

**Transcrição da Teleconferência
Resultados do 3T22
Cielo (CIEL3 BZ)
1 de novembro de 2022**

Operador:

Bom dia e obrigado por aguardarem. Sejam bem vindos à teleconferência da Cielo referente aos resultados do 3T22. Estão presentes hoje conosco, os Senhores Estanislau Bassols, Felipe Oliveira, Daniel Diniz e toda a Diretoria Executiva da Companhia.

Informamos que este evento está sendo gravado e transmitido simultaneamente pela internet, via *webcast*, podendo ser acessado no endereço ri.cielo.com.br. O replay deste evento estará disponível logo após seu encerramento. Lembramos que os participantes do webcast poderão registrar, via website, perguntas para Cielo, que serão respondidas em breve.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Cielo, projeções, metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da administração da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis para a Cielo.

Considerações futuras não são garantia de desempenho e envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores e analistas devem compreender que condições gerais, condições do setor e outros fatores operacionais podem afetar os resultados futuros da Cielo e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Com base na apresentação publicada no site da Companhia, essa teleconferência será dedicada à sessão de perguntas e respostas, que será precedida por uma mensagem do Presidente da Companhia, Sr. Estanis, com os destaques do trimestre.

Caso tenha alguma pergunta, pressione *1 de seu telefone. Se, a qualquer momento, a sua pergunta for respondida, por favor pressione *2 para se retirar da fila. As perguntas serão respondidas à medida que forem recebidas. Solicitamos a gentileza de retirar o fone do gancho ao efetuarem a pergunta. Dessa forma, uma ótima qualidade de som será oferecida.

Passo agora a palavra ao Sr. Estanis, para sua mensagem de abertura.

Estanislau Bassols:

Olá. Bom dia a todos. Obrigado por participarem da nossa teleconferência de resultados. Essa é a primeira oportunidade que eu tenho de me dirigir com vocês como CEO da Companhia. Primeiro eu gostaria de agradecer ao Conselho e a todos nossos acionistas pela confiança e ao nosso time pela forma como eles me receberam.

Eu assumi a Empresa há menos de dois meses. Nesse período já pude entender a Cielo, os seus principais desafios estratégicos e também aquilo que a Empresa implementou nos últimos anos. Eu gostaria de começar compartilhando com vocês as minhas percepções e quais são as minhas prioridades.

A Cielo implementou uma agenda impressionante de transformação nos últimos anos, tomou uma série de medidas de eficiência e se tornou a adquirente mais eficiente no mercado. Também executou sua estratégia de desinvestimentos, e se desfez de uma série de ativos em

um curto espaço de tempo, o que nos permitiu otimizar recursos financeiros, além de deixar a Empresa muito mais focada em seu negócio principal.

No segmento de varejo, a Cielo criou um novo modelo comercial, suturando canais próprios com elevado nível de produtividade, aumentou a penetração de produtos de prazo e, após as mudanças no ambiente macroeconômico, também implementou um bem sucedido reposicionamento de preços. Com tudo isso, a Empresa recuperou rentabilidade, ao mesmo tempo que se consolidou em um novo patamar em termos de gestão e de equipe.

A Cielo tem uma estratégia clara, um time coeso, que tem entregado resultados que vocês acompanharam nos últimos anos. E a partir desse diagnóstico, e olhando para os desafios de longo prazo, eu enxergo que a estratégia da Empresa é bastante adequada e coerente.

Quais são as minhas contribuições quando eu enxergo daqui para frente, em um olhar de futuro? Eu vejo que a Companhia tem um desafio de acelerar essa trajetória de transformação digital e operacional. Lembrando que a transformação operacional e digital são elementos constantes em uma indústria que muda tão rapidamente como a nossa, é algo que não vai acabar no curto prazo.

Por outro lado, acelerar esse processo, com foco na revisão de processos *end to end*, para melhor atender o cliente, colocá-lo no centro, fazendo com que a Empresa se torne cada vez mais ágil e dirigida por dados que beneficiem o cliente, é algo que sim, nós podemos acelerar bastante. E, com isso, a Empresa vai se tornar mais eficiente do ponto de vista financeiro, e no que diz respeito a ser mais conveniente ao cliente final.

Todos esses passos habilitam a Companhia a criar novas avenidas de crescimento, com um *core* de aquisição cada vez mais otimizado e cada vez mais focado nessa experiência do cliente, nós vamos ter um relacionamento mais estreito com os clientes, baseado em mais informações, que vão nos permitir aumentar a nossa cadeia de produtos e a nossa proposta de valor.

A Empresa já compartilhou com vocês as principais avenidas de crescimento que pretende seguir: Primeiro, inovação em pagamentos; segundo, software e serviços de valor agregado e terceiro, produtos financeiros.

Eu entendo que essas são as avenidas que a Empresa deve perseguir. Mas como vamos perseguir essas avenidas? Eu comecei falando de transformação digital, a transformação digital implica necessariamente que nós vamos dar passos pequenos, porém velozes.

Nós vamos fazer isso sempre com um *elastic feedback* muito claro com o cliente, sendo que essas avenidas vão nascer, já estão nascendo, a partir da interação com os clientes. E ao fazê-lo, nós temos certeza de que vai fazer com toda a atenção e rigor que é observado em qualquer processo de expansão de negócios.

Então, para mim, a estratégia da Empresa está na direção correta. A nossa prioridade é acelerar a transformação digital e operacional, utilizando cada vez mais as informações que nós temos com os clientes em benefício do próprio cliente, tornando a experiência mais intuitiva, mais simples, focada em auto atendimento e simplificação.

E vocês podem esperar que os resultados vão continuar seguindo nessa direção, sem nenhuma guinada em termos de estratégia, muito pelo contrário, com uma grande consistência na execução e uma agenda contínua de melhoria, transformação e otimização do negócio.

Dado o que eu expliquei aqui, aquilo que eu enxergo que a Cielo vem fazendo e como nós pretendemos posicionar a Empresa no futuro, eu queria agradecer a todos vocês pela

participação e dizer que nós podemos seguir agora com a nossa sessão de Q&A para discutir mais detalhadamente os resultados do trimestre. Obrigado.

Pedro Leduc, Itaú BBA:

Bom dia a todos. Obrigada pela pergunta. Agradeço também os comentários iniciais, do CEO. Eu queria tocar em um ponto mencionado ali no desafio de transformação digital e no que tange a busca de eficiência. Este trimestre foi um destaque positivo, a margem, principalmente.

E eu gostaria de entender se tem espaço para acelerar essa transformação digital, e não ter o SG&A, o custo como um defensor no que pode ser um ano, talvez um pouco mais devagar para *top line*. Obrigado.

Companhia:

Obrigado, Pedro, pela pergunta. Sim, nós acreditamos que temos oportunidades ainda a capturar. Os resultados deste trimestre são extremamente sólidos, e nós conseguimos vê-los de uma forma muito clara, repetindo a boa performance do trimestre anterior.

Quando nós enxergamos as melhorias tecnológicas que nós estamos trabalhando, o foco em design nos processos com a visão fim a fim, o foco na digitalização e na busca de autosserviço e autoatendimento, a utilização de dados para tomada de decisão, seja essa decisão em tempos de *pricing*, em termos daquilo que nós oferecemos para o cliente, o momento que nós oferecemos para o cliente o que está nos permitindo aumentar a penetração de serviço de uma forma extremamente consistente.

E também na disciplina de como nós trabalhamos utilizando a tecnologia ágil e cada vez mais ágil, para toda a Empresa. Nós conseguimos enxergar, sim, que temos oportunidades para recolher ao longo da jornada e vamos continuar por *[falha no áudio]*.

Esse investimento todo aqui em transformação digital que nós já temos feito. Nós devemos intensificar um pouco ao longo dos próximos trimestres. Então, vocês poderiam esperar que a nossa meta de crescer abaixo da inflação no longo prazo, provavelmente já termina aqui neste trimestre até porque nós vamos continuar ganhando eficiência, mas em um ritmo um pouco menor, que nós ainda não *[falha no áudio]*.

Pedro Leduc:

Está jóia. Muito obrigado.

Caio Prato, Banco UBS:

Bom dia, pessoal. Obrigado pela oportunidade de fazer pergunta. Obrigado, Estanislau. Eu tenho duas perguntas aqui do meu lado. Se eu puder fazer a primeira antes, é em relação a um pouco do que o Estanislau comentou sobre estratégia. Principalmente sobre estratégia de software, e juros financeiros que você mencionou.

Eu queria saber se poderia dar um pouco mais de detalhes. Como seriam essas duas ofertas? Que tipo de produto vocês pretendem disponibilizar para os clientes, especialmente, em relação aos produtos financeiros?

Como é a discussão com os seus controladores sobre essa parte de produtos financeiros? E quando que nós podemos ver essas novas ofertas vindo da Cielo, daqui para frente? Por favor. E depois eu faço a segunda.

Estanislau Bassols:

Obrigado, Caio. Como eu disse, acho que tem dois antecedentes que são importantes para a forma como nós trabalhamos. Primeiro, é aumentar ainda mais o foco e a melhoria da experiência que o cliente tem no nosso *core* de aquisição, proporciona que isso aconteça com alto serviço, de uma forma cada vez mais relevante, com uma jornada de digitalização que também é importante, e com o cliente cada vez mais satisfeito conosco e com menos *affliction*.

Por que esse antecedente é relevante? Porque a partir do momento que você tem relações significativas com o cliente, e interações que se tornam, que trazem uma economia de escala, uma economia de escopo importante, você pode trabalhar com novas avenidas. A primeira avenida, como eu mencionei, é a expansão em termos de serviços que já estão, de pagamento.

Então, nós temos uma série de necessidades novas que os clientes, em especial os pequenos e médios, precisam, no que diz respeito a *e-commerce*, no que diz respeito a como transacionar Pix, iniciação de pagamento, tirar mais proveito do duplo *finance* de diversas outras oportunidades que aparecem no universo de pagamentos.

Nós temos certeza, que trilhando e dando essas oportunidades para os clientes, aumenta o nosso nível de relacionamento e o nosso leque de serviços, o que abre oportunidades para que assim nós possamos trabalhar com serviços financeiros e o serviço de valor agregado, como o caso de serviço de software.

Hoje nós não temos nenhum tipo de... Nós temos total liberdade para trabalhar com esse serviço, porque é um serviço que está nascendo, pela forma como nós estamos trabalhando, organicamente a partir da necessidade do cliente.

Então, nós aqui, como Diretores Executivos, enxergamos que esse é o caminho, é um planejamento de longo prazo que já está estabelecido há algum tempo. Então não tem nada que não esteja alinhado com o Conselho que, dentro do nosso mais elevado alto de governança, não possa ser realizado, muito pelo contrário, é algo que se espera que nós façamos.

Caio Prato:

Está legal. Perfeito. Obrigado. E a segunda, se eu puder, olhando mais aqui, no curto e médio prazo, em relação ao *revenue yield* de vocês. Voltou a subir agora no 3T, ainda impactado por alguma reprecificação? Eu queria saber se poderiam detalhar um pouco mais como é que está esse movimento em outubro. Se essa tendência de alta se mantém, se tem algum tipo de renegociação que vocês tem feito.

E se vocês poderiam detalhar um pouco mais, principalmente tendência de preço em grandes contas. Eu queria saber se já houve algum tipo de ajuste aqui ou se podemos esperar algum tipo de ajuste no curto prazo, especialmente grandes contas.

Felipe Oliveira:

Oi, Caio. Felipe aqui. Primeiro falando sobre *SMB* mais empreendedores. Nós fizemos alguns movimentos de reprecificação aqui ao longo do ano. Nós fizemos mais movimentos aqui neste 3T, vocês conseguem ver neste nosso *revenue yield* deste trimestre. E nós continuamos avaliando movimentos para frente.

Nós estamos sendo nesse momento, naquela estratégia de puxar um pouco e depois esperar mais um pouco. Nós estamos em um momento de espera. Então, nós não esperamos que neste 4T nenhum grande movimento para cima aqui da Cielo, a não ser que movimentos pontuais que nós sempre vamos arriscando, nós temos uma das análíticas agora mais sofisticadas, para

identificar oportunidade dentro da base, isso nós sempre vamos fazer, mas nada muito estrutural neste momento.

Do outro lado, olhando para frente, aqui nesse lado, nós até colocamos um slide aqui dentro da nossa divulgação, mostrando o ROE nosso e dos concorrentes. Por isso que nós temos a visão de *cash earning*, que eu acho que é uma visão ainda mais dramática. Essa visão mostra que tanto nós, quanto o resto da concorrência ainda está com o ROE ainda abaixo do que seria, talvez um ROE mais adequado para essa indústria.

Então, nós entendemos que no longo prazo, médio e longo prazo, nós temos sim, uma pressão de rentabilização desta indústria, isso deveria puxar nova necessidade de reprecificação. Nesse momento, nós estamos no compasso de espera para tentar entender qual a reação dos concorrentes e também as condições macroeconômicas para que nós possamos fazer um novo movimento.

Em relação a grandes contas, nós tínhamos mencionado que nós estamos começando aqui, um experimento de reprecificação. Importante ressaltar que grandes contas têm um ciclo de contrato um pouco mais longo, então na média tem contratos de dois anos. Então, o movimento é muito mais gradual, até que você possa fazer essa renegociação.

Nos experimentos iniciais que temos feito aqui com os menores clientes de grandes contas, que estão aqui na base do nosso segmento, nós temos tido, sim, resultados positivos. Nós temos conseguido fazer renegociações com uma boa retenção de volume, mostrando uma velocidade ainda favorável.

Para as contas maiores, acredito que o movimento vai ser muito mais gradual, de longo prazo. Então eu acho que não deveria esperar nenhum solavanco aqui no *yield* devido a esse elemento nos próximos trimestres.

Caio Prato:

Perfeito, Felipe. Super claro. Obrigado.

Antonio Ruetter, Bank of America:

Bom dia, pessoal. Parabéns pelos resultados. Minhas duas perguntas vão, uma no sentido de competição e a outra no *cap* de *interchange*. A primeira pergunta, com um *follow up* da última é: Como que nós devemos ver o impacto em volumes dessa reprecificação? Nós estamos vendo uma contínua reprecificação aqui no SMB, agora em *large accounts*. Então, como fica a expectativa para volume mix no próximo trimestre?

E a outra, no *interchange*, se vocês puderem nos ajudar a quantificar aqui, como que estão suas impressões para como a indústria vai conseguir manter ou não os *spreads*, os ganhos, e os benefícios depois do *cap interchange*? Muito obrigado.

Companhia:

Bom dia, Senhores, peço novamente aqui desculpas pelos problemas técnicos que estamos passando.

Então, primeiro, recapitulando aqui a pergunta do Antônio. Foram duas perguntas. Primeiro, em relação à competição, especificamente em relação aos impactos de reprecificação. E a segunda pergunta, em relação a impactos de *interchange*.

Em relação à primeira pergunta de competição, vou ser específico no ponto dos impactos de *churn* e reprecificação, e depois vou entrar em outros temas de competição. Em relação aos impactos de *churn*, nós continuamos vendo impactos bastante limitados na *churn* no *single digit*. E quando nós olhamos os impactos que nós estamos tendo de competição de outras formas, basicamente, o que nós vemos é que continuamos tendo um desequilíbrio das forças comerciais do mercado.

Nós anunciamos aqui ao longo do último trimestre, que a Cielo ia fazer um aumento da força comercial em 400 novos *headcounts*, nós estamos contratando essas pessoas, nós não temos ainda 100% delas contratadas, e as contratadas ainda não estão nessa coisa de maturidade, completa. Então, nós devemos começar a ver esse reequilíbrio da competição na ponta, realmente, em termos de *sales force*, a partir do 1T23.

Eu vou fazer uma pausa aqui, deixar o Antonio fazer algum *follow up question* dessa primeira pergunta, senão, eu parto para a segunda.

Antonio Ruette:

Boa. Obrigado. Eu só queria entender melhor como é que funciona esse impacto para volume, na verdade. Está confuso isso aí. Como vocês vêem o volume agora no meu 4T dado esse *reshuffle* de mix e a reprecificação?

Companhia:

Antonio, volume, eu acho que tem alguns pontos aqui que são importante ressaltarmos. Olhando para o 3T, nós vimos um trimestre bastante específico em especial em termos de impacto de mercado, não só a competição. Nós vimos um trimestre que tradicionalmente tem uma sazonalidade mais ou menos constante em relação ao 2T. Nós vimos também um impacto de deflação em três meses seguidos, o que, obviamente, traz um impacto bastante grande em TPV.

E, por último, nós vemos que a penetração de cartões, provavelmente dando uma estabilizada em relação àquele crescimento muito alto que ocorreu no 1S. Olhando especialmente para o 4T, nós vemos que alguns impactos de mercado ainda devem continuar.

A questão de inflação. Nós devemos ver uma pequena inflação aqui ao longo do 4T, que é uma mudança bem grande em relação ao paradigma que nós vínhamos vendo aqui no 1S. Prestação de cartões também é difícil de prever, mas provavelmente não devemos ter um novo grande salto. E no outro lado, nós temos uma sazonalidade um pouco maior.

Então, deve ser um trimestre talvez um pouco melhor que o 3T, em termo de volume total de mercado, mas ainda um trimestre que não deve ter aquele crescimento tão exacerbado quanto nós víamos no 1S deste ano.

Olhando especificamente em termos de performance da Cielo. A Cielo vem aqui se posicionando de forma a não perder *share*. Não é esse posicionamento que nós queremos, mas nós continuamos otimizando a nossa rentabilidade.

Então, eu não consigo te dar um *guidance* em relação a performance específica, porque vai depender muito das oportunidades de mercado que nós vamos ver. E mantendo em mente que a Companhia sempre vai nesse *trade off* entre rentabilidade e volume, quando houver, a Companhia sempre vai escolher pela rentabilidade.

Passando aqui para a pergunta de *interchange*, pelo que eu entendi da pergunta, nós falamos aqui um pouco sobre os impactos específicos no P&L da Cielo. Nós vimos aqui algumas

estimativas que o *sell side* fizeram no mercado, nada nos chama muita atenção. Tudo parece mais ou menos em linha com o que nós enxergamos.

Então, nós enxergamos de fato, um benefício para a Companhia no ano que vem. Esse benefício deve ir mais ou menos em linha com um percentual de pré pago que existe no mercado. Então, vocês podem fazer a conta, este percentual de pré pago no mercado. A Cielo não tem nada muito diferente disso.

Em termos de segmentos, uma coisa que é importante você dizer, é que nós não tem reprecificações para baixo para clientes, porque atualmente nós temos a nossa precificação, aqui ao longo do tempo, nunca teve uma diferenciação de *rails* no mercado entre pré pago e débito. Ou seja, boa parte do pré-pago estava sendo precificado com litígio de débito, isso nós e outros *players* do mercado também.

Então, não existe uma razão aqui para repasse, dado que mesmo com essa queda de *interchange* de débito, *interchange* de pré pago, o *interchange* de pré pago continua sendo maior que o *interchange* de débito na média. Então, tivemos impacto positivo muito em linha com o que vocês têm projetado aí no mercado.

Antonio Ruette:

Está claro. Muito obrigado.

Thiago Paura, BTG Pactual:

Oi, pessoal. Bom dia. Bom dia Estanislau, Felipe e Daniel. Primeiramente, parabéns pelos resultados e obrigado pela oportunidade aqui. Se eu puder, tenho duas perguntas aqui do nosso lado para fazer. Vou começar com a primeira e depois eu passo para a segunda.

A primeira mais específica aqui no resultado do 3Q, com relação àquela linha de outras despesas operacionais, que neste trimestre sofreu uma queda aparentemente justificada por alguma reversão.

Só para entender um pouco melhor o que foi que aconteceu exatamente aqui. Se vocês puderem nos dar um pouco mais de detalhe do impacto do trimestre especificamente, e saber se daria para esperarmos alguma recorrência desse efeito nos próximos trimestres, ou se foi alguma coisa mais pontual. Na sequência, eu faço a segunda pergunta. Obrigado.

Companhia:

Oi, Thiago. Obrigado pela pergunta. Primeiro falar aqui sobre as questões específicas dessa reversão de exclusão. Vou te explicar o que é essa provisão, depois falar um pouco sobre saber como olhar para frente. Então, o que aconteceu aqui? Aqui tivemos receitas passadas que tinham sido reconhecidas como receitas, mas que haviam chances de não realização. Então, o que foi feito lá atrás? Foi constituída uma provisão dentro de despesas para eventual não realização dessas receitas, e as receitas foram documentadas como receitas.

Nesse momento que nós tivemos a não realização de fato dessas receitas, o que acontece? Nós temos ali a reversão dessa provisão, ou seja, um benefício dentro das despesas, com uma queda correspondente em receitas. Então, é importante você entender isso. Nós tivemos aqui uma reversão de R\$37 milhões de despesas. Só que nós tivemos uma redução de receitas de R\$37 milhões, de forma que esses dois efeitos se anulam, entre despesa e receita.

Então, o impacto que nós temos aqui no P&L é o impacto puramente *techshield* e não necessariamente de uma reversão de provisão que traria um aumento de resultados. Então,

esse é um ponto importante. Nós não enxergamos isso como sendo um deflator do resultado apresentado como recorrente.

Em relação a provisões para frente, é importante dizer que é natural que nós tenhamos sempre provisões e reversões todo trimestre. Isso acontece de forma recorrente em qualquer empresa. A Cielo é, particularmente, bastante correta em provisionar qualquer tipo de evento que possa ter risco. Nós não divulgamos isso, mas tradicionalmente, nós temos aqui todo trimestre, provisões sendo feitas.

Eventualmente, nós desfazemos uma das provisões, isso é totalmente recorrente, e normal do negócio. E acho que talvez o ponto mais importante para vocês é, nós não enxergamos esse elemento como algo não recorrente, e algo que deveria ser expurgado do *non-rate* da Companhia.

Thiago Paura:

Está ótimo. Ficou super claro. Obrigado. E partindo para a segunda pergunta, é mais com relação à sustentabilidade do crescimento de *earnings* daqui para frente, como vocês têm frisado agora e vem frisando, nós continuamos vendo essa dinâmica mais saudável de expansão de receita, mas também um melhor controle de custos e despesas.

E neste trimestre especificamente, nós vimos um benefício maior, vindo de despesa mais baixa com um TPV, até por questões que vocês já comentam, mais linkadas a inflação, crescendo de uma forma mais modesta e às receitas ainda com a ajuda das reprecificações.

E o Felipe comentou que ainda vê ondas de reprecificação à frente, mas com passo de espera no *SMB*, mais gradual na *large account*, ao passo que o Estanislau comentou, se eu entendi corretamente, que o ganho de eficiência vindo de custos de despesas deve desacelerar um pouco para frente.

Só para nós tentarmos entender qual é a leitura mais correta aqui, tanto em expansão de *top line* vis a vis essa economia no lado de despesa, para que nós continuemos de uma maneira razoável, projetando esse crescimento de *earnings* de forma mais saudável.

Estanislau Bassols:

Obrigado pela pergunta. Aqui é o Estanislau falando. Inicialmente, acho que eu já comentei isso, a sua primeira pergunta é importante para nós estabelecermos claramente. O patamar que nós temos é um patamar que nós enxergamos, que ele é basicamente contínuo em relação inclusive ao trimestre passado. Nós estamos realmente em um patamar novo de resultados.

Quando nós olhamos as oportunidades que nós temos daqui para frente. Elas se apresentam tanto no *top line* quanto no *bottom line*. Como nós estamos perseguindo de uma forma extremamente relevante a questão de auto serviço e a eficiência na captura de clientes de uma forma contínua, nós, sim, conseguimos enxergar que nós vamos continuar crescendo a nossa captura de uma forma ainda rentável, com oportunidades de custo.

Sim, o Felipe falou anteriormente, que talvez a jornada na qual nós vínhamos caminhando, com um crescimento de custos muito abaixo da inflação, seja uma jornada que nós já passamos para frente. Mas, por outro lado, a forma como nós gerimos os custos e os processos da Empresa com OBZ, e com uma disciplina extremamente vigorosa, vai continuar.

Então nós, sim, enxergamos oportunidades tanto no que diz respeito a *top line*, mas principalmente no que diz respeito ao *bottom line* final em função de ambas as ações que nós trabalhamos de uma forma contínua.

Thiago Paura:

Está ótimo. Obrigado Estanislau. Obrigado Felipe. Obrigado Daniel.

Jason Mollin, Scotiabank:

Bom dia a todos. Obrigada pela oportunidade de fazer perguntas. As minhas perguntas sobre a estratégia em geral já foram feitas. Mas você pode falar sobre as expectativas de pagamento de dividendos e juros sobre capital? Primeiro.

E segundo, tem sido positivo ver a Cielo manter os custos sob controle. Vocês podem falar sobre como os esforços de controle e custos, e o que deveremos esperar daqui para a frente? Parece que a venda de MerchantE ajudou no segmento outras subsidiárias. Obrigado.

Companhia:

Oi, Jason. Muito obrigado pela pergunta. Em relação à estratégia de distribuição de proventos, JCP e dividendos, nós vemos uma estabilidade da política, então a nossa política atual é de distribuição de 30% majorados pelo imposto de renda, que dá em torno de 35% de distribuição e nós vemos uma continuidade dessa política para frente por uma razão simples.

A Companhia continua crescendo em termos de alocação de produtos de prazo, ou seja, continua crescendo aqui na sua alocação de recursos para a antecipação de recebíveis. Essa é uma atividade extremamente rentável para a Companhia. É uma atividade que requer bastante capital.

Além de ser uma atividade que requer bastante capital, principalmente no regime do Receba Rápido, é uma modalidade na qual nós assumimos o compromisso para o cliente de liquidar em dois dias, independente do que aconteça. Então é importante que a Companhia use parte de capital próprio para dar uma certa estabilidade e segurança de que, em qualquer tipo de *credit crunch*, a Companhia consiga cumprir com seus compromissos.

Essa projeção de crescimento faz com que seja necessária a manutenção dessa política de distribuição de dividendos mínimos.

Em relação a custos, nós temos dado aqui uma sinalização para o mercado, que é a seguinte, nós conseguimos ser extremamente agressivos durante muito tempo de crescer custos abaixo da inflação, lembrando que para ganhar eficiência nós deveríamos crescer abaixo de TPV.

Nós vemos crescendo TPV aqui muito acima da inflação, porém, nós entramos agora em uma nova fase, como o Estanislau bem mencionou aqui, de transformação digital, de transformação de processos etc.

No curto prazo, essas iniciativas custam para serem implementadas, elas vão trazer efeitos no longo prazo. Então, é razoável esperar que a Companhia continue trazendo ganho de eficiência abaixo, ou seja, custo crescendo abaixo de TPV, mas talvez um pouco maior do que o crescimento que nós viemos apresentando até o momento.

Eu acho que outro ponto que você mencionou aqui, é em relação à MerchantE. Então, de fato, nós tivemos aqui um benefício neste trimestre, e vamos continuar tendo esse benefício para frente, que é a descontinuidade das perdas que tínhamos com o MerchantE. Ainda neste trimestre, a Cielo USA, que é a Companhia constituída nos Estados Unidos, na qual a MerchantE se plugava, ela continua tendo aqui um pequeno prejuízo.

Esse prejuízo advém de um carregamento negativo entre os fundos que nós temos alocado lá para cumprir os pontos que vence em novembro, e a taxa de juros dos bônus. Isso tende a se zerar aqui no mês de novembro, ou seja, no 4T ainda deve ter uma pequena contribuição negativa, mas a partir do ano que vem essa linha deverá começar a vir como zero.

Jason:

Muito obrigado.

Operador:

Encerramos neste momento sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Estanis, para as considerações finais. Por favor, pode prosseguir.

Estanislau Bassols:

Primeiro agradecer a todos pela oportunidade. Nós tivemos um ótimo trimestre. O que nós observamos aqui, até pegando o gancho no que o Felipe, acabou de comentar. Nós viemos de uma jornada muito clara em termos de eficiência operacional. Nós vamos continuar com uma jornada agora muito clara em torno de aumentar o retorno sobre investimentos, sobre *equity*.

Então, vocês vão ver nós falarmos cada vez mais sobre ROE, passa a ser um tema extremamente relevante, mas que nos permite trabalhar com *top line*, *bottom line*, de uma forma extremamente clara, no qual nós estamos buscando melhorias tecnológicas, melhorias de design, melhoria na utilização de dados, trabalhando com a diária *offscale* para melhorar os resultados da Empresa como um todo, fazendo com que os processos se tornem cada vez mais simples, mais focados nos segmentos que nós estamos trabalhando com bastante afinco.

Então, eu agradeço a todos. Obrigado. Qualquer coisa, por favor, continuem fazendo as perguntas.

Operador:

A teleconferência da Cielo está encerrada. Agradecemos a participação de todos, e tenham um bom dia.

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