vou dar início à apresentação pelo slide de número dois. De uma forma resumida, mostramos como, mesmo em um cenário adverso, conseguimos entregar neste trimestre excelentes resultados, comprovando mais uma vez a resiliência do nosso negócio e a consistência da nossa estratégia.

Falando inicialmente das vendas, tivemos um ótimo trimestre. Destaque para o mês de maio, que foi o segundo melhor desempenho de vendas de toda a história da Companhia. Esse aumento do ritmo de vendas é muito bom, porque ele vai contribuir para o crescimento futuro da Companhia, destaco também um crescimento de quase dois dígitos, de 9,5%, na carteira de contratos, comprovando a importância que as nossas soluções têm para o mercado financeiro.

Nossos softwares, mesmo em um cenário desafiador, estão essenciais para a continuidade dos negócios dos nossos clientes. Isso até se reflete no baixo *churn* que tivemos neste trimestre. Mesmo com um cenário complexo e desafiador, os nossos softwares continuam sendo essenciais para os nossos clientes.

Falando um pouco dos resultados, nós tivemos mais um trimestre cheio de recordes. Olhando em receita, tivemos uma receita 17,5% acima do mesmo período do ano anterior. A receita recorrente, por sua vez, cresceu 23,2% e o EBITDA ajustado foi 44,8% maior do que no mesmo período do ano anterior, atingindo R\$7,4 milhões, e um lucro bruto também muito maior do que no ano anterior, atingindo R\$2,6 milhões.

Esses resultados só reforçam o que eu falei no início: o nosso negócio é bastante resiliente e temos uma estratégia bastante consistente. O nosso negócio é baseado em softwares de missão crítica, que são essenciais para os nossos clientes. Mesmo em um momento de crise, eles não podem abrir mão desses softwares, eles mantêm a sua importância e a sua relevância para a continuidade dos negócios.

Também associada a isso, a nossa estratégia de privilegiar as receitas recorrentes garantiu que, neste trimestre, atingíssemos 87,8% de recorrência, o que nos dá uma alta previsibilidade, permitindo que todas as ações que são planejadas possam ter continuidade, mesmo em momentos mais críticos e de dificuldade de mercado, como esse que nós estamos vivendo agora. Uma prova disso é a continuidade da estratégia de aquisições, de acelerar o nosso crescimento através das aquisições.

Na semana passada, nós divulgamos a aquisição da Itaú Soluções Previdenciárias, a transação mais relevante na história da Companhia e que deu início a um novo ciclo de aquisições que se iniciou depois da recuperação dos recursos no *follow-on*. Temos certeza de que essa é só a primeira de uma nova série de aquisições tão bem-sucedidas como as dos ciclos anteriores.

Também no início deste ano, demos início a um novo programa de investimento com empresas emergentes. Vamos detalhar sobre isso um pouco mais à frente, mas esse programa já conta com seis investimentos em negócios e nós acreditamos ser o futuro do mercado financeiro. Neste momento de crise, estamos aproveitando para acelerar e confirmar mais ainda a nossa estratégia.

Ainda nesse slide, quero destacar que também aproveitamos esse momento para acelerar a atividade de inovação. Já homologamos no Banco Central a nossa solução para pagamentos instantâneos, o PIX.

Lançamos o primeiro produto originado no nosso laboratório de inovação, o Plugi, que é um portal de negociação para cotas canceladas de consórcios. Também vamos falar um pouco sobre isso mais à frente. E também aproveitamos esse momento para ampliar a nossa oferta de serviços, agilizando a transformação digital dos nossos clientes.

Então, eu ressalto que, além dos excelentes resultados do trimestre, nós aproveitamos esse momento para dar avanços importantes que vão garantir crescimento e resultados contínuos no nosso negócio.

Passando agora para o slide três, eu queria contar um pouco para vocês como nós nos adaptamos a esse cenário de trabalho remoto. No início do ano, já tínhamos implantado um programa de *home office* para os nossos colaboradores, que nós chamamos de "Move to Flex", em que tínhamos, naquele momento antes da pandemia, aproximadamente 15% a 20% dos nossos colaboradores fazendo um ou dois dias por semana de *home office*.

No início da pandemia, em meados de março, nós nos adaptamos e estendemos esse programa. Em cerca de dez dias, nós conseguimos expandir esse programa

Investidores/Investors

para 100% dos colaboradores e para 100% do tempo. Então, hoje, podemos dizer que temos 100% dos nossos colaboradores trabalhando 100% em *home office*.

Com isso, tivemos que adaptar as nossas rotinas de gestão, mas, em contrapartida, conseguimos passar pela fase mais crítica da pandemia preservando a saúde dos nossos colaboradores, mantendo os empregos, mantendo as jornadas de trabalho e mantendo os salários.

Como consequência disso, nesse período, observamos os melhores indicadores de produtividade da história da Companhia. Também tivemos o maior nível de satisfação dos nossos colaboradores desde que implantamos a medida do eNPS e também uma grande redução no *turnover*.

Também como consequência da pandemia e do distanciamento social, tivemos uma redução a quase zero das nossas despesas com viagens, estadias e eventos. O que eu gosto de ressaltar aqui é que conseguimos nos adaptar a esse cenário muito rapidamente. Eu diria que estamos conduzindo os negócios de forma igual ou até melhor do que conduzíamos antes da pandemia.

Passando agora para o slide de número quatro, eu quero destacar que, nesse período, também ajudamos os nossos clientes a se prepararem para esse momento. A tal transformação digital, com a pandemia, deixou de ser só um discurso de marketing para se tornar um diferencial competitivo e de eficiência operacional.

As empresas, nesse período, perceberam a importância dessa transformação, não só na forma de se relacionar com os seus clientes, mas também na forma com que elas conduzem as suas operações. Acho que as empresas que estavam mais avançadas no processo de transformação digital se saíram melhor nesse período, ou seja, as empresas que tinham o máximo de automação de seus processos e o mínimo de intervenção humana.

E para poder colaborar com esse processo, nós aceleramos o processo de implantação; aumentamos o ritmo das implantações; reduzimos bastante aquele *backlog* de implantações que nós já tínhamos relatado em trimestres anteriores; otimizamos todo o processo de atendimento para se adequar a esse novo cenário de atendimento remoto; implantamos o NPS, que é uma novidade para a Empresa; criamos novas ofertas de serviços em um modelo de *squad* para poder ajudar os nossos clientes a otimizar seus processos e fazer realmente essa transformação digital; e, sobretudo, aproveitamos esse momento para lançar projetos e novos produtos atendendo a anseios de inovação e de desenvolvimento.

Em relação a esses aspectos, vou pedir para o Leo Monte, nosso Diretor de Marketing e Inovação, falar um pouco a partir do slide de número cinco sobre os nossos novos produtos e nossos programas de inovação.

Leo, é com você.

Leo Monte:

Investidores/Investors

Boa tarde a todos. Obrigado, Bernardo. Sou Leo Monte, Diretor de Marketing e Inovação. É muito bom poder estar aqui para falar sobre inovação e o que estamos desenvolvendo aqui dentro da Sinqia.

Como todo mundo sabe e vem acompanhando, estamos passando por um momento de transição e de transformações no nosso mercado. Esse é um momento muito oportuno e muito promissor. Talvez seja um dos mais promissores de todos os tempos e isso nos abre muitas possibilidades.

Como uma empresa que tem um DNA de inovação, em uma empresa de tecnologia como a Sinqia, precisamos estar sempre atentos a todas essas mudanças, seja no quesito tecnologia ou em relação aos novos modelos de negócio.

É um prazer anunciar para vocês que nós não só aumentamos o investimento em inovação durante a pandemia, mas também quero anunciar alguns lançamentos.

O primeiro deles, passando para o slide seis, é o lançamento oficial do PIX. Nós fizemos um excelente trabalho, combinando as áreas de P&D e também de inovação para poder fazer a entrega de uma solução completa para o sistema de pagamento instantâneo como serviço. Nós somos uma das poucas provedoras de tecnologia bancária que conseguiu a licença do Bacen para comercializar o PIX como serviço.

Além disso, nós contamos com duas parcerias estratégicas para potencializar ainda mais a nossa atuação. Estou falando da Microsoft e do Google. Além disso, temos um trabalho já iniciado pelo time de marketing e o reflexo disso é a construção de autoridade e posicionamento que nós tivemos nos últimos meses.

Passando para o slide sete, o PIX vai ser uma das maiores mudanças que provavelmente vamos ver no mercado brasileiro daqui para frente, junto com o *open banking*. Teremos uma grande batalha entre *players* de todos os tamanhos para justamente poder entregar ou fazer construção de soluções inovadoras.

Na esquerda do slide, temos o número oficial de 980 instituições inscritas para a primeira fase do PIX. Ou seja, isso mostra o potencial de atuação que nós temos dentro e também fora da nossa carteira. Aqui, nós estamos falando de uma alta demanda para poucos fornecedores homologados, o que continua abrindo uma grande oportunidade de atuação e também de receita.

Atualmente, estamos conversando com aproximadamente 50 empresas para justamente fazer a utilização do PIX como serviço.

Passando para o slide oito, realmente o 2T foi sensacional. Não apenas estamos atentos a novidades do mercado, como o PIX, mas também estamos prestando atenção em oportunidades de novos modelos que surgem através do nosso laboratório de inovação, que é o Torq.

Foi através dele que entendemos a oportunidade de entregar para o mercado de consórcio uma plataforma inédita. Estou falando do Plugi, que é a primeira

plataforma de negociação de cotas secundárias de consórcio entre administradoras e fundos.

Como ele funciona? É uma plataforma 100% online SaaS que está na nuvem, onde as administradoras se plugam e a nossa inteligência artificial conseguem entender as cotas canceladas ou as cotas secundárias com um potencial de negociação e disponibilizam isso na plataforma. Por outro lado, os fundos conseguem enxergar essas cotas e abrir as negociações com as administradoras.

Tudo 100% online, *end-to-end*, de ponta a ponta, todo o processo online, desde essa pesquisa, a negociação até a formalização da transação, a transferência da cota para a conta do titular. Tudo isso de forma bem organizada, segura e simples, trazendo bastantes benefícios para todos os participantes.

Ao lado direito do slide, eu trouxe alguns exemplos. No caso da administradora, melhora a saúde financeira dos grupos, uma vez que você não tem um desequilíbrio ou consegue equilibrar novamente o grupo.

Para os fundos, aumenta a velocidade e a segurança nas operações. Para o cliente consorciado, ele consegue agilizar a recuperação do valor aplicado. E para a Sinqia, nós conseguimos expandir o portfólio de produtos e também atingir o potencial de uma nova receita através de um *take rate* da operação.

Passando para o slide nove, podemos então afirmar que estamos diante de uma solução inovadora, mas que também tem um grande potencial financeiro. Ao lado esquerdo do slide, podemos ver que existem cerca de 7 milhões de cotas canceladas, somando mais de R\$50 bilhões em volume financeiro. Esses dados são dados pré-pandemia; provavelmente esse número já deve ter ampliado.

E nós já nascemos com seis administradoras plugadas. Essas seis administradoras representam um total de 4.291 cotas canceladas negociáveis, então a nossa inteligência artificial já entendeu. O número de cotas canceladas é muito maior do que isso, mas a nossa inteligência artificial entendeu que essas cotas também têm uma opção potencial para negociação com os fundos, e isso representa um volume de R\$147 milhões que estarão dentro da plataforma para negociação.

Ou seja, o tamanho financeiro é grande com apenas seis administradoras e a nossa ideia é expandir isso rapidamente.

Mudando para o slide dez, além do lançamento que eu mostrei para vocês, eu queria trazer o nosso movimento de Inovação Aberta. Nós entendemos que, com uma estratégia de inovação, podemos investir em tecnologias emergentes e acelerar muito o nosso negócio.

Com isso, nós inauguramos essa nova esteira que é a esteira de investimento em *startups early stage* através da aceleradora Darwin. Nós entramos, participamos do Batch 8, avaliamos mais de 300 *startups* e fizemos um investimento em seis, trazendo para o nosso portfólio mais tecnologia emergente e de ponta.

Investidores/Investors

Aqui, eu trouxe alguns desses exemplos, como *banking as a service*, inteligência artificial, RPA e toda a parte de automatização, *robot advisor*, cyber segurança e também a questão de eficiência operacional.

Passando para o slide 11, além do investimento dessa esteira *early stage*, nós também inauguramos novas esteiras de M&A e, para explicar melhor para vocês, vou passar a bola para o Thiago Rocha.

Thiago Rocha:

Obrigado, Leo. Boa tarde a todos que estão nos ouvindo. Nesse slide 11, eu queria contar para vocês um pouco do que está mudando no M&A da Sinqia. Estamos abrindo duas novas trilhas de M&A. Vocês sabem que a Sinqia já vem em um processo intenso de consolidação do mercado há alguns anos, um processo super bem-sucedido.

Esse processo se iniciou com a trilha 1 de empresas maduras, que tem por objetivo ampliar o nosso portfólio de produtos, a nossa carteira de clientes e o segmento que nós atendemos. Esses objetivos geralmente estão conectados com a aquisição de empresas em algumas teses, que são teses de subverticais: bancos, fundos, previdência e consórcio, que já atuamos, e, além disso, financeiras e seguros.

Nessa trilha, temos o modelo de aquisição de controle, seguido da incorporação total da empresa adquirida, e um *track record* já expressivo de 15 aquisições executadas. Essa trilha continua. Aqui tem um potencial enorme, é um mercado de R\$4 bilhões de receita pronto para ser consolidado e segue o jogo da forma como ele já era.

Lá no final da tabela, temos a quarta trilha de aceleração, por meio do coinvestimento com aceleradoras em que já executamos seis investimentos, como o Leo acabou de comentar.

O que tem de novo nessa história? As duas trilhas do meio. Nós vimos a necessidade de preencher essa lacuna. Nós sabemos que a vertical financeira está passando por esse movimento de transformação enorme nos últimos anos.

A venda dos produtos financeiros está deixando de ser uma prerrogativa das instituições financeiras, a venda desses produtos está deixando de ser presencial e existem algumas tecnologias específicas que permitem viabilizar essa transformação. Pensando nisso, abrimos essas duas novas trilhas.

Criamos essas duas novas trilhas: a trilha 2, focada em empresas emergentes, e a trilha 3, que é a nossa iniciativa proprietária de *corporate venture capital*.

Aqui, mudam os objetivos, porque estamos falando de acessar tecnologias inovadoras e modelos disruptivos que serão, na nossa visão, o futuro dos serviços financeiros. E isso significa que vamos buscar teses nas áreas de *white label banking*, *banking as a service*, *open banking*, plataformas de integração por meio de APIs, o uso de inteligência artificial em problemas de negócio financeiro e também soluções para transformação digital.

Nesses dois casos, temos modelos também um pouco diferentes. No caso das empresas emergentes, pode ser um modelo de aquisição de controle ou pode ser também um investimento minoritário visando uma aquisição de controle e incorporação no futuro.

E, no caso da nossa iniciativa de CVC, vamos procurar fazer isso por meio de coinvestimentos com investidores de VC que sejam consagrados e que tragam uma validação financeira para o *case*. Obviamente, a Sinqia pretende contribuir com uma validação estratégica e dando impulso tanto comercial quanto técnico nessas empresas investidas.

Portanto, temos ainda mais oportunidades aqui de consolidação para trabalhar e a minha expectativa com isso é que o processo de crescimento inorgânico seja ainda mais rápido a partir de agora.

Passando para o slide 12, além de ter novas trilhas, é importante mencionar que continuamos entregando o nosso plano de consolidação. Anunciamos na semana passada a aquisição da ISP. Foi a 15ª aquisição da Sinqia e, como o Bernardo comentou, foi a maior aquisição já feita pela Sinqia até agora, então estamos bastante entusiasmados com esse anúncio.

Que teses basearam essa aquisição? Primeiro, uma tese de ampliação do portfólio de produto na vertical previdência. Nós já tínhamos um portfólio completo de software, então softwares para a gestão do ativo, ou seja, do investimento, do passivo, ou seja, a operação previdenciária, e URP projeção da entidade.

O que tem de novo com a ISP é que a ISP traz um software que também é completo funcionalmente e roda 100% na nuvem. É um software muito atualizado, do ponto de vista tecnológico, e é uma excelente plataforma para convergirmos todos os nossos produtos e clientes ao longo do tempo.

E a segunda tese é a de ampliação da carteira de clientes. Nós adicionamos 33 novas entidades de previdência. Só que mais importante do que a quantidade aqui é a qualidade. A maior parte desses clientes são entidades relacionadas ao conglomerado Itaú Unibanco, portanto, clientes de primeiríssima linha que dispensam comentário.

Agora, falando um pouco do impacto dessa aquisição para a Sinqia, a ISP teve uma receita bruta de R\$50 milhões nos últimos 12 meses encerrados em junho e, quando eu combino isso com a receita da Sinqia, que foi de R\$216,9 milhões, nós vemos, em uma única aquisição, um salto de 23%. Ou seja, isso é muito representativo e a ISP tem um impacto grande nos *financials* da Sinqia a partir de agora.

Com relação ao EBITDA, essa operação vai ser objeto de um *carve-out*, sendo separada de outras operações do Itaú. E a nossa estimativa é que a operação que vem pós-sinergias tenha uma margem EBITDA estimada de 20% a 25%. E eu não descarto eventualmente que consigamos passar dos 25%, dada a forma como pretendemos operar esse negócio.

Portanto, é uma transação *accretive*, do ponto de vista de margem, que deve nos ajudar a conseguir o nosso objetivo de médio prazo de superar os 20% na margem EBITDA consolidada.

E, por fim, falando da estrutura da transação, é uma estrutura bastante interessante, com um preço de R\$82 milhões, o que representa um múltiplo de EV/receita de 1,6x bastante atrativo. Dentro dos parâmetros que nós rodamos, vemos o processo de consolidação no pico pós-IPO variando de 0,9x a 1,9x, com uma estrutura de pagamento muito adequada também: um pagamento alongado com 41% disso à vista e 59% a prazo.

Portanto, isso preserva o caixa da Sinqia para as próximas aquisições. Tem muita coisa no *pipe*, portanto, precisamos reter caixa. E se vocês fizerem a conta do que seria o EBITDA estimado vis-à-vis as parcelas anuais a prazo de R\$9,7 milhões, vocês vão perceber que, depois do pagamento da parcela à vista, a própria geração de caixa da ISP dá conta de se pagar.

Como próximos passos, temos o cumprimento de condições precedentes: primeiro, a realização da Assembleia da Sinqia; segundo, a realização do *carve-out* pelo Itaú; e terceiro, a aprovação pelo CADE. Então, a nossa expectativa é que essas condições precedentes sejam cumpridas nos próximos provavelmente 30 a 90 dias.

Passando agora para o slide de número 13, além do crescimento inorgânico, é muito legal comentar também do crescimento orgânico. Nós tivemos aqui um crescimento orgânico bastante expressivo no 2T. Olhando a carteira de contratos recorrentes de software, o número fechou em R\$150,4 milhões. Isso significa um crescimento de 9,5% na comparação com o mesmo período do ano anterior e de 10% anualizado na comparação com o 1T20.

Esse crescimento foi possível graças a uma combinação, de um lado, de um desempenho comercial muito sólido, ou seja, teve um pequeno *freezing* em março e abril, mas, como o Bernardo comentou, maio foi muito bom e foi suficiente para recuperar. E, de outro lado, tivemos um *churn* controlado, dado um alinhamento perfeito entre qualidade da carteira de clientes, o *stickiness* do portfólio de produtos e a solidez do modelo recorrente.

Esse é um resultado que eu interpreto de uma forma bastante positiva. Crescer dois dígitos em um período de crise com a inflação quase zero é um resultado que nos deixou bastante satisfeitos neste momento.

Passando agora para o slide 14, continuamos crescendo as receitas na crise. A nossa receita líquida total alcançou R\$49,6 milhões no 2T, um crescimento de 17,5%. Os dois negócios, software e serviços, cresceram. No caso de software, o crescimento foi de 18%, reflexo principalmente da entrega de implantações na primeira metade do ano. O nosso time de implantação está trabalhando a todo vapor para converter o *backlog* em receita. E, no caso de serviços, o crescimento foi de 16,4%.

Investidores/Investors

Vale comentar aqui que a oferta de *outsourcing* está mostrando muita tração comercial neste momento. Como o Bernardo comentou, a transformação digital que era uma tendência agora é uma urgência.

Os nossos clientes estão se mexendo, o mercado está se mexendo e eles precisam de ajuda para conduzir esse processo. Estamos aqui para ajudar. Vimos novos clientes entrando na base, vimos um aumento de demanda dos clientes que já estavam na base, sustentando esse crescimento de serviços.

No gráfico à direita, a receita recorrente alcançou R\$43,5 milhões, um crescimento de 23,2%, e o percentual de recorrência alcançou 87,8%. Percebam que tem uma mudança de *mix* aqui: tanto em software quanto em serviços, as receitas recorrentes estão ganhando mais representatividade no *mix* e é muito bom, em um momento como esse de maior turbulência econômica, chegar em um patamar de quase 90% das receitas recorrentes. Isso nos dá muita tranquilidade.

Passando agora para o slide 15, além da receita crescer, nós conseguimos também expandir o lucro bruto. O lucro bruto total no 2T foi de R\$16,8 milhões, um crescimento de 35,3%, e alcançamos uma margem de 33,8%, um ganho de 4,4 p.p.

Nos dois negócios, essa dinâmica aconteceu. Em software, vimos um crescimento do lucro bruto de 34% e a margem alcançando um patamar de 39%. Isso porque entraram novas receitas de subscrição com margens mais altas, ou seja, a receita de subscrição está crescendo rapidamente e o custo de subscrição não precisa crescer no mesmo ritmo, dado que esse é um negócio escalado.

Portanto, as margens estão aumentando, mesmo continuando pressionadas pelo custo com implantação. Mantemos ainda uma equipe de implantação muito grande para dar vazão ao *backlog* que está contratado.

No negócio de serviços, tivemos um crescimento do lucro bruto de 40,9%, margem bruta alcançando 22%, um ganho de margem de 3,8 p.p. Mais uma vez, em *outsourcing*, estamos vendo esse movimento de transformação digital. Temos uma nova oferta de *squads* e essa oferta tem um valor agregado mais alto e uma margem mais alta. Como ela está ganhando representatividade no *mix*, ela está puxando para cima a margem de serviços.

Passando agora para o slide 16, também conseguimos uma diluição importante nas despesas da Companhia. As despesas totais foram de R\$9,4 milhões no trimestre, crescendo 4,4%. Esse crescimento foi muito inferior ao crescimento da receita, portanto, conseguimos uma diluição e elas passaram a representar 19,1% da receita.

Quebrando o volume de despesas em duas visões, primeiro, temos as despesas comerciais e de marketing, que somaram R\$2,7 milhões, crescendo 3,4% e representando 5,5% da receita.

Nas despesas comerciais e de marketing, temos dois efeitos se compensando. De um lado, as despesas com comissão crescendo. Essa é a única despesa que

gostamos de ver crescendo assim, porque estamos felizes de ver turma vendendo e ganhando comissão.

E, de outro lado, as despesas com feiras e eventos reduzindo, porque a maior parte das feiras de que costumamos participar foram canceladas neste ano. Portanto, está tudo bem encaminhando, com as despesas crescendo em um patamar controlado.

Quando olhamos as outras despesas gerais e administrativas, elas também estão estáveis, crescendo 4,9% e representando 13,6% da receita. Como eu disse, estão bastante controladas. No começo dessa pandemia, assumimos um compromisso com os nossos colaboradores de não reduzir o quadro e não reduzir os salários, e obviamente, para conseguir honrar esse compromisso, estamos sendo muito cuidadosos com o aumento de quadro, principalmente nas áreas de apoio.

Além disso, renegociamos contratos com os principais fornecedores e também estamos nos beneficiando de uma redução de despesas por conta do trabalho remoto, despesas tanto com *facilities* quanto as despesas com viagens, como o Bernardo comentou. Tudo isso junto está permitindo com que consigamos desinflar as despesas e diluir as despesas em um patamar de receita maior.

No slide 17, por consequência disso, conseguimos entregar um EBITDA ajustado de R\$7,4 milhões, um crescimento de 44,8%, alcançando uma margem de 14,9%, um ganho expressivo de 2,8 p.p. na margem, o que é um número muito bom. O volume de EBITDA nominal de R\$7,4 milhões é o nosso novo recorde, o que nos deixa bastante satisfeitos.

E o lucro caixa ajustado também respondendo e melhorando, alcançando R\$2,6 milhões nesse 2T. A base do mesmo período do ano anterior era zero, portanto, não faz sentido fazer a variação aqui. É um lucro que está respondendo ao crescimento de EBITDA.

Passando agora para o slide 18, o nosso balanço continua muito sólido nesse 2T. Nosso caixa bruto fechou o período em R\$336 milhões, praticamente estável, uma variação muito pequena em comparação com o 1T. Ele ficou estável mesmo com uma redução de dívida bruta. Reduzimos a dívida bruta em R\$18,8 milhões porque quitamos empréstimos que deixaram de ser baratos nesse momento atual e também amortizamos as aquisições, seguindo o cronograma de cada *deal*.

Então temos, por consequência, um caixa líquido de R\$260 milhões, mostrando um aumento de R\$14 milhões, caixa esse que é suficiente para darmos continuidade no processo de consolidação em um ritmo bastante acelerado. Percebam que, mesmo se tivéssemos pago a parcela à vista da aquisição da ISP no 2T, o nosso caixa bruto ainda continuaria acima dos R\$300 milhões, o que é bastante confortável.

Passando agora para o slide 19, vale a pena mencionar neste trimestre que o nosso balanço também não teve impacto de inadimplência. O nosso contas a receber fechou em R\$23,4 milhões, mostrando uma redução de R\$6,5 milhões.

A composição mostra que o saldo dos vencidos também reduziu, o que é uma notícia muito legal. Isso comprova a solidez da nossa carteira de clientes. Os nossos clientes são instituições financeiras, principalmente de grande e médio porte, portanto, são instituições que não vão deixar de existir e não vão deixar de pagar, então mantemos um balanço bastante sólido do ponto de vista de contas a receber.

Agora, eu queria voltar a palavra para o Bernardo fazer as considerações finais.

Bernardo Gomes:

Obrigado. Estou agora no slide 20 e queria aqui, no final da nossa apresentação, só reforçar que esse trimestre só comprova que nós realmente somos uma empresa única, combinando crescimento, resiliência e uma estratégia consistente e bem executada. Os nossos clientes são todos de primeira linha, altamente demandadores de tecnologia. Nossos produtos são produtos de missão crítica e essenciais para que os nossos clientes continuem com seus negócios.

Nós temos um modelo que nos gera alto índice de recorrência, o que nos dá previsibilidade e garante que possamos executar os nossos planos com tranquilidade. Nesse sentido, temos feito uma estratégia consistente, com bastante ritmo e disciplina. E agora, de investimentos, estamos com um *track record* de sucesso e temos um grande horizonte de novas aquisições e novos investimentos a fazer.

Passando para o slide 21, tudo isso nos dá bastante segurança de que estamos preparados para entregar resultados contínuos e crescentes. Voltando a falar, nossos softwares nos garantem uma ampliação cada vez maior do nosso portfólio para o mercado financeiro, dando *cross selling* e *upselling* como oportunidades enormes de crescimento orgânico.

Nós temos serviços que estão muito aderentes ao momento em que vivemos agora de transformação digital. Temos, através da inovação, buscado desenvolver continuamente os nossos produtos e, mais do que isso, enxergar quais são as novas oportunidades de soluções e negócios, e lançar essas soluções para o mercado. E temos também nossa estratégia bem-sucedida de M&A, fazendo consolidação do nosso mercado e, a partir de agora, também investimentos em empresas disruptivas.

Reforço que isso aqui nos deixa bastante entusiasmados com o futuro da Companhia. Estamos muito contentes com o que realizamos até agora, mas sabemos que o futuro é bem melhor do que temos neste momento.

Para finalizar, vamos ao slide 22. Coloco aqui e reforço o nosso propósito, que é impulsionar o mercado financeiro, conectando empresas e pessoas com o futuro. Fica essa mensagem final. Em seguida, vamos abrir para as suas perguntas. Mais uma vez, agradeço a presença de todos aqui na nossa conferência. Obrigado.

Luiz (pergunta via *webcast*):

Tem algum software para controlar carteiras de ações impostas para pessoas físicas?

Thiago Rocha:

Luiz, boa tarde. Obrigado pela pergunta. Neste momento, o nosso foco é principalmente controlar as carteiras de investimentos. Estou falando aqui de fundos, clubes e carteiras administradas para investidores e pessoas físicas também, mas por meio de um software que é vendido para instituições, vendido para administradores, controladores, custodiantes e gestores de fundos de investimento.

Então, sendo objetivo, sim, temos um software que permite controlar as carteiras. Esse software não é vendido diretamente para as pessoas físicas, ele é vendido para instituições que estão na cadeia de gestão de fundos, e elas, por sua vez, usam o nosso software para atender às pessoas físicas que investem com elas, que são clientes delas.

Matheus (pergunta via *webcast*):

Quanto a Sinqia ainda tem em caixa para novas aquisições? Vocês pretendem captar mais recursos no mercado?

Thiago Rocha:

Matheus, boa tarde. Obrigado pela pergunta. Neste momento, quando olhamos o balanço de encerramento do 2T, vemos um caixa bruto de R\$336 milhões e líquido de R\$260 milhões, então a foto que tínhamos no final do 2T me diz que tínhamos, pensando no caixa bruto, até R\$300 milhões para investir em aquisições.

Mas é importante lembrar que temos capacidade de alavancar a Sinqia em cima do EBITDA que a Sinqia já tem e em cima do EBITDA que vai ser adicionado com as novas aquisições. Ou seja, quando eu coloco tudo isso na minha conta, eu enxergo uma capacidade de investir até R\$600 milhões, provavelmente ao longo dos próximos três a cinco anos nesse processo de consolidação. E não só na consolidação, mas também para melhorar os nossos produtos e o atendimento aos nossos clientes.

Então, o que enxergamos neste momento, considerando o caixa que já temos e o que poderíamos vir a captar, é um cheque de até R\$600 milhões. O primeiro passo é usar o dinheiro que captamos na oferta em setembro do ano passado. E o segundo passo provavelmente é aumentar a alavancagem da Empresa. Preferiríamos fazer isso por meio de mais dívida do que por meio de mais *equity*.

Roberto (pergunta via *webcast*):

Como o segmento de serviços da ISP se compara com o da Sinqia? E, indo em frente, quais oportunidades de sinergia possibilita?

Thiago Rocha:

Roberto, obrigado pela pergunta. Os segmentos de serviços da Sinqia e da ISP são um pouco diferentes. Enquanto, na Sinqia, o nosso segmento de serviços tem duas ofertas, uma de *outsourcing* que não necessariamente tem conexão com o nosso software, e uma de consultoria, no caso da ISP, temos um serviço de terceirização de BPO que roda em cima dos próprios softwares da ISP.

Portanto, nesse caso, a ISP vende o serviço e o software juntos. É uma venda casada e ela opera aquilo para o cliente. Onde está a principal oportunidade aí? No mundo de entidades fechadas de previdência complementar, em que temos um pouco mais de 300 entidades no Brasil, parte delas querem comprar o software e parte delas, não. Então, a sinergia está em levar para a nossa carteira de clientes da Sinqia, que tem hoje mais de 130 fundações, uma oferta de BPO que até então não tínhamos.

Matheus (pergunta via *webcast*):

Pessoal, boa tarde. Poderiam dar mais luz na iniciativa do PIX?

Leo Monte:

Vamos lá. Em relação ao PIX, nós desenvolvemos dentro de casa duas soluções. A primeira é o SPI, que é o *software on premises*, e também o PSPI, que é o software como serviço. Isso vai nos permitir fornecer essa tecnologia justamente para habilitar os participantes diretos que querem entrar e fizeram a adesão para serem participantes do PIX.

Isso significa que todo mundo que quer entrar e participar do PIX vai precisar dessa tecnologia e infraestrutura, e nós somos os grandes habilitadores e um dos poucos *players* homologados pelo Banco Central como especialistas em tecnologia para o mercado financeiro que vão poder fornecer essa tecnologia para essas empresas.

Estamos falando de 980 instituições que pediram adesão. Dessas 980 aproximadamente dessa primeira leva, 120 são participantes diretos e provavelmente teremos novos chamados do Banco Central para credenciar novas entidades.

Falando um pouco sobre o potencial desse negócio, essa é uma excelente alternativa ao que conhecemos hoje como TED e DOC. Então, toda a iniciação de pagamentos, seja transferência de valores ou pagamento de contas, todas elas vão poder ser transformadas através do PIX, do pagamento instantâneo, fazendo com que novas experiências sejam criadas.

Para isso tudo, as empresas vão precisar dessa tecnologia que conecta com o Banco Central, que é o que vamos fornecer para todas essas entidades.

Isabela (pergunta via *webcast*):

Qual é o mercado potencial que enxergam para as novas linhas de M&A?

Thiago Rocha:

Obrigado pela pergunta. Nós temos um trabalho de consolidação na trilha 1 que continua. Portanto, continuamos olhando as oportunidades de bancos, fundos, previdência, consórcio e, além disso, seguros e financeiras.

Dentro desse universo, o que eu posso dizer é que conseguimos nos últimos anos um avanço substancial em bancos e previdência. Acho que é cada vez mais premente a nossa necessidade de se expandir agora nesse mundo de fundos. Tem muita oportunidade nova surgindo com a redução de taxa de juros e migração para renda variável.

Dos mercados onde já estamos, banco sempre vai ser o maior e o que vai ter mais oportunidade de M&A. E, no caso de fundos, acho que temos muita coisa ainda para completar no nosso portfólio de produtos e na nossa carteira de clientes.

Obviamente, temos as duas trilhas novas que eu comentei, com todas aquelas teses. São iniciativas bastante interessantes, empresas muito charmosas, com crescimento e lucratividade. Então, ali acho que tem um caminho que está começando para a Sinqia, mas que vai ser muito interessante e rápido, e vamos procurar nos posicionar para ter o que chamamos de portfólio de produtos do futuro, a carteira de clientes do futuro.

Acho que a Sinqia de 2020 já está garantida, estamos pensando na de 2030 e 2040 agora. Acho que é por aí.

Vicenzo (pergunta via *webcast*):

Olá, pessoal. Parabéns pelo resultado excelente. Tenho duas perguntas. Primeiro, ficou clara a expansão de margem. Gostaria de saber se essa tendência de expansão de margem continua, dada a continuidade de entrega dos projetos que estavam em execução.

Segundo, houve alguma alteração nos *valuations* nas negociações atuais? É correto afirmar que as próximas transações seguem no nível de 1,5x a 2x receita?

Thiago Rocha:

Obrigado, Vicenzo, pela pergunta. Com relação à primeira, sobre expansão de margem, sim, nós acreditamos que existe uma tendência de expansão de margem, muito baseada nessa dinâmica que eu comentei. Ou seja, de um lado, a entrada de novas receitas de subscrição, que têm uma margem bruta incremental mais alta do que a média. E, do outro lado, um custo com implantação que não necessariamente vai se manter nesse mesmo patamar.

Eu acredito que a virada do 1T para o 2T já mostra, de forma um pouco mais clara, essa tendência e eu vejo a continuidade dela. Espero que isso continue acontecendo no 3T, no 4T, em 2021 e adiante. Então, sim, acreditamos que isso é uma tendência e estamos trabalhando para entregar isso.

Investidores/Investors

Com relação à sua segunda pergunta, sobre alteração no *valuation*, na trilha 1, a resposta é não. Não vemos uma alteração no *valuation*. Nós acreditamos que o patamar é muito parecido com aquele do segundo ciclo, que vigorou entre o IPO e o *follow-on*. Obviamente, cada empresa é uma empresa, cada uma tem uma determinada taxa de crescimento e um determinado patamar de margem.

Existem atributos intangíveis também, como qualidade do produto e qualidade da carteira de clientes, que levamos em consideração. Portanto, essa faixa continua existindo, não é um número que está escrito na pedra, mas continua existindo e sendo a nossa referência para a trilha 1.

Quando falamos das outras trilhas, como são empresas ainda emergentes com um potencial de crescimento claramente diferente e com intangíveis que são claramente diferenciados, nós podemos nos afastar um pouco desse patamar e pagar mais caro.

Operadora:

Obrigada. Encerramos nesse momento a sessão de Q&A. Caso a sua pergunta não tenha sido respondida, favor procurar o RI da Empresa. Gostaria de passar a palavra para o Sr. Bernardo para suas considerações finais. Sr. Bernardo, pode prosseguir.

Bernardo Gomes:

Obrigado. Eu só queria reforçar o agradecimento pela participação de todos em nossa teleconferência e dizer que a nossa equipe de RI está à disposição para qualquer esclarecimento adicional.

Boa tarde a todos e muito obrigado.