

Fernanda:

Bom dia pessoal. Sejam bem-vindos ao *webinar* de resultados da Sinqia referente ao 4T21 e do ano de 2021. 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 indicaremos 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.

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, Fernanda. Bom dia a todos. Muito obrigado pela presença na nossa apresentação de resultados. Vai ser um prazer, (...), de 4T21 e também o ano de 2021.

Em 2021, mais uma vez, nós tivemos avanços importantes em nosso plano de consolidação e também na nossa agenda de inovação. No uso de resultados financeiros que nós temos à esquerda do slide, temos um resumo dos principais resultados que demonstra como 2021, especialmente os últimos quatro meses do ano foram transformacionais para a empresa e nos levaram a um novo patamar de receita e de rentabilidade.

As informações que estamos trazendo aqui já consolidam os resultados de 12 meses das aquisições que foram fechadas recentemente, a Newcon, Lote 45 e a Mercer Seguridade e dão uma visão mais clara sobre como nós fechamos o ano de 2021 e principalmente qual é a base de partida que iremos usar para o planejamento futuro da companhia.

Nossa Receita Líquida R\$ 552 milhões, 163% maior do que tinha sido observado em 2020. O ARR dos contratos de receitas recorrentes de software superaram os R\$ 446 milhões, um crescimento também de 155% em relação ao 4T20.

O EBITDA ajustado foi de R\$ 149 milhões, 394% maior com margem de 27%, uma evolução de 12.6p.p. Bom, esses excelentes resultados que estamos mostrando aqui foram possíveis graças a ações que destacamos a direita aqui no slide.

Primeiramente, as captações. Nós fizemos uma oferta de ações de R\$ 400 milhões e também uma emissão de debêntures de mais R\$ 250 milhões que viabilizaram que a gente fizesse M&As importantes nesse período.

Fizemos cinco aquisições em 2021, mais uma em janeiro deste ano, fortalecendo a nossa presença em todas as unidades de negócio que já atuamos. Com destaque para a criação de uma nova unidade, a Sinqia Digital, que amplia de forma considerável o

Investidores/Investors

nosso mercado endereçável, traz inúmeras oportunidades de vendas cruzadas com os outros negócios que temos na Companhia.

Por último, a direita também, mas não menos importante, estamos comemorando o primeiro ano da nossa iniciativa de CVC, o Torq Ventures já com importantes realizações. Fizemos investimentos em três fundos de *venture capital*, três investimentos em *start up*, quatro na verdade quando consideramos a Data Rudder que foi feita agora no início desse ano.

E passando agora para o slide seguinte, vemos aqui que uma estratégia que já era bem-sucedida desde o IPO foi consideravelmente acelerada mais recentemente. Isso pode ser destacado nos pontos que coloco aqui à direita desse slide.

Temos liderança absoluta e posição de destaque em todas as unidades. Somos pelo menos 3x maior do que qualquer outra empresa de tecnologia que atende o segmento financeiro. E, ainda assim, só temos 11% de *market share*, ou seja, temos uma presença relevante, uma atuação de destaque, mas ainda com uma enorme oportunidade para crescimento para continuar nesse ritmo acelerado que estamos observando, principalmente nos últimos tempos.

Justamente o crescimento é o destaque seguinte aqui. Um crescimento médio anual de 32% ao ano desde o IPO, desde 2013. Durante nove anos, estamos apresentando um crescimento médio de 32% ao ano. E, quando olhamos o período mais recente, vemos por exemplo que de 2019 para agora triplicamos a receita.

E é justamente o que queremos continuar a fazer. Levando uma estratégia que é muito bem-sucedida, a passos cada vez mais largos e cada vez mais rápidos. Isso, destacando ainda o terceiro item que tem aqui nesse slide que é a previsibilidade. 90% da nossa receita é receita recorrente. Isso é muito importante.

Isso garante uma solidez e uma estabilidade para o negócio e para o planejamento futuro mesmo nos cenários mais conturbados, mesmo em cenários como o que vivemos no ano passado e vive esse ano. Temos uma empresa extremamente previsível, extremamente sólida, estável e que tem garantia de entrega dos seus resultados.

E, por último aqui, queria destacar a rentabilidade e os ganhos de escala com a integração das aquisições que fizemos. O novo *mix* de receita onde trouxemos produtos mais rentáveis e escaláveis no modelo SaaS, nos levam a uma margem EBITDA de 27% muito superior à que vinha sendo observado até aqui.

Então, a soma de todos esses itens mais o histórico do que temos mostrado de entrega de resultados, destacadamente aqui desde o IPO, principalmente mais recentemente desde a oferta de 2019. Agora nos deixa muito confiantes em tudo que nós já fizemos e tudo o que vamos fazer daqui para frente.

Eu quero passar a palavra agora para o Thiago que vai poder explorar um pouco mais nos próximos slides os acontecimentos recentes do nosso plano de M&A. Thiago, é com você.

Thiago Rocha:

Investidores/Investors

Bom dia a todos que nos ouvem. É um prazer falar com vocês mais uma vez. Seguindo a nossa apresentação, tivemos aqui um ano bastante relevante na história da Sinqia do ponto de vista de M&A.

Foi um ano desafiador porque encontramos um cenário de mercado bastante volátil. De certa forma, essa volatilidade impôs um desafio adicional nas captações de recursos, tanto na operação de debêntures quanto na operação de dívidas de ações. Mas ainda assim, conseguimos dar passos substanciais. Conseguimos trazer os recursos que a Companhia precisava para evoluir de uma forma muito eficiente no M&A.

Começamos o ano passado fazendo o *closing* da aquisição da ISP, uma aquisição do mercado de previdência muito importante para a Sinqia que consolidou a nossa posição de liderança. Logo na sequência, em março, compramos duas empresas muito legais, a Simply e a FepWeb. Empresas que deram origem à nova unidade de negócios da Sinqia Digital, como o Bernardo comentou.

Um pouco mais adiante, no mês de julho, fizemos a captação de R\$ 250 milhões com a oferta de debêntures e também a assinatura da aquisição da Mercer Seguridade. Essa assinatura aconteceu em julho, mas o *closing* da aquisição veio a acontecer mais recentemente, vou falar sobre isso adiante.

No mês de setembro, como percebemos que o *pipeline* de M&A estava andando mais rápido do que a capacidade financeira da Empresa tomamos a decisão de ir ao mercado e fazer uma captação com uma oferta de ações. Conseguimos uma captação super bem-sucedida de R\$ 400 bilhões. No momento de mercado que não era dos melhores, o que acho que reflete o fato de que a Companhia tem um histórico de realização importante e isso dá uma certa segurança para o nosso investidor.

E, a partir daí, estamos trabalhando intensamente na agenda de M&A, sendo que no mês de outubro compramos a QuiteJá, mais um complemento para Sinqia Digital. Em dezembro, a Newcon, em janeiro a Lote 45 e, agora em fevereiro, o *closing* daquela mesma aquisição que comentei a pouco, a Mercer Seguridade. Sendo que com isso temos um período bastante extenso M&A e de certa forma está relacionado com os resultados excelentes que estamos reportando hoje.

Passando para a página seguinte, vou falar um pouco agora dessas aquisições que ainda não tínhamos comentado na divulgação de resultados do trimestre passado para que todos que acompanham a Sinqia tenham a chance de entender um pouco mais a fundo.

Vou começar falando da Mercer Seguridade. Já tínhamos falado sobre essa aquisição, mas agora com o *closing* acho que vale a pena lembrar. A Mercer Seguridade é uma referência nas atividades de BPO para o mercado de previdência.

Nós compramos 100% desse negócio, que até então era detido pela Mercer Brasil com alguns racionais bastante sólidos. O primeiro deles é ampliar a base de clientes do nosso negócio Sinqia Previdência, os clientes de muita qualidade. Os clientes da Mercer Brasil em geral eram entidades de previdência ligadas a empresas privadas muitas empresas multinacionais, portanto, uma base de clientes de bastante qualidade.

Investidores/Investors

Além disso, procuramos ampliar os serviços de BPO em Sinqia Previdência, sendo cada vez mais completo na nossa oferta de BPO para que o nosso cliente possa deixar tudo na mão da Sinqia e se preocupar com o que interessa.

E, por fim, tivemos um racional aqui de conseguir obter algumas sinergias com os ganhos de escala nessa vertical. A Mercer Seguridade ainda opera com uma solução tecnológica de um terceiro. Essa solução tem um nível baixo de automação e acredita que ao substituir pela solução da Sinqia vamos automatizar mais processos e conseguir ganhos relevantes de margem para o negócio que adquirimos.

À direita podemos ver um pouco dos resultados. É uma empresa que tem um crescimento relativamente discreto, mas isso não incomoda até porque a tese dessa aquisição não foi o crescimento em si, mas o ganho de eficiência. E tivemos no ano de 2021, uma receita líquida de R\$ 32 milhões e um EBITDA R\$ 8 milhões com margem de 26%. Portanto, uma margem bastante atrativa para a Sinqia.

Passando para a página seguinte, mais no final do ano, compramos a Newcon. A Newcon é uma empresa líder na vertical de consórcio. Foi uma aquisição de 100%. E mais uma vez vemos aqui racionais bastante sólidos. O primeiro deles foi estabelecer uma posição dominante na vertical de consórcio.

A Sinqia entrou nessa vertical em 2015, já havia feito duas aquisições. Essa é a terceira e agora temos uma posição dominante com praticamente 80% dos clientes desse mercado, sendo que isso nos dá uma proteção no caso de eventual competição porque hoje, praticamente todas as administradoras relevantes do mercado já usam Sinqia.

Além disso, procuramos ampliar a base de clientes de Sinqia Consórcios. A nossa base tinha aproximadamente 50 clientes e hoje já conta com 120, uma ampliação relevante e também em nome de muita qualidade.

Hoje, a Sinqia está presente nas principais administradoras de consórcios que operam aqui no Brasil. Estou falando das administradoras de Consórcios do Itaú, do Bradesco, do Santander, Banco do Brasil e Caixa. Também das grandes montadoras como a Volkswagen e a GM, além de grandes administradoras independentes. Então, é uma base grande de muita qualidade.

Além disso, procuramos sinergias com ganhos de escala. A nossa operação de consórcios antes da Newcon era uma operação relativamente pequena e é muito difícil rentabilizar uma operação pequena porque existe um componente de custo fixo muito grande no nosso negócio.

E, por fim, tivemos aqui um pensamento de promover o *cross sell* dos produtos de Sinqia Digital. O mercado de consórcios está um passo atrás no quesito digitalização e agora pretendemos levar também para a base de clientes da Newcon as nossas soluções de *onboarding* digital, assinatura digital e cobrança. Portanto, tem muita sinergia aqui.

A direita pode ver um pouco do resultado dessa empresa. É uma empresa que vem crescendo de uma forma muito consistente, mas eu diria que o principal destaque é a margem. É uma empresa muito lucrativa, um bom operador do seu negócio. Ela teve no ano de 2021 uma receita líquida de R\$ 72 milhões, um EBITDA de R\$ 40 milhões, o que dá uma margem de 56%. Então, é um *business* muito atrativo para a Sinqia do ponto de vista de crescimento, mas principalmente do ponto de vista de margem.

Passando para a página seguinte, mais recentemente, compramos a Lote 45. A Lote 45 é uma especialista uma empresa referência em soluções para gestão de risco de portfólio aqui no Brasil. A compra foi de 52% das ações e temos a opção de comprar os 48% remanescentes dentro de alguns anos.

Racionais também muito bem fundamentados. O primeiro deles estabeleceu uma solução completa e integrada para a vertical de fundos. Essa é uma vertical hoje que no Brasil sofre com o problema de ter muitas soluções e essas soluções não se conversam. Em toda a cadeia, estou falando aqui do Gestor, do Administrador, do Custodiante e do Distribuidor. Temos esse problema de integração.

Então, a nossa visão para essa vertical é trazer todas as peças que precisamos para estabelecer essa solução completa e integrada. Além disso, conseguimos nessa aquisição ampliar o portfólio de produtos de Sinqia Fundos. Nosso portfólio já tinha solução para Controladoria e Custódia. Já tinha uma solução para a gestão de FIDCs e agora passa a ter também uma solução para controle do risco. Portanto, é o portfólio mais abrangente dentre as empresas do setor aqui no Brasil.

Além disso, procuramos ampliar a base de clientes de Sinqia Fundos. Uma ampliação muito relevante. Hoje, a base já passa dos 150 clientes com nomes em todos os pontos da cadeia. Temos distribuidor, temos custodiante, temos gestor e temos também *family office*.

Por fim, tem o racional aqui de *cross sell* na base de Sinqia Previdência. Mas como assim Sinqia Previdência? A Lote 45 vinha entrando no mercado de previdência, vendendo as suas soluções para grandes entidades fechadas de previdência que têm volumes monstruosos de recursos sob gestão. Só que a Sinqia é líder no mercado de previdência e temos condições de abrir portas e de fazer com que a entrada da Lote 45 nesse mercado seja mais rápida e mais eficiente.

À direita, conseguimos ver um pouco dos números. É uma empresa que vem crescendo a uma taxa muito alta. Ela alcançou R\$ 30 milhões de receita no ano passado, crescendo praticamente 50% ano contra ano. Um crescimento muito expressivo com uma margem também muito legal. Um EBITDA de R\$ 14 milhões e margem de 44%. Então, mais uma vez um negócio de *equity* para a Sinqia tanto em crescimento como em lucratividade.

Passando para página nove, essas aquisições resultaram no que estou chamando aqui de um crescimento garantido para 2022, um crescimento garantido de aproximadamente 57%. Mas como assim? O pensamento aqui é o seguinte. Nós fechamos o ano de 2021 com uma receita líquida de R\$ 353 milhões.

E à direita vemos na barra laranja, que no 4T21 anualizado, considerando só Sinqia, já apresentamos uma receita líquida de R\$ 418 milhões. O que é R\$ 418 milhões? É o 4T multiplicado por quatro. Por que estamos fazendo essa conta? Porque os trimestres anteriores ainda não capturavam todas as aquisições que fizemos no ano, mas o 4T21 captura.

Então, estamos fazendo uma conta aqui de 4T21 vezes 4, o que dá R\$ 417 milhões. Mas precisamos lembrar também que esse número não considera as aquisições de

2022 que já foram fechadas. Então, se eu for somar as aquisições de 2022, temos mais R\$ 134 milhões de receita, totalizando R\$ 552 milhões.

Em outras palavras, o que eu quero dizer é que já temos aproximadamente R\$ 550 milhões de receita garantida para 2022, um crescimento garantido de aproximadamente 57%. Mas é claro que não vamos ficar parados. Vamos procurar novas aquisições e vamos procurar novas vendas, portanto, o número no final do ano pode ser até melhor do que esse.

Passando para a página seguinte, para a página 10. Essas aquisições também resultaram no posicionamento fortalecido em diversos negócios. Consolidamos a liderança em Previdência e Consórcio e estabelecemos uma presença muito forte em digital. Então, olhando o que aconteceu vertical a vertical, em fundos, a nossa receita líquida saiu de R\$ 18,7 milhões em 2020 para R\$ 72,4 milhões no proforma.

O número de clientes aumentou de 60 para 176, portanto, é um crescimento muito expressivo. Em Previdência, a nossa receita líquida saiu de R\$ 35,8 milhões em 2020 para R\$ 131,8 milhões no proforma. E o número de clientes saiu de 102 para 171. Em Consórcio, a receita líquida saiu de R\$ 10,2 milhões para mais de R\$ 80 milhões agora no proforma, com o número de clientes aumentando de 71 para 119.

E o que eu queria chamar a atenção aqui pessoal, é que essas três histórias têm uma coisa muito importante em comum. Alguns anos depois de entrar nessas verticais de fundos, previdência e consórcio a Sinqia assumiu a liderança de mercado, construiu o portfólio de produtos mais completo, conquistou a base de clientes mais robusta e conseguiu alcançar uma escala muito importante para rentabilizar esses negócios a médio prazo.

Por que isso é importante? Porque acho que esses são diferenciais competitivos muito difíceis de replicar. Conseguimos uma posição muito forte nessas três verticais e isso é muito difícil de replicar. Além disso, no quesito Sinqia Digital, formamos a nova unidade de negócio, como o Bernardo comentou.

E essa unidade já nasce como a receita líquida de R\$ 62 milhões com mais de 100 clientes. Portanto, ela já nasce expressiva e já nasce representativa para a Sinqia. E lembrando que essa é uma unidade de negócio que vem tendo um desempenho muito bom desde a aquisição.

Quando olhamos os números do 4T da sempre da Simply e da FepWeb, que eram as empresas que estão aqui há mais tempo, elas cresceram ano contra ano 49% em termos de receita. Portanto, é um crescimento muito alinhado com a nossa expectativa e elas continuam se beneficiando das oportunidades de *cross sell*.

A Simply fez uma venda importante recentemente para o banco Next. A FepWeb para o Banestes. Vale dizer que o *cross sell* não acontece só na receita da Sinqia Digital, ele também acontece na receita das verticais porque temos vendido as soluções de *back* para os clientes de Sinqia Digital.

Agora eu vou passar a palavra para o Leo. Ele vai falar um pouco sobre inovação. Eu volto na sequência. Leo, por favor.

Leo Monte:

Obrigado, Rocha. Bom dia a todos. É uma satisfação muito grande poder vir aqui contar um pouco sobre os avanços que nós tivemos durante o primeiro ano de Torq Ventures. Realmente foram muitos desafios, porém com realizações muito importantes e isso reforça tudo que o Rocha acabou de dizer.

O nosso compromisso e alinhamento também estratégico com o crescimento e também com o futuro da Companhia. Bom, durante o primeiro ano nós participamos ativamente e, eu diria até com protagonismo, em todo esse movimento que aconteceu de aportes em *startups* e também nas *fintechs*. Com todo esse avanço, nós criamos um robusto ecossistema através do relacionamento ativo e também com investimento em *startups*.

Explicando melhor, indo do lado esquerdo para o lado direito, gostaria de destacar alguns dos nossos resultados. Nós fizemos mais de 200 conexões com empreendedores e também aceleramos mais de dez *startups*. Tudo isso graças ao relacionamento com os nossos parceiros como Darwin, Distrito e as *big techs* como Microsoft e Google.

Nós também investimos em três fundos de venture capital, a Canary, a Parallax e também a Astella, o que nos dá acesso a boas oportunidades de investimento e também clareza sobre as principais tendências do setor. E, com isso, nós também tivemos a oportunidade de apoiar o surgimento e o crescimento de mais de 40 *startups*.

Foram mais de R\$ 30 milhões investidos no nosso programa de inovação aberta, contemplando todos os aportes em Darwin, fundos, co-investimentos e investimentos diretos. Tivemos uma valorização já nesse primeiro ano de 26%. Um resultado expressivo que mostra que as nossas escolhas foram corretas.

Além disso, nós assinamos também 55 contratos. Contratos de acordos operacionais entre as investidas e também parcerias estratégicas que garantem novas receitas tanto para as *startups* como também para a Sinqia. E, como consequência de todo esse trabalho de inovação que nós estamos fazendo, conseguimos identificar e participar de quatro investimentos importantes.

Tudo isso através das integrações com a Sinqia que já estão gerando resultados para ambas as partes. O primeiro deles é a CelCoin, líder na distribuição de infraestrutura financeira de pagamentos através de APIs. Seguindo pela Cerc, que nós investimos via Parallax, que é uma das principais registradoras de recebíveis do mercado.

Nós tivemos também a CashWay que entrega soluções de *bank as a service* e *white label bank*. E o nosso mais recente investimento, a Data Rudder que é uma plataforma de inteligência artificial e auto *machine learning* que vou explicar mais detalhes no próximo slide.

Esse investimento na Data Rudder é muito significativo para nós e combina elementos muito interessantes. Trata-se de um SaaS de inteligência artificial e com funcionalidades específicas focadas para o mercado financeiro. E, todos aqui devem saber e imaginar que nesse exato momento nossos clientes estão vivendo de desafios, principalmente relacionados à esfera de dados e como tirar o melhor proveito para gerar resultados para os seus negócios.

Investidores/Investors

Explicando melhor a solução, indo para o lado direito da tela, trata-se de uma plataforma de inteligência artificial que utiliza *machine learning* e *auto machine learning*. É como se fosse uma subcategoria da inteligência artificial e consiste num processo de automatização dos modelos que vai desde a recepção dos dados a preparação dessas informações, o treinamento dos modelos até a análise dos resultados.

A plataforma encurta todo esse processo de forma significativa e tira a dependência de equipes de cientistas de dados, algo inédito quando falamos de empresas de inteligência artificial aqui no Brasil. Dessa forma, a solução permite que as equipes dos nossos clientes foquem em aspectos estratégicos do negócio de forma a ganhar maior eficiência, com a otimização dos custos operacionais e também obtendo a maximização dos resultados.

Imagina só pessoal, com os modelos analíticos de prateleira a solução endereça as principais dores do mercado. Eu vou dar alguns exemplos aqui, por exemplo, análise de risco de crédito, prevenção à lavagem de dinheiro, precificação, *next best offer*, análise de *churn* entre outros.

Imagine você contar com todas essas funcionalidades através de uma simples integração via API e visualizar todos os resultados de maneira simplificada através dos painéis de controle. Hoje, a Data Rudder já atende alguns clientes do mercado financeiro e com o volume superior passando pela solução de mais de 112 milhões de transações mensais.

Agora voltando para o lado esquerdo da tela, gostaria de comentar um pouco sobre o racional do aporte. A Data Rudder é uma empresa que surgiu através do nosso programa de aceleração junto com a Darwin. Nós tivemos a oportunidade de acompanhar e também contribuir com toda sua evolução até aqui.

As fundadoras entenderam as reais necessidades do mercado e a aplicação da inteligência artificial de forma automatizada através de um produto de um produto SaaS super flexível e altamente escalável. Além disso, possui agilidade na implantação, sendo até 8x mais rápida do que (...), cliente do Sinqia Digital, um banco de médio porte.

Essa prova de conceito originou essa nova funcionalidade e com ela um acordo operacional com o modelo comercial de *revenue share* e também de receita recorrente. Além disso, a solução possui muita sinergia com todas as unidades da Sinqia.

E é só o início de uma longa jornada dessa parceria e também de todas as outras, todas as oportunidades que estão surgindo entre a Sinqia e as mais de 60 empresas do nosso portfólio. E, por fim, nós estamos muito orgulhosos de todas as conquistas desse primeiro ano.

Todos os resultados até aqui comprovam que nós estamos formando um grande ecossistema, endereçando teses superimportante para a Companhia. Além disso, nós tivemos uma valorização significativa nos recursos alocados, comprovando que estamos avançando na direção correta, combinando resultados estratégicos e também financeiros.

E vocês podem também acompanhar os avanços de todo esse trabalho que estamos fazendo aqui no Torq Ventures através do nosso novo site: www.torq.ventures. Obrigado. Agora devolvo a palavra para o Thiago Rocha.

Thiago Rocha:

Obrigado, Leo. Agora falamos um pouco sobre os resultados financeiros do trimestre. Começo ressaltando que é um trimestre com resultados muito consistentes, tanto do ponto de vista de crescimento como de lucratividade. Iniciando pelas slide 15, nós tivemos um avanço muito expressivo na regra dos 40.

A regra dos 40 é indicador muito usado na indústria de *software as a service* e, por isso, passa a trazer ele aqui na nossa apresentação de resultados. Então, já chegamos a um patamar diferenciado na indústria.

Mas antes de falar sobre o número em si, só queria esclarecer como fazemos o cálculo. No crescimento da receita, usamos a receita líquida LTM e compara com o mesmo período do ano anterior. E na margem EBITDA, usamos também a margem EBITDA LTM. Então, a soma do crescimento com a margem EBITDA resulta no percentual total que se compara com o *benchmark* de 40.

Então, no 4T20 saímos de 34%, o que era um número razoável, mas ainda abaixo do *benchmark* de 40. No 4T21, alcançamos 41% e superamos o *benchmark*. Desde então, estamos crescendo sequencialmente trimestre a trimestre.

Finalmente no 4T21, atingimos 88% que é praticamente o dobro do *benchmark* da indústria. Como a Sinqia é uma empresa muito aquisitiva, essencialmente a nossa tese é uma tese de crescimento por meio de consolidação de mercado, nós consideramos que nesse cálculo tanto o crescimento orgânico quanto inorgânico.

Mas é importante dizer que mesmo se considerássemos só o crescimento orgânico de 22% a empresa estaria acima do *benchmark* com 42%, ou seja, acho que tudo isso só mostra o quanto conseguimos alcançar nos últimos trimestres, tanto em crescimento como em rentabilidade. Hoje, posicionando a Sinqia em um patamar diferenciado, em um dos principais indicadores da indústria de SaaS.

Passando para o slide seguinte, reportamos neste 4T mais um recorde no ARR de software. O ARR total no 4T21 foi de R\$ 316 milhões, um crescimento de 80% contra o mesmo período do ano anterior e de 10% sobre o trimestre anterior sendo que o ARR orgânico foi de R\$ 208 milhões, um crescimento de 19% sobre o mesmo período do ano anterior.

Portanto, está em linha com a nossa expectativa de 4% sobre o 3T. Mas eu preciso lembrar aqui que esse 4T21 ainda não contemplava as aquisições feitas no início de 2022. Juntas a Mercer Seguridade, a Newcon e a Lote 45 vão se somar à ARR total de R\$ 130 milhões.

Então, apresentamos aqui nesse slide também o ARR proforma do 4T21 que somou R\$ 446 milhões. Então, essa é hoje a visão mais atualizada sobre o indicador e o novo ponto de partida para 2022.

Passando para a página 17, registramos um novo recorde de receita líquida e também de receita recorrente. Então, começando pelo gráfico à esquerda, a receita líquida total foi recorde de R\$ 104 milhões, um crescimento de 77% contra o mesmo período do ano anterior.

Sendo que a receita líquida de software foi de R\$ 83 milhões, crescendo 103%, dos quais 22% de crescimento orgânico, impulsionado principalmente pelas verticais de Fundos, Bancos e Previdência. A receita líquida de serviços foi de R\$ 21,5 milhões, um crescimento de 18% puramente orgânico que aconteceu por causa do aumento de *ticket* em alguns clientes relevantes da base.

À direita vemos que a receita recorrente total foi recorde de R\$ 90 milhões, um crescimento de 69% e o nível de recorrência foi de 86%, uma redução, uma pequena redução de 4p.p. devido ao fato de que as receitas variáveis cresceram mais rápido do que as recorrentes, especialmente as receitas de implantação e customização, o que é um bom sinal porque isso é um *proxy* de crescimento futuro.

Passando para a página seguinte, também registramos um crescimento expressivo do lucro bruto impulsionado, principalmente, pelo negócio de software. À esquerda vemos que o lucro bruto total foi de R\$ 36,8 milhões, um crescimento de 70%, e a margem bruta foi de 35%, uma pequena redução de 2p.p. explicada especialmente por serviços.

No Centro, vemos que o lucro bruto de software foi de R\$ 32,8 milhões, um crescimento de 94% explicado principalmente pela consolidação das aquisições e a margem bruta foi de 40%, pequena redução de 1p.p. motivada por um aumento de quadro, no caso na área de implantação.

Por fim, vemos à direita o lucro bruto de serviços de R\$ 4 milhões, uma queda de 15%. É importante explicar porque isso aconteceu. No momento em que passamos a ter visibilidade da aquisição da Newcon, optamos por transferir o time de P&D de consórcios para a área de serviços porque aquele time estava trabalhando em redundância com o time da própria Newcon.

Então, transferimos esse time de área para conseguir alocar os profissionais em clientes. Só que no 4T, estamos vendo o custo dentro de serviços, mas ainda não vemos a receita. Então, por essa razão a gente teve aqui uma pressão pontual de margem que resultou numa redução de 7p.p.

Passando para a página seguinte, mantivemos um controle eficiente das despesas que vêm sendo diluídas pelo crescimento da companhia. Então, à esquerda as despesas totais foram de R\$ 18 milhões, um crescimento de 46% explicado principalmente pela consolidação das aquisições.

Não quero ser repetitivo, essa mesma explicação dos gráficos seguintes, pessoal. Então, as despesas totais representaram 17% da receita, uma redução de 4p.p. com essa diluição. As gerais e administrativas no gráfico ao centro foram de R\$ 13 milhões, um crescimento de 44%.

A explicação é a mesma, a consolidação das aquisições. E as despesas comerciais e de marketing foram de R\$ 5,4 milhões, um crescimento de 51%. Acho que a mensagem que eu quero deixar aqui é que as despesas estão sob controle e vêm sendo diluídas pelo crescimento da Companhia nos últimos trimestres.

Passando para a página seguinte, por consequência disso, reportamos um novo recorde de EBITDA ajustado com aumento expressivo da lucratividade. O EBITDA ajustado no trimestre foi de R\$ 25 milhões, um crescimento de 136% com uma margem de 24%, um

ganho de 6p.p. contra o mesmo período do ano anterior, consequência de tudo aquilo que falei há pouco. O crescimento de receita, a expansão do lucro bruto e um controle muito eficiente de despesas.

A direita tivemos também um novo recorde de lucro líquido. E isso vai nos permitir fazer o maior pagamento de proventos desde que a Sinqia abriu o capital. O lucro líquido no trimestre foi de R\$ 11,6 milhões, um crescimento de 277% que aconteceu porque o EBITDA cresceu, mas as linhas abaixo do EBITDA cresceram numa velocidade menor.

Então, as despesas com depreciação e amortização cresceram menos do que o EBITDA o resultado financeiro foi positivo. A conta de Imposto de Renda e Contribuição Social teve uma variação muito pequena, permaneceu praticamente estável. Então, por causa de tudo isso, o lucro líquido cresceu bastante. A margem líquida foi de 11%, um ganho de p.p.

E para finalizar a minha sessão, mesmo tendo feito todas essas aquisições nos últimos meses, mantemos recursos para suportar a estratégia de consolidação. Então, o gráfico mostra a composição do nosso caixa bruto.

É importante lembrar que tivemos três *closings* de aquisição depois do fechamento do 4T. Então, por isso, já trazemos aqui uma visão ajustada para essas aquisições. O que estou chamando de 4T21 ajustado.

Então, o nosso caixa bruto foi de R\$ 113 milhões, uma redução de R\$ 506 milhões na comparação com o 3T. Essa redução aconteceu porque pagamos a parcela à vista das aquisições de QuiteJá, Newcon, Lote 45 e Mercer Seguridade.

A dívida bruta foi de R\$ 357 milhões, aumentou R\$ 84 milhões porque adicionamos ao saldo as parcelas a prazo dessas aquisições que vão ser pagas nos próximos anos. E, por consequência, a dívida líquida foi de R\$ 243 milhões contra um caixa líquido de R\$ 347 milhões no 3T21.

Então, voltamos aqui a uma posição de dívida líquida porque tivemos sucesso em alocar todos os recursos do nosso *follow on*. Nós usamos os recursos em quatro meses, muito à frente do que tínhamos como expectativa. Mas ainda temos capacidade de fazer mais porque continuamos relativamente distante dos limites de endividamento.

Então, se eu aplicar o *covenant* de 3x a dívida líquida/EBITDA sobre aquele EBITDA proforma que o Bernardo trouxe no começo da apresentação de R\$ 149 milhões, a nossa dívida líquida máxima seria de aproximadamente R\$ 448 milhões, ou seja, o que quero dizer é que temos ainda quase R\$ 200 milhões de espaço para fazer novas aquisições e novos investimentos em inovação ao longo desse ano.

Agora queria devolver a palavra para o Bernardo fazer as considerações finais. Bernardo.

Bernardo Gomes:

Obrigado, Thiago. Passando agora para o slide 23. Para finalizar, quero destacar mais uma vez que essas importantes conquistas de 2021 que vimos aqui ao longo da apresentação, na verdade, elas se sedimentam a base para a continuidade da nossa estratégia e para o forte crescimento que prevemos para 2022 e para os anos seguintes.

Destacando aqui em primeiro lugar as aquisições, como o Tiago mencionou, no momento em que fomos para a oferta lá em setembro do ano passado, tínhamos feito uma promessa de que conseguiríamos usar os recursos em 18 meses.

Em quatro meses conseguimos entregar aquilo que tínhamos prometido com as aquisições que apresentamos aqui para vocês, consolidando nossa posição de liderança, abrindo novas oportunidades e, principalmente, mostrando que continuamos firme na nossa estratégia de crescimento através de aquisições. Então, isso aqui é mais uma etapa do plano que já estamos conduzindo há muito tempo.

O segundo ponto aqui é o amadurecimento do nosso programa de inovação. Acho que o Torq Ventures, as iniciativas do CVC, eles amadureceram e enriqueceram o ecossistema que estamos criando aqui para o mercado financeiro, também pavimentando o crescimento futuro da Companhia.

Nós sabemos que muito do crescimento futuro da Companhia deve vir como resultado desse grande ecossistema que estamos criando através de inovação, de CVC e de novas iniciativas.

E, por fim, multiplicamos as oportunidades de crescimento orgânico e inorgânico. Ampliamos os horizontes do nosso portfólio, levamos as nossas soluções para estar cada vez mais presente na jornada completa dos nossos clientes. E temos cada vez mais nos posicionado como o principal parceiro de tecnologia para qualquer empresa que queira atuar no mercado financeiro.

Acho que tudo isso nos deixa bastante satisfeitos com os resultados muito bons que nós tivemos em 2021, mas principalmente, bastante entusiasmados com o que temos pela frente. Estamos muito confiantes de que vamos continuar nessa tocada de crescimento rápido e acelerado.

Bom obrigado. É isso que eu queria destacar aqui. Em seguida, nós vamos abrir para perguntas.

André Salles, UBS:

Bernardo, Thiago, Léo e todo time da Sinqia, bom dia. Parabéns pelo resultado, pela entrega do plano de aquisições. Obrigado pelo espaço aqui para fazer pergunta. Tenho uma pergunta mais voltada para a parte de consórcio, especificamente.

Depois da aquisição da Newcon, queria entender um pouco mais a estratégia além do *cross sell* com o digital. Como vocês esperam crescer nesse mercado que você já tem uma posição dominante aqui. Vocês vêm algum espaço para isso?

E como vocês esperam levar à margem dessa vertical mais próxima da Newcon? Em quanto tempo vocês pretendem fazer isso? Aqui entendendo que a diferença no tamanho dos *businesses*. Seria essa minha pergunta, obrigado.

Bernardo Gomes:

Legal, André. Obrigado pela pergunta. É uma pergunta bastante interessante. Acho que no momento em que você tem quase 80% de um determinado mercado, a forma de crescer muda um pouco. Temos vários *drivers* de crescimento no *business* de consórcio.

O primeiro deles continua sendo mais básico que é a adição de novos clientes. Nós atendemos 80% do mercado, mas ainda tem 20% do mercado com soluções internas. Muitas dessas soluções são antigas e vão ser substituídas e acreditamos que conseguiremos capturar a grande maioria desses clientes que vierem a substituir o seu legado nos próximos anos.

Então, ainda hoje no Brasil temos várias administradoras muito grandes usando software próprio. Se eu pudesse te dar um exemplar, a Administradora de Consórcio da própria Ronda que é a maior em número de cotas, essencialmente cotas de moto. Então, tem muita oportunidade ainda de adição de novos clientes.

Segundo ponto, a expansão de *ticket*. A Newcon já vinha fazendo com muita competência e um processo de expansão de *ticket* que está relacionado à substituição de versões antigas por versões mais novas que têm benefícios para o cliente, mas obviamente custam um pouco mais caro.

Então, essa substituição de versões, aliada com o fato de que 45% da receita está atrelada ao número de cotas, permite que consigamos crescer dentro da base.

E terceiro, acho que tem uma opcionalidade aqui que é a possibilidade de construir coisas em cima do nosso produto de consórcio. Uma vez que você tem 80% do mercado você é o mercado. E temos condições de criar coisas em cima disso, como por exemplo, a ideia do Plug que já tínhamos trabalhado no âmbito da nossa solução de consórcio anterior a Newcon.

O que é o Plug? O Plug é um ecossistema para que as pessoas possam comprar e vender cotas de consórcio canceladas. Então, a partir desse momento o Plug ganha vida nova e ganha muito mais robustez. Portanto, essa opcionalidade passa a ser ainda mais valiosa.

Então, acho que existem muitos caminhos ainda para crescimento dentro do *business* de consórcio apesar de já termos uma posição muito relevante.

Com relação ao ponto de margem, acho que a Newcon já é uma excelente operadora, já roda em um patamar de margem muito bom. Acho que o nosso ganho aqui está em fazer com que o *business* de consórcio da Sinqia pré Newcon rode com esse mesmo patamar de margem.

Então, tínhamos um *business* relativamente pequeno, uma receita de R\$ 8 milhões a R\$ 9 milhões, mas com uma margem muito próxima de zero. E o nosso trabalho a partir de agora, com a migração dos nossos clientes para o produto da Newcon é elevar esse número que é muito baixo para próximo dos 70% de margem bruta da Newcon. Então, tem um ganho bastante legal a ser capturado também.

André Salles:

Ficou super claro, obrigado.

Christian Faria, Itaú BBA:

Bom dia, pessoal. Obrigado por pegarem a minha pergunta. Eu tenho duas perguntas aqui. Primeiro, gostaria de entender olhando o forte desempenho do software, principalmente na parte orgânica, o que vocês têm notado assim de principais *drivers* para isso e um pouco sobre como isso acelerou versus o resultado que observamos no 3T?

É uma questão de volumetria ou foram os novos clientes e etc? Então, termos um pouco mais de cor nessa frente. E também o que pode esperar crescimento orgânico, olhando para frente?

E também ali olhando na parte do digital, vemos um trimestre ali quando desconsideramos a consolidação de QuiteJá, um trimestre mais *flat* em relação ao que tínhamos tido antes.

Sendo que quando corroboramos com os dados da época da aquisição de Simply e FEPWeb notávamos que eram empresas que cresciam 40% a 50%. Queria entender como tem sido o desempenho dessa frente *vis a vis* o que vocês esperavam. E o que dá para esperar disso olhando para frente também. Obrigada.

Thiago Rocha:

Legal, Christian. Obrigado pelas perguntas. Vamos começar pela primeira. Sobre o crescimento orgânico de software, de fato, o crescimento orgânico do software foi bastante expressivo nesse 4T.

Quando olho as quatro verticais, tivemos um desempenho muito bom em fundos, em bancos e em previdência. E quando olho especialmente o caso de fundos, que é o maior destaque, isso está muito relacionado com a conquista de novos clientes.

Conquistamos novos clientes relevantes na solução de controladoria e custódia, na solução de FIDC também. Esses clientes foram implantados recentemente ou ainda estão em implantação. Então, de fato, existe aqui um momento de aceleração do crescimento orgânico de fundos.

No caso de Bancos, isso tem a ver também com algumas vendas que fizemos nos últimos dois anos que foram implantadas e passaram a receber. E essa é a mesma explicação para a Previdência. Então, de fato, aqui tem um crescimento bastante interessante e grande parte dele está baseada em adição de novos clientes, alguns clientes bem grandes.

E olhando Sinqia Digital, diria para você que como é um *business* de volumetria, estamos falando aqui tanto de Simply e FEPWeb de empresas que são full SaaS, com uma boa parte da receita atrelada ao volume, sempre aconselhamos a olhar o crescimento numa comparação ano contra ano e não contra trimestre.

E quando comparamos o 4T21 com o 4T20, a Sinqia e FebWeb juntas cresceram 49% Então, está perfeitamente em linha com a nossa expectativa, embora numa comparação trimestre contra trimestre, de fato, você possa chegar à conclusão de que o crescimento está mais baixo do que deveria.

Investidores/Investors

Mas lembro que aconteceu no 2T uma demanda muito forte. As empresas subiram de patamar no 2T. Então, na minha comparação ano contra ano elas estão dentro do esperado. Além disso, as oportunidades de processo estão acontecendo.

Vimos a Simply fechando um megacontrato e passando a ser a solução de *onboarding* digital do Banco Next, relacionado ao Bradesco. Vimos a FebWeb assinando um excelente contrato com o Banestes também. Eu estou só trazendo exemplos de *cross sell* aqui.

E vimos uma coisa muito legal. A Travelex que era cliente Simply fechando um contrato na área de investimentos da Sinqia, ou seja, o *cross sell* nem sempre vai aparecer no crescimento de receita do Sinqia Digital, pode ser que ele aparece nas verticais.

Então, tudo isso para te dizer que embora a variação trimestre contra trimestre seja discreta, acho que os negócios estão *on track* e ainda não temos nenhum tipo de revisão de expectativa aqui.

Carlos Herrera (Via webcast):

Qual é o patamar esperado para as margens em 2022? A Companhia segue procurando novas aquisições ou vão focar mais na consolidação dessas últimas adquiridas? Qual o patamar de dívida líquida/EBITDA que vocês se sentem confortáveis de atingir?

Thiago Rocha:

Carlos, obrigado pela pergunta. Bom, com relação à margem, não oferecemos nenhum *guidance* oficial. Acho que é a melhor estimativa que você pode ter nesse momento é a margem proforma que o Bernardo comentou no começo da apresentação dele de 27%.

Eu seria um pouco mais conservador, mas acho que com todas as aquisições já enxergamos, os números proforma uma empresa rodando com margem próxima de 25%, margem EBITDA próxima de 25%.

Eu não vou comentar em termos de margem bruta porque tem uma série de questões de classificação de custo ou despesa. E essa classificação é revista depois que fazemos aquisição para padronizar com o nosso Plano Contábil.

Então, a margem bruta pode ser um pouco mais volátil, mas em termos de margem EBITDA nada muda. E sobre a sua segunda pergunta, temos uma prioridade esse ano de trazer o melhor resultado daquilo que já compramos.

As nossas aquisições recentes mexem muito os ponteiros da Sinqia. Tem muita coisa para fazer, oportunidade de *cross sell*, oportunidade de sinergias de custo e despesa. Um trabalho de unificação dos produtos em algumas verticais.

Então, acho que esse é o principal foco no momento. Mas sim, continuamos olhando novas aquisições. O *pipeline* está quente e está se mexendo. Provavelmente, no segundo semestre do ano voltaremos a ver algumas novidades.

O patamar de dívida líquida/EBITDA que nos sentimos confortável é um pouco abaixo do *covenant*. O nosso *covenant* é de 3x dívida líquida/EBITDA para esse ano, 2,75x

Investidores/Investors

para o ano que vem. Claro que não vamos ficar muito perto, mas eu te diria que até 2,5x estaríamos bastante confortáveis porque o negócio é muito resiliente.

O Bernardo já falou isso. O negócio está exposto a poucos fatores de risco, sabemos o que vai acontecer nos próximos 12 meses. Então, nos sentimos confortável em estar por volta de 2,5x dívida líquida/EBITDA. Obrigado.

Vicenzo Paternosto (Via Webcast):

Vocês podem dar um *update* sobre como estão as vendas nesse início de ano? Estão vendo algum tipo de impacto da desaceleração econômica? Se a parte comercial estiver bem, é razoável assumir uma receita de R\$ 620 milhões em 2022, dado que aquela conta de ARR R\$ 522 milhões não leva em consideração um reajuste de preço de inflação em novas vendas?

Thiago Rocha:

Legal, obrigado e bom dia. Bom, não tenho dados aqui para trazer a respeito das vendas no começo do ano, mas a nossa percepção é de que sim, elas estão normais. Não vemos nenhum impacto de desaceleração econômica.

O crescimento da Sinqia é pouco 'drivado' por um ambiente macro. Ele é 'drivado' mais por questões micro relacionadas a tendências de tecnologia no setor financeiro. Então, não vemos o cenário macro tendo uma grande consequência no nosso crescimento.

E a respeito de assumir uma receita de R\$ 620 milhões, infelizmente não damos um *guidance*. O que eu te diria é que os R\$ 552 milhões são um bom ponto de partida. *Pick a number também* relacionado ao crescimento orgânico. Estamos crescendo organicamente de 19% a 20% ano contra ano.

Então, acho que é razoável assumir que vamos manter o mesmo nível de crescimento orgânico. Isso provavelmente vai levar a receita para um patamar muito próximo da sua sugestão aqui.

Fernanda:

Não havendo mais perguntas gostaria de passar a palavra para o Thiago e na sequência para o Bernardo fazer suas considerações finais podem prosseguir.

Thiago Rocha:

Obrigada, Fernanda. Eu queria só agradecer a presença de todos e reforçar que estamos bem satisfeitos com os resultados do trimestre. Acho que esses resultados que reportamos aqui dizem mais sobre 2022 do que sobre 2021.

E é importante que aqueles que acompanham a Sinqia que estejam atentos com toda essa mudança de patamar que está acontecendo. Então, acho que 2021 foi muito bom, mas tudo o que trouxemos aqui significa que 2022 vai ser ainda melhor. Obrigado a todos. Vou passar para o Bernardo fechar.

Bernardo Gomes:

Obrigado, Thiago. Acho que o encerramento foi perfeito aqui. Eu quero agradecer a presença de todos e colocar a nossa equipe à disposição se vocês quiserem mais algum tipo de esclarecimento. Muito obrigado. Reforço que estamos muito satisfeitos com os resultados apresentados e muito entusiasmados com o que temos pela frente. Obrigado a todos.

Fernanda:

Obrigada. O *webinar* de resultados do 4T21 da Sinqia está encerrado.

“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”