

Gabi:

Boa tarde, pessoal. Aqui quem fala é a Gabi do RI. Sejam bem-vindos ao Webinar de resultados da Sinqia referente ao 2T21.

Neste momento, todos os participantes estão conectados apenas como ouvintes e, mais tarde, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas. Informamos que os participantes que desejarem fazer perguntas utilizem a plataforma de Q&A ou levanten a mão, conforme indicado na imagem em sua tela.

Durante o Webinar compartilharemos a apresentação em português, e, caso esteja acompanhando em inglês, sugerimos que baixe a apresentação no link disponibilizado no chat.

Lembro que todos os materiais, com os resultados deste trimestre, estão disponíveis no endereço eletrônico [ri.Sinqia.com.br](https://ri.sinqia.com.br).

Estão presentes conosco: Bernardo Gomes, Diretor Presidente, Leo Monte, Diretor de Marketing e Inovação, e Thiago Rocha, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores.

Agora gostaria de passar a palavra ao Bernardo. Por favor Bernardo, pode prosseguir.

Bernardo Gomes:

Obrigado, Gabi. Boa tarde a todos. Obrigado mais uma vez pela participação em nossa apresentação de resultados. Vou começar pelo slide número quatro, fazendo um resumo dos excelentes resultados que estamos reportando neste trimestre.

Começando pelo quadro à esquerda, onde falamos do desempenho financeiro, quero destacar que, mais uma vez, pelo 33º trimestre consecutivo desde o nosso IPO, podemos usar a palavra 'recorde'. E, dessa vez, recorde de recordes, com evoluções relevantes em absolutamente todos os indicadores da Companhia.

Em primeiro lugar, o ARR, que atingiu de R\$272,8 milhões, com crescimento de mais de 81% em relação ao 2T20. Uma receita líquida recorde de R\$87,8 milhões, também um crescimento de 77% em relação ao ano passado, com uma receita recorrente de R\$82,2 milhões, atingindo um índice de recorrência impressionante de, 93,6%.

O EBITDA apresentou uma evolução de 167% quando comparado com esse mesmo período do ano passado, atingindo um valor de R\$19,7 milhões, e uma margem que ultrapassou a barreira dos 20%, chegando a 22,4%.

Além desses importantes resultados financeiros que destaquei, temos alguns acontecimentos recentes bastante relevantes. O primeiro deles, à direita, foi a consolidação integral dos resultados de Simply e FEPWeb, que inauguraram a nova unidade de negócios, a Sinqia Digital.

Além disso, divulgamos no último mês a aquisição do negócio de previdência da Mercer, nossa 20ª aquisição, e a sexta aquisição nos últimos 12 meses, e que reforça nossa posição como o provedor mais importante desse segmento.

Investidores/Investors

Vale ressaltar que os números que apresentei anteriormente ainda não contemplam os números da Mercer, que devem aparecer no próximo trimestre. No 2T21, ainda não temos nada relativo a essa última aquisição.

Também divulgamos a segunda emissão de debêntures, de até R\$250 milhões, que dará ainda mais folego para que continuemos na bem-sucedida estratégia de aquisições e investimentos.

Fizemos um parceria importante com a Sensedia, fortalecendo nossa estratégia para o *open banking*, e também investimos na Celcoin, o primeiro investimento direto do Torq Ventures, que já havia investido de forma indireta através de nossos parceiros em outras 26 startups.

Esses movimentos recentes mostram como estamos sedimentando uma estratégia bastante sólida e consistente, e, além disso, desenhando um futuro ainda mais promissor, abrindo novas avenidas de crescimento.

Vou agora passar a palavra ao Leo, que falará um pouco mais dos investimentos e das ações que compreendem essa nossa estratégia de inovação aberta. É com você, Leo.

Leo Monte:

Obrigado, Bernardo. Boa tarde a todos. Realmente, o 2T foi marcado por grandes avanços na nossa estratégia de inovação, e é com muito prazer que venho dividir isso com vocês.

Passando para o próximo slide, eu gostaria de destacar o primeiro investimento direto através da Torq Ventures, que é o programa de *corporate venture capital* da Sinqia. Inauguramos esse novo momento com a Celcoin, que é uma referência no setor. Uma empresa única e pioneira quando falamos em infraestrutura e digitalização de serviços financeiros.

Do lado esquerdo, no quadro branco, podemos entender melhor o que eu estou dizendo. Atendendo a bancos, fintechs, varejo e outros segmentos, é uma empresa que transacional mais de R\$1,5 bilhão ao mês, e teve um crescimento médio de 92% nos últimos cinco anos.

Indo para o lado direito da tela, podemos acompanhar as duas frentes de atuação da empresa. A primeira delas, APIs para *open finance*. Através de tecnologia própria e convênios, a empresa possui hoje mais de 1.000 APIs e diversos serviços financeiros. Um verdadeiro conjunto de Lego à disposição das fintechs e também dos bancos digitais.

Esse é o verdadeiro *open finance*, com uma carteira de mais de 180 clientes e um TPV mensal de R\$10 milhões todo mês.

É a segunda é rede Celcoin, uma rede com mais de 50.000 PDVs credenciados, levando acesso a serviços financeiros a mais de 8 milhões de brasileiros todos os meses.

Passando para o próximos slide, aqui é possível entender melhor a transação. Olhando o lado direito do quadro branco, foi uma rodada de R\$55 milhões, liberada pelo Torq

Investidores/Investors

Ventures, com R\$15 milhões, onde asseguramos o aumento de participação, a posição no Conselho, e também um acordo operacional entre as empresas.

Indo para o lado esquerdo da tela, podemos ver alguns dos principais itens previstos nesse acordo. O primeiro deles é com o Pix, uma integração com os sistemas da Sinqia para entrega, para fornecimento de Pix aos clientes da Celcoin.

Quando olhamos ao lado, a vertical de bancos, a integração com os sistemas de *core banking* da Sinqia. Olhando para o Sinqia Digital, a integração com Simply é FEPWeb. E, na esfera comercial, o *cross-sell* na carteira e a distribuição de APIs através da plataforma Celcoin.

Isso ilustra bem a estratégia por trás do Torq Ventures, em acelerar a inovação da Sinqia e também liderar o processo de transformação e digitalização do mercado.

Indo para o próximo slide, aqui eu trago um resumo de como estamos colocando o Torq Ventures como protagonista desse novo momento, um momento importante do mercado, superaquecido, das startups e também dos investimentos.

Ao lado esquerdo, no quadro branco, temos hoje mais de 226 empresas mapeadas dentro da nossa tese, nas seguintes categorias: crédito, BaaS, plataformas, fraude e outros. E com pouco tempo de existência, é um portfólio de mais de 26 investidas, tudo isso através dos programas de aceleração, dos fundos de *venture capital* e, agora, de forma direta.

Além disso, estamos focados em coletar todas as sinergias do nosso portfólio, e também estamos trabalhando duro para ampliar os canais de relacionamento com o objetivo de aumentar a nossa capacidade de originação, e também garantir que não estamos deixando passar nenhuma oportunidade.

Agora eu vou passar a palavra para o Thiago Rocha, que falar mais sobre os avanços com M&A. Rocha, é com você.

Thiago Rocha:

Obrigado, Leo. Boa tarde a todos os presentes. Agradeço mais uma vez por estarem conosco. Esse foi um trimestre de bastante avanço no nosso plano de consolidação. Divulgamos as aquisições de Simply e FEPWeb, que tiveram seu closing no mês de abril. Como já falamos sobre elas no último webinar de resultados, eu vou falar de outro assunto, que é um assunto *move* é bastante legal.

Então, passando para o slide número dez, anunciamos recentemente a 20ª aquisição da Sinqia, a aquisição do negócio de administração previdenciária da Mercer Brasil. Essa é uma transação bastante importante para nossa vertical de previdência. É a sexta aquisição nessa vertical, e posicionar a Sinqia como líder inquestionável na vertical de previdência.

Além disso, adicionamos 49 novos clientes, principalmente entidades de previdência ligadas a grandes grupos multinacionais com presença no Brasil. Essa era a principal característica da carteira de clientes da Mercer Brasil.

Investidores/Investors

Em terceiro lugar, ampliamos muito apenas a relevância dos serviços baseados em tecnologia ofertados pela Sinqia. Por que isso é importante? Enquanto as entidades de previdência de grande porte costumam adquirir o software, porque elas têm equipes para operar esse software, as entidades de médio e pequeno porte preferem adquirir esse software junto com um pacote de serviços, e esse pacote de serviços permite que a entidade consiga operar sem equipes internas de tecnologia. Então, esse é mais um passo importante no sentido de acolher bem as entidades de médio e pequeno porte.

E é justamente essa a justificativa estratégica para o *deal*. Enquanto a Mercer era uma empresa muito mais baseada em serviços do que em tecnologia, a Sinqia é justamente o contrário. Então, pretendemos usar todo esse know-how trazido pela Mercer e prestar serviços usando a nossa plataforma tecnológica; ou seja, descontinuar os softwares usados atualmente pela Mercer, implantar os softwares usados pela Sinqia, e com isso deveremos ter um ganho absurdo de eficiência nessa operação de serviços hoje prestada por tecnologia de terceiros.

Esse é um negócio que teve receita líquida de quase R\$33 milhões em 2020, que traz um EBITDA pré-sinergias de aproximadamente R\$6 milhões, e acreditamos ser possível elevar esse EBITDA para mais de R\$8 milhões com essas sinergias que eu mencionei, especificamente as sinergias tecnológicas com o uso dos sistemas da Sinqia.

E com relação à transação, compramos 100% do capital de uma nova empresa que está sendo criada pela Mercer Brasil para abrigar esse negócio de administração previdenciária, e precificamos esse negócio em R\$35 milhões, dos quais devemos pagar uma parcela à vista em dinheiro de R\$27 milhões e uma parcela a prazo, também em dinheiro, de R\$7 milhões ao longo dos próximos cinco anos.

E eu lembro que essa transação já foi assinada mas ainda não foi fechada. O fechamento está sujeito a uma série de condições precedentes aqui, entre as quais eu destaco a aprovação do CADE e de todos os órgãos internos, tanto da Mercer Brasil quanto da Sinqia.

Passando agora para o slide 11, com essa aquisição, completamos seis *deals* desde a nossa última oferta de ações. Praticamente cumprimos aqui o compromisso que assumimos dois anos atrás. O gráfico à esquerda mostra o progresso em termos de uso dos recursos dos *follow-on* que aconteceu em 2019. Tínhamos uma estimativa de usar os recursos em três anos, mas o fato é que conseguimos acelerar um pouco esse plano e entregar praticamente em dois anos.

Então, são seis aquisições, essas seis aquisições já consumiram 81% dos recursos daquele *follow-on*, e se eu considerar os investimentos do CVC na conta, foram 90% dos recursos alocados; lembrando que estou falando das aquisições que já foram anunciadas, não estou falando, obviamente, de todas as oportunidades que temos e que podem virar aquisições do futuro.

Então, à direita, reforçamos que foram seis empresas bastante complementares do ponto de vista estratégico, e seguindo a mesma disciplina financeira, que é uma característica da Sinqia. Ou seja, vimos mantendo a nossa disciplina e estruturando e precificar essas transações de uma maneira bastante eficiente e *accretive* para o nosso acionista.

Passando agora para o slide 12, entramos no capítulo sobre resultados financeiros. O Bernardo já destacou que foi um trimestre muito bom, repleto de recordes. Então, vou começar no slide 13, falando um pouquinho do ARR.

O nosso ARR de software total alcançou R\$273 milhões. Na comparação com o 2T20, vimos uma adição total de R\$122 milhões, o que representa um crescimento de 81%, sendo que esse crescimento pode ser decomposto. Tivemos uma adição inorgânica de R\$104 milhões, um crescimento de 69%, e isso é basicamente a consolidação do ARR das últimas cinco aquisições, e tivemos também uma adição orgânica de R\$18 milhões, mostrando um crescimento de ARR orgânico de 12%.

Na comparação com o 1T21, vimos uma adição orgânica de quase R\$8 milhões, o que representa um crescimento de quase cinco ou por. Percebam que esses 5% são o melhor patamar de crescimento trimestral da série que está aqui mostrada, e isso reflete, primeiro, um volume de vendas muito bom nesse 2T; segundo, um volume de reajustes contratuais muito bom, seja pela inflação, seja pela volumetria; e terceiro, um volume de perdas dentro da normalidade, volume mais baixo do que os trimestres anteriores.

Com tudo isso, conseguimos mostrar na comparação contra o trimestre anterior uma evolução orgânica bastante importante no ARR.

Passando agora para o slide 14, à esquerda podemos ver a receita líquida total, que alcançou R\$87,8 milhões, um crescimento de 77% contra o mesmo período do ano anterior.

Em software, reportamos R\$69,6 milhões, um crescimento de 102%, sendo que, desses 102%, são 86 p.p. inorgânicos e 16 p.p. orgânicos, um crescimento orgânico também bastante bom, com destaque para as verticais de fundos e bancos.

Em serviços, reportamos R\$18,3 milhões, um crescimento de 21%, totalmente orgânico. E eu destaco aqui a continuidade da demanda muito forte por serviços de transformação digital, o que não é uma novidade, já vimos falando disso há alguns trimestres.

Eu queria ressaltar aqui que a unidade Sinqia Digital teve uma importância muito grande para esses números do 2T. É a primeira vez que ela foi consolidada no nosso resultado, e uma informação importante, que foi detalhada no nosso release de resultados, é que essa unidade está 'voando'. Quando olhamos os números do 2T21 contra o 2T20 da Sinqia Digital, vemos um crescimento de 67%, um crescimento puramente orgânico de 67%, o que nos deixa bastante satisfeitos e animados com a perspectiva futura desse negócio dentro da Sinqia, sendo que essas empresas estão crescendo 67% em um momento em que o *cross-sell* ainda nem começou. Imaginem quando o *cross-sell* já estiver produzido seus resultados.

E à direita vemos a receita recorrente de R\$82 milhões, com um crescimento de 89%. Como o Bernardo já falou, essa recorrência de 94% é o percentual mais alto na história da Sinqia.

Passando para o slide 15, o crescimento do lucro bruto foi ainda maior. Tivemos um lucro bruto de R\$37,5 milhões, crescimento de 124%, uma margem de 43%. E aqui, também tivemos um desempenho muito bom nos dois negócios: no negócio de software, com lucro bruto de R\$33,2 milhões, crescimento de 147% e margem de 48%. E aqui

novamos uma expansão muito grande de margem bruta no negócio de softwares, de 9 p.p. contra o 2T20.

É importante destacar que esses 9% têm duas origens: 3 p.p. dessa conta são orgânicos, ou seja, vimos conseguindo ganhar eficiência na operação e passar por um momento de descompressão das margens, especialmente no negócio de previdência. E aqui, ressalto que é só o começo de uma longa curva de ganho de margem, porque o negócio de previdência hoje conta com seis produtos. Existe um trabalho em curso de unificação da carteira em um único produto, que vai nos levar a um patamar certamente diferente.

E os outros 6 p.p. desse delta são inorgânicos. Ou seja, as empresas que compramos nos últimos 12 meses vieram com uma margem bruta maior do que a da Sinqia, e isso também nos ajudou a mostrar essa evolução.

No negócio de serviços, reportamos lucro bruto de R\$4,3 milhões, crescimento de 29%, margem de 24%, e essa margem com uma pequena melhoria reflete o mix mais favorável, com uma presença maior dos serviços gerenciados, que têm uma margem mais premium.

Passando agora para o slide 16, as despesas continuam sob controle. À esquerda, vemos que a despesa total foi de R\$19 milhões, um aumento de 73%, e passou a representar 22% da receita.

Acho que vale destacar aqui que, em volume, a despesa aumentou, principalmente pela consolidação da despesa das empresas adquiridas. Mas, em proporção, ele se reduziu, o percentual da receita líquida, justamente por causa das sinergias que conseguimos colher.

Queria destacar também que todas as linhas de despesa cresceram abaixo da receita nessa comparação com o mesmo período do ano anterior. No gráfico ao centro, as despesas comerciais e de marketing foram de R\$4 milhões, um aumento de 46%, representando 5% da receita, e um gasto discretamente abaixo do habitual, porque ainda continuamos em uma pandemia e os eventos que são parte importante do orçamento de marketing continuam suspensos.

E no gráfico à direita, vemos o G&A de R\$15 milhões, um aumento de 82%, representando 17% da receita, principalmente por gastos administrativos maiores, que estão relacionados à provisão de bônus dos colaboradores, dado que a Empresa vem cumprindo com as suas metas até este momento no ano de 2021.

E no slide 17, vemos a consequência de tudo isso, que é o maior EBITDA e a melhor margem EBITDA da história da Sinqia. Reportamos um EBITDA de quase R\$20 milhões, um crescimento de 168% sobre o mesmo período do ano anterior, com uma margem de 22,4%, finalmente passando do patamar de 20%, que era um objetivo nosso e que finalmente foi alcançado neste trimestre, o que nos permite agora pensar no próximo passo, pensar nas ações que precisamos tomar para alcançar um patamar ainda melhor do que esse reportado. E o lucro líquido foi de R\$4,8 milhões, um crescimento de mais de 8x, com uma margem de quase 6%.

E para finalizar, no slide 18, continuamos com o balanço sólido, e esse balanço vem sendo reforçado com a oferta de debêntures que foi anunciada por meio de um Fato

Investidores/Investors

Relevante. Nosso caixa bruto se reduziu para R\$154 milhões com o pagamento da parcela à vista das aquisições de Simply e FEPWeb; a dívida bruta aumentou para R\$129 milhões com a contabilização da parcela a prazo nessas aquisições; e consequentemente, nosso caixa líquido se reduziu para R\$25 milhões. Ainda é um caixa líquido positivo, mas eu queria lembrar de alguns eventos que aconteceram depois do encerramento do trimestre devem impactar futuramente esses números que estamos vendo na tela.

Que eventos são esses? Todos eles divulgados por meio de Fato Relevante. Primeiro, a aquisição da Mercer, de até R\$32 milhões, que já comentei. Segundo, o investimento na Celcoin de R\$15 milhões, que o Leo comentou. E terceiro, essa oferta de debêntures de até R\$250 milhões. Com tudo isso, devemos ver uma mudança nessa foto no futuro por causa dos Fatos Relevantes que já foram divulgados.

Eu concluo por aqui, e queria agora devolver a palavra para o Bernardo fazer as considerações finais. Bernardo?

Bernardo Gomes:..

Obrigado, Thiago. Vou agora para o slide 19, para encerrar, e reforço aqui a mensagem de que continuamos seguindo em um caminho muito bem pavimentado. Esse caminho é marcado por uma estratégia consistente, que é constantemente renovada. Uma execução bem-sucedida, que tem trazido excelentes resultados.

Sempre entregamos o que prometemos. Se olharmos trimestre a trimestre, desde o nosso IPO, sempre temos entregado aquilo que prometemos. E uma prova disso está nos resultados que observamos desde a nossa última oferta de ações.

Destaco que nesse ciclo, que se iniciou em setembro de 2019, nós expandimos de forma significativa nossos números. Nossa receita mais do que dobrou, nosso EBITDA foi 5x maior e nossas ações valorizaram 97%.

Nesse período, também ampliamos a nossa oferta de produtos e a carteira de clientes. Inauguramos a nova unidade da Sinqia Digital, que tem um potencial enorme de crescimento e de lucratividade.

E, de olho no futuro, fizemos uma série de investimentos e iniciativas de inovação aberta, principalmente com os investimentos feitos e relatados aqui em, até agora, 26 investimentos indiretos em startups, olhando sempre para o futuro.

E mesmo com esse histórico de sucesso, estamos só no começo. Ainda tem muita coisa para acontecer, muita coisa por vir. Quero que vocês continuem nos acompanhando nessa jornada de sucesso que temos desenhado até o momento.

Agradeço mais uma vez a participação de todos em nossa apresentação de resultados e, em seguida, estaremos à disposição para suas perguntas. Obrigado.

Olavo (via webcast):

A Sinqia tem no radar planos para internacionalizar a Empresa?

Thiago Rocha:

Olavo, boa tarde, e obrigado pela participação. A curtíssimo prazo, não. Enxergamos ainda um mundo de oportunidades aqui no Brasil. A Associação Brasileira das Empresas de Software, ABES, reportou ontem os dados do setor para 2020, e vemos que o nosso mercado endereçável de softwares para o setor financeiro aqui no Brasil é um mercado de R\$5 8 bilhões, e a Sinqia é a empresa líder desse mercado com menos de 7% de market share ainda.

Ou seja, tem muito espaço para crescermos aqui. Por enquanto, permanecemos focados no Plano Brasil, mas é claro que não descartamos no futuro a possibilidade de uma expansão regional.

Então, reforçando, por enquanto não é a nossa prioridade, mas é possível que esse momento chegue em breve.

Odílio (via webcast):

Qual o timing para a Companhia se capitalizar?

Thiago Rocha:

Odílio, boa tarde. Obrigado pela participação. Temos dois eventos de capitalização possíveis. O primeiro, eu já comentei, é a oferta de debêntures até R\$250 milhões. Essa oferta está em curso, mas acreditamos que os recursos de oferta de debêntures não serão suficientes para aproveitarmos todas as oportunidades que enxergamos neste momento.

Por essa razão, divulgamos um Fato Relevante na manhã de hoje informando sobre uma avaliação que a nossa administração está fazendo de uma potencial oferta restrita de ações.

Infelizmente, eu não posso dar muitos detalhes ainda e comentar sobre isso, mas eu faço referência a esse Fato Relevante que foi divulgado na manhã de hoje, e com esse Fato Relevante vamos formalmente iniciar a avaliação de uma possível oferta de ações da Empresa no curto prazo.

Alisson (via webcast):

A Sinqia tem como objetivo explorar novas unidades de negócio?

Thiago Rocha:

Alisson, obrigado pela pergunta. Sim, esse é um dos nossos objetivos. Permanecemos focados no setor financeiro; dentro do setor financeiro, já operamos em quatro verticais, bancos, fundos, previdência e consórcio. Estudamos a possibilidade de adicionar novas verticais, sempre falando do setor financeiro. Temos possibilidade de complementar nossa oferta, e acho que a nossa principal intenção neste momento é reforçar essa unidade recém-criada chamada Sinqia Digital.

Estamos muito satisfeitos com o resultado das duas primeiras aquisições que já foram anunciadas. Temos um pipeline muito rico de aquisições semelhantes à Simply e

FEPWeb. Então, eu diria que é uma das nossas prioridades estratégicas neste momento é justamente reforçar a unidade Sinqia Digital porque o potencial de crescimento de margem aqui é incrível.

Como o Bernardo disse, estamos com dois negócios que compuseram essa unidade crescendo 67% ano contra ano, entregando uma margem EBITDA próxima de 50%. Portanto, queremos fazer mais disso.

Felipe (via webcast):

Qual o potencial de crescimento da Sinqia Digital?

Thiago Rocha:

Felipe, obrigado pela pergunta. É um potencial tão grande que é até difícil para quantificar. Eu vou dar alguns parâmetros de como enxergamos esse negócio hoje. Primeiro, falando dos produtos que já temos de Sinqia Digital, produtos de *onboarding* digital e assinatura digital, trouxemos esses produtos com empresas que tinham aproximadamente 50 clientes cada uma, e temos uma carteira hoje de 500 clientes, e crescendo.

Ou seja, boa parte desses meus 500 clientes precisa de soluções de *onboarding* digital e assinatura digital. Então, acredito que os negócios que compramos vão crescer muitas vezes ainda dentro da carteira de clientes da Sinqia.

Então, um potencial é esse, de estendermos os produtos que já temos para toda essa carteira de clientes. E outro potencial, como eu já comentei, é de trazer novos produtos. Estamos olhando várias possibilidades nesse mundo de soluções que ajudam as instituições financeiras a ter uma oferta 100% digital, oferecendo a melhor experiência para o cliente final e um baixo custo operacional.

Então, tem um mundo de possibilidades que estamos considerando.

Rafael (via webcast):

Como estão enxergando a demanda por serviços de tecnologia no geral? Para qual segmento da Empresa olham com mais atenção em relação à possibilidade de expansão.

Thiago Rocha:

Obrigado, Rafael. Sobre a demanda de serviços, sim, a demanda de serviços continua muito forte. Ela sempre foi forte, desde que tem serviços de tecnologia ela é forte, e notamos uma aceleração dessa demanda depois do início da pandemia.

Fato é que muitas das instituições financeiras ainda não estavam prontas para operar de forma totalmente digital, e passaram a ter um senso de urgência maior com relação a essa transformação.

E para fazer essa transformação, elas precisam de tecnologia. Muitas delas estão demandando serviços, e é por isso que vemos a continuidade dessa demanda ainda por um período bastante longo.

Com relação a segmentos em que pretendemos nos expandir, temos oportunidade em todos os segmentos que a Sinqia atua hoje, mas aqueles que mais me chamam a atenção são o de bancos, porque é o maior, e o de fundos, porque é onde ainda temos a oferta mais restrita vis-à-vis todo o potencial que a nossa oferta pode ter.

Então, eu diria que, hoje, os dois principais segmentos que pensamos do ponto de vista de expansão são esses, mas eu volto à minha resposta anterior: nossa prioridade neste momento são as empresas com perfil Sinqia Digital, e isso também vai ser olhado com muito carinho.

Carlos (via webcast):

Quem são os clientes da Sinqia Digital?

Thiago Rocha:

Carlos, obrigado. Os clientes são, principalmente, bancos digitais, fintechs e bancos internacionais. Os dois primeiros grupos, bancos digitais e fintechs, são clientes tanto da nossa solução de *onboarding* quanto da nossa solução de assinatura.

E o terceiro grupo que eu mencionei, de bancos internacionais, é de clientes principalmente da nossa solução de assinatura digital e controle de firmas e poderes. Por que isso? Porque essa é uma solução bastante demandada por instituições financeiras que têm um compliance mais forte, que é o caso dos bancos internacionais.

Bruno (via webcast):

Qual é a EBITDA target que vocês enxergam após todas as aquisições?

Thiago Rocha:

Bruno, boa tarde. Obrigado pela pergunta. Infelizmente, eu não posso dar um target, um objetivo. O que posso dizer é que durante muitos anos procuramos trabalhar e superar o patamar dos 20%. Conseguimos superar esse patamar agora, no 2T, o que nos faz pensar no próximo passo.

Então, temos uma série de iniciativas aqui dentro da Empresa que nos permitirão ganhos de eficiência com a evolução tecnológica dos produtos, com a unificação dos produtos e com melhoria de mix, e acreditamos que essas iniciativas nos permitirão continuar esse caminho de melhoria da margem.

Victor (via webcast):

Qual é o market share da Sinqia hoje?

Thiago Rocha:

Victor, boa tarde. Nosso market share é de 6,8%, um market share bastante baixo se considerarmos que a Sinqia é a empresa líder e é quase 3x maior que o segundo colocado.

Investidores/Investors

Então, esses 6,8% são o nosso ponto atual, mas obviamente toda essa estratégia de consolidação que vimos conduzindo está nos permitindo ganhar market share, e vamos buscar uma posição ainda maior no futuro.

Vinicius (via webcast):

Referente à recém-criada empresa entre B3 e TOTVS, enxergam como uma concorrente direta da Sinquia. Se sim ou não, por quê?

Thiago Rocha:

Vinicius, boa tarde. Sim, na verdade essas empresas já eram concorrentes da Sinquia há bastante tempo. Nesse sentido, não acho que o anúncio muda o cenário competitivo. Tanto a TOTVS quanto a Sinquia já operam nesse mercado há bastante tempo. Então, isso não é um fato novo para nós.

Eliezer (via webcast):

A Sinquia que pretende adentrar ao mercado de criptoeconomia, fornecendo serviços neste mercado?

Thiago Rocha:

Eliezer, obrigado pela pergunta. Não temos nenhuma iniciativa a curtíssimo prazo em vista, mas temos acompanhado os avanços na negociação de cripto e estamos bastante atentos à possibilidade de isso passa a compor o portfólio da Sinquia. Mas eu não diria que é um objetivo de curtíssimo prazo. Preferimos aguardar um pouco a evolução do negócio cripto, da regulação cripto, até nos posicionarmos de uma forma mais contundente nessa discussão.

César (via webcast):

Existe alguma projeção da Sinquia em trabalhar com *cyber security*?

Thiago Rocha:

Boa tarde, César. *Cyber security* diretamente, não, mas temos algumas soluções que estão relacionadas ao assunto *cyber security*, principalmente quando falamos de soluções antifraude, que são as soluções usadas pelo nosso sistema de *onboarding* digital, como componente dessa solução de *onboarding* digital.

Então, nesse sentido, temos uma atuação, mas eu não diria que a Sinquia pretende ser uma empresa focada em *cyber security*.

Daniel (via webcast):

A Sinquia pretende entrar no mercado de pagamentos? Se sim, seria como uma adquirente ou apenas oferecendo um serviço *white label* para os clientes?

Thiago Rocha:

Daniel, obrigado. Essa pergunta é bem interessante. Indiretamente, eu diria que já estamos entrando. O anúncio da Celcoin tem muito a ver com isso. A Celcoin levantou R\$55 milhões, e parte do plano de investimentos é justamente se tornar uma instituição de pagamento, e a Sinqia deve ter alguma participação neste plano do ponto de vista estratégico e operacional.

Então, sim, já estamos fazendo uma movimentação nesse sentido. Eu não vejo a Sinqia a curto prazo se tornando uma adquirente, mas eu vejo, sim, a Sinqia oferecendo um serviço *white label* para vários clientes do mundo de pagamentos, especialmente aqueles clientes que queiram ter uma relevância maior e uma oferta mais abrangente de serviços financeiros, que não seja restrita só às transações de pagamento.

Nesse caso, sim, pretendemos e estamos trabalhando pra construir uma oferta desenhada especificamente para esse público.

Carlos (via webcast):

Esperam uma maior demanda após o início do *open banking* no Brasil?

Thiago Rocha:

Carlos, com certeza. Os grandes momentos de crescimento na nossa indústria desde o início foram provocados por mudanças desse tipo. Mudanças tecnológicas ou mudanças regulatórias que impulsionam uma nova onda de investimentos, e é isso que vai acontecer com o *open banking*.

O fato é que a grande maioria das instituições financeiras hoje ainda não está preparada para operar no mundo de *open banking* e, mais especificamente, para aproveitar todas as oportunidades que esse *open banking* vai trazer, do ponto de vista de novos negócios.

Então, acreditamos que esse trabalho de adaptação ao mundo de *open banking* também passa pelo tema atualização tecnológica, melhoria tecnológica, integrações mais eficientes, e tudo isso significa mais morna, tanto pelo software da Sinqia, como pelo serviço da Sinqia.

Então, acreditamos que o mercado está em um momento muito bom, e o advento do *open banking* deve expandir muito o nosso *total addressable market*.

Gabi:

Não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra final ao Bernardo. Bernardo, pode prosseguir.

Bernardo Gomes:

Obrigado, Gabi. Queria mais uma vez agradecer a todos pela participação em nossa apresentação de resultados, e colocar a nossa equipe à disposição para qualquer esclarecimento adicional. Muito obrigado a todos, e boa tarde.

Gabi:

Obrigada. O webinar de resultados do 2T21 da Sinqia está encerrado. Boa tarde.

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