

**Transcrição da Teleconferência  
Resultados do 3T21  
Cielo (CIEL3 BZ)  
04 de novembro de 2021**

**Operador:**

Boa tarde, e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da Cielo referente aos resultados do 3T21. Estão presentes hoje conosco os senhores Gustavo Sousa, Filipe Oliveira e Daniel Diniz.

Informamos que este evento está sendo gravado, e está sendo transmitido simultaneamente pela Internet, via webcast, podendo ser acessado no endereço [ri.cielo.com.br](http://ri.cielo.com.br). O replay deste evento estará disponível logo após o seu encerramento. Lembramos que os participantes do webcast poderão registrar, via website, perguntas para a 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 garantias 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 esta manhã no site da Companhia, esta teleconferência será dedicada à sessão de perguntas e respostas, que será precedida por uma mensagem do Presidente da Companhia, Sr. Gustavo Sousa, com os destaques do trimestre. Caso tenha alguma pergunta, por favor, pressione \*1 no 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 em que forem recebidas. Solicitamos a gentileza de tirarem o fone do gancho ao efetuarem a pergunta. Desta forma, uma ótima qualidade de som será oferecida.

Passo a palavra agora para o Sr. Gustavo Sousa para sua mensagem de abertura.

**Gustavo Sousa:**

Boa tarde a todos, e obrigado pela participação. Antes de começar aqui, destaco para vocês que estamos também com a participação de todos os membros da Diretoria da Companhia, e que, se forem eventualmente responder a alguma pergunta, se identificam, conforme o nosso bate-papo for transcorrendo.

Antes de abrir para a sessão de perguntas e respostas, vou passar por alguns destaques do nosso resultado. Nosso resultado alcançou R\$212 milhões neste trimestre, isso é 111% maior em relação ao 3T20 e 18% maior na comparação com o último trimestre.

A Cielo vem mostrando uma história bem consistente de recuperação de resultados. Este é o quarto trimestre consecutivo em que mostramos um crescimento na comparação ano contra ano. A recuperação de resultados tem se baseado no desempenho operacional, com crescimento de receita e com despesa sob controle.

E, neste trimestre, mostramos um crescimento de 7% na receita líquida na comparação com o trimestre anterior. O destaque foi a aceleração do Receba Rápido, que foi um grande foco da Cielo neste trimestre que passou. Entendemos que há espaço para avançar, e o Receba Rápido vai continuar como uma prioridade. Ele traz um resultado interessante e tem papel importante para ajudar as pequenas e médias empresas na gestão de seu fluxo de caixa.

A disciplina de despesa se mantém. Mostramos novamente queda de gastos normalizados. Além do orçamento base zero, tivemos melhorias em logística e processos de cobrança, que ajudaram no controle dos gastos.

Falando um pouco além do resultado, queria compartilhar com vocês algumas vitórias importantes que tivemos no trimestre em relação à operação e estratégia. É bom lembrar que, na última vez em que fizemos este *call* trimestral, no último trimestre, eu falei com vocês sobre os objetivos da Companhia de fazer da Cielo uma referência em qualidade de serviço. E, em três meses, eu já tenho algumas coisas bem positivas para compartilhar com vocês. Nós avançamos consideravelmente.

Tivemos um *case* importante em um projeto chamado Heroes. Os Heroes são profissionais uniformizados que vão até os clientes instalar equipamentos e prestar outros serviços. Um atendimento rápido, personalizado. Os Heroes começaram com um piloto em seis cidades, mas, já em agosto, começaram a operar em 153 praças. São as praças que representam a maior parte das demandas por atendimento da Cielo.

Nossos indicadores de satisfação devem melhorar nos próximos meses com a chegada dos Heroes, mas tivemos outras medidas e mostramos avanços operacionais já neste 3T. Tivemos avanços em produtividade comercial, logística e atendimento. Tentamos resumir alguns desses avanços para vocês no nosso material de apresentação, que foi disponibilizado no site.

O nosso time comercial, que foi reforçado no início deste ano, nós adicionamos 500 profissionais comerciais à nossa equipe, esse time tem ganhado tração nos últimos meses. Ainda temos um espaço a percorrer para que tenhamos produtividade plena deste time, mas já tivemos melhoria dos indicadores de ativação de clientes, novas afiliações, e também no volume que os novos clientes têm trazido para nossa operação.

Em logística, melhoramos ainda mais a velocidade de entrega de equipamentos. As melhorias operacionais já são realidade, mas nossos objetivos são ainda maiores. Para dar novos saltos, temos iniciativas adicionais em logística, atendimento, plataforma tecnológica, cobrança e precificação, além do modelo comercial. Estamos também acelerando a migração dos nossos sistemas para a nuvem.

São frentes que vamos concluir até o final de 2022, quando teremos um atendimento de referência, operações mais integradas, e uso cada vez maior de inteligência analítica aplicada em várias áreas do negócio, principalmente na parte comercial.

Antes desse prazo, temos entregas intermediárias. Já vimos algumas agora, e fizemos questão de destacar no material do trimestre. Essas melhorias vão nos permitir capturar valor ao longo dessa jornada, e prestar contas para vocês em nossas próximas divulgações de resultado.

A nossa ambição é grande em termos de qualidade de serviço e satisfação dos nossos clientes. Essa agenda colabora para que os resultados continuem melhorando. Maior efetividade comercial e menor *churn* serão chave para que a Cielo retome o crescimento da base de clientes e recupere participação de mercado.

Mais uma vez, agradeço a vocês pela atenção e pelo tempo, e vamos abrir agora, por favor, a sessão de perguntas e respostas.

**Marco Calvi, Itaú BBA:**

Boa tarde. Obrigado por pegarem minha pergunta. A pergunta é mais para entender um pouco sobre a questão de preço, em um contexto em que já estamos vendo juros subindo, até abordando aquele gráfico de *yield* e receita líquida que vocês colocaram. Mesmo com esse cenário *quarter over quarter* de juros subindo, vimos um efeito negativo de preço.

Então eu queria entender um pouco, e seria legal se vocês fizessem um comentário talvez segmentado entre varejo empreendedor e corporações grandes, como é que vocês estão pensando em estratégia de preço? E se der para dar um pouco de ênfase no pré-pagamento de recebível nos próximos trimestres, onde deveremos ter um custo de funding na margem um pouco maior. Se a Companhia pensa em repassar, de repente, esse aumento de custo de funding para o varejista, ou se a ideia é manter preço, ou até, de repente, cair preço nominalmente. Essa é minha dúvida.

**Gustavo Sousa:**

Marco, obrigado pela sua pergunta. Vamos tentar dissecar, como você falou. Você sabe que o nosso foco na Cielo é no meio da pirâmide, nosso foco principal, pequenas e médias empresas. Nós entendemos que a Cielo já tem um preço competitivo, e nós temos conseguido mostrar, mesmo em um ambiente de competição bastante acirrada, e acho que a Cielo talvez tenha sido a adquirente mais vocal em explicar para o mercado o quão competitivo é esse ambiente, mas, mesmo nesse ambiente, temos mostrado relativa estabilidade no nosso *revenue yield*.

Pensamos que temos um preço competitivo, e que temos conseguido equilibrar essa variável de preço que colocamos para o cliente, e também do serviço, o valor que agregamos para esse cliente. Uma das coisas que temos enfatizado bastante é nossa prioridade em melhorar ainda mais a qualidade desse serviço.

Quando falamos de custo de funding, o aumento da curva de juros já é uma realidade para toda e qualquer empresa no Brasil. Isso muda o custo de funding de qualquer empresa que opere no Brasil.

A nossa atividade de antecipação de recebíveis, que é feita pontualmente, ela sempre foi cotada em termos percentuais do CDI. Então, esse tipo de linha já vem sendo ajustado com uma nova realidade de juros.

Eu prefiro não falar aqui de como estamos olhando para o cenário de precificação futura porque, mais uma vez, isso vai depender de um mercado que tem sido muito competitivo no composto de preço para os clientes, e a Cielo tem um preço adequado, é competitiva, e tem uma oferta de serviços que justifica tudo isso. Vamos continuar competindo olhando para essas coisas e vendo como adaptar nosso preço para aquilo que for necessário. Ao mesmo tempo, reforço para você que aumento na curva de juros acaba sendo uma realidade do negócio de toda e qualquer empresa que opera no Brasil hoje em dia.

Quando olhamos para a nossa pirâmide, eu fiz comentários aqui sobre o varejo, o que temos visto no segmento do topo da pirâmide das empresas de maior faturamento, e eu sei que você conhece também essa realidade, Marco, é que a Cielo tem trabalhado para rentabilizar as grandes empresas.

Tivemos questões pontuais aqui de contas de rentabilidade baixa, ou mesmo negativa, fizemos um trabalho de adequação disso e conseguimos manter boa parte dos clientes que passaram por essa por essa readequação.

Então, se eu fosse olhar para a nossa pirâmide, falar um pouco do meio da pirâmide, como comentei, e da dinâmica para cima da pirâmide, vemos a continuidade desse movimento. Espero que eu tenha respondido à sua pergunta, Marco. Se ficou alguma dúvida ou se você quer fazer uma segunda pergunta, fique à vontade, por favor.

**Marco Calvi:**

Respondeu, Sim. Ficou claro. Obrigado.

**Caio Prato, UBS:**

Boa tarde. Obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Eu tenho duas perguntas, por favor. A primeira, queria entender um pouco mais como vocês estão vendo agora em novembro a questão da implementação do registro de recebíveis de cartões e a interoperabilidade entre as registradoras, se as questões de prioridade já estão começando a ser resolvidas, já estão superadas, ou quando vocês esperam que isso aconteça.

E com relação à sua captação recente, que foi feita para viabilizar um produto de capital de giro, se vocês já tiveram algum tipo de desembolso neste último trimestre ou agora no começo do 4T, ou então quando vocês esperam começar com esse produto.

E a segunda é mais em relação à despesa. No release, vocês soltaram o montante de investimento feito na casa dos R\$30 milhões neste trimestre para melhorar a produtividade do time comercial e tecnologia. Só queria entender melhor o que devemos esperar nos próximos trimestres, e também para o ano cheio de 2022, se isso deve acelerar e se podemos ver algum tipo de contração de margem. Obrigado.

**Gustavo Sousa:**

Caio, obrigado pela pergunta. Começando pela pergunta do balcão, o que vimos, e eu acho que o mercado todo foi bastante claro com relação a isso, nos primeiros meses após a implantação do balcão, o mercado passou por alguns problemas operacionais. Eu entendo que o pico desse problema já ficou para trás. O mercado está se reorganizando. Existem ainda algumas questões operacionais menores remanescentes, que serão resolvidas.

Para sintetizar bastante o nosso ponto como mais um participante do mercado, o balcão de recebíveis teve, sim, algumas questões operacionais importantes no começo. A maior parte das questões foi resolvida, e restam algumas questões pontuais que tenho certeza de que serão resolvidas muito rapidamente. É uma plataforma que está estabilizada, tem questões pontuais para resolver, e é uma plataforma que vai continuar evoluindo, não tenho a menor dúvida disso.

O nosso produto de capital de giro, acabamos suspendendo-o no momento em função dessas questões operacionais, e continuamos com ele suspenso. Tão logo essas questões se normalizem, as questões pontuais remanescentes se normalizem, devemos retomar a dinâmica desse produto de capital de giro para as empresas;

Indo agora para questão de despesas, realmente, fizemos um ponto na nossa divulgação de resultados tentando mostrar já alguns investimentos que estamos fazendo pontualmente para a melhoria do nosso serviço.

Eu acho que, após alguns trimestres de eficiência nos gastos, temos conseguido demonstrar para o mercado que temos conseguido conjugar bem essa agenda, de tentar economizar naquilo que é estrutural mas, ao mesmo tempo, investir recursos naquilo que se reflete em melhoria de qualidade de serviço para o nosso cliente.

A minha preocupação quanto à margem no futuro é aquela que eu sempre comento com vocês em relação à competitividade no mercado. O mercado continua bastante competitivo, a concorrência é muito pouco competitiva em preço também. Essa variável, por não estar no nosso controle, me preocupa mais do que as variáveis de eficiência que estão no nosso controle.

Os gastos na Cielo têm essa dinâmica, que aquilo que é estrutural e que pode ser comprimido, vai continuar sendo comprimido. Eventuais gastos de melhoria de serviço podem ser feitos, sim, mas eu acho que temos construído um bom *track record* hoje de conjugar essas coisas e mostrar eficiência para o mercado.

#### **Caio Prato:**

Está ótimo. Muito obrigado. Ficou claro.

#### **Antônio Ruete, Bank of America:**

Boa tarde. Parabéns pelos resultados. Eu gostaria de tocar em dois pontos. Primeiro, na competição em SMEs, se você puder dar um pouco mais de detalhes não só no preço. mas também como a Cielo pode se tornar um pouco mais competitiva, falando de logística, na questão de experiência, porque sabemos que o segmento está bastante competitivo. Vemos a cada trimestre um *player* querendo entrar no segmento.

E um segundo ponto, se você pudesse compartilhar algum detalhe de como está a ativação. Você mencionou que o novo time comercial tem tido bons resultados. Se você puder compartilhar algum número de ativação, seria bom.

Um ponto final aqui, se você pudesse comentar também, Gustavo, seria sobre as provisões da central de recebíveis. Você mencionou que a situação está um pouco mais normalizada agora. A que exatamente se referem essas provisões? Muito obrigado e, de novo, parabéns pelos resultados.

#### **Gustavo Sousa:**

Antônio, obrigado pela sua pergunta. Até te agradeço por chamar a atenção para questões de competição nas SMEs, para não falarmos só de preço. É muito importante que coloquemos outras coisas à mesa, também.

Eu vou passar para o Paulo daqui a pouco, mas antes vou fazer alguns comentários. O Paulo vai falar um pouco dessas metas de produtividade comercial. Mas quando olhamos para esse segmento. e compartilhamos com vocês a mudança no modelo comercial que fizemos no começo deste ano, adicionamos 500 funcionários ao nosso time de vendas. Mudamos aquele conceito de ter time separados, de *hunters* e de *farms*, tendo consultor de negócios que é responsável pelas duas funções. Diminuímos a quantidade de clientes por carteira, e otimizamos também a atuação geográfica desses profissionais.

Isso se reflete em maior presença do cliente. Maior quantidade de visitas, maior disponibilidade para atendimento. Esse time comercial tem recebido investimento em ferramentas, em treinamento.

Fizemos alguns pontos de melhoria que suporta os trabalhos desse time em logística, em atendimento. Então, o que temos feito aqui de investimento para apoiar o trabalho desse time comercial, que acaba se refletindo em maior competitividade nessa questão de relacionamento com o cliente, é tentar prover uma visão integrada desde o *onboarding* do cliente, passando pela entrega do equipamento, processamento da transação, atendimento etc. Então, estamos olhando para essa jornada do cliente como um todo e tentando melhorá-la.

A concorrência continua agressiva, concordo com você, vemos cada vez mais *players* neste mercado, mas estamos muito confiantes de que nosso time comercial está com as ferramentas corretas, está com treinamento adequado.

E o Paulo vai comentar agora como começamos a ver um incremento dessas métricas comerciais ainda no 3T, não na sua plenitude ainda, mas o Paulo vai compartilhar uma visão conosco. E eu volto depois do Paulo para falar da sua última pergunta, sobre provisões, Por favor, Paulo.

**Paulo:**

Complementando o que o Gustavo disse, temos muita ferramenta, muita estruturação nova para o time comercial. Quando decidimos fazer a expansão, ela veio, como o Gustavo disse, acompanhada de uma série de novas tecnologias e modelos de gestão, o que tem nos levado a um resultado bem positivo.

Estamos alinhados com o *business case*. Portanto, o amadurecimento do time ao longo do ano chegou a um ponto que entendemos que é um ponto saudável, mas ainda vemos espaço para melhorias. Todas essas ferramentas novas e processos de gestão estão ganhando ainda uma maturidade, então vemos espaço para melhorar ainda mais o desempenho.

E isso, como você comentou, está se refletindo em indicadores positivos de conquista de clientes por representante comercial nosso, por gerente de negócio, volumes maiores e bem aderente ao que negociamos com o cliente no momento em que ele começa a transacionar conosco. Não vou dar o número, mas índices históricos de ativação.

E também, como o Gustavo disse, um *onboarding* bem mais cuidadoso desses clientes na Cielo, não só nos clientes conquistados pela força própria, mas também pelo canal dos bancos parceiros. Então, imediatamente após a conquista de um cliente através dos bancos parceiros, também fazemos o *onboarding*, uma recepção desses clientes, o que tem garantido índices de ativação, de sustentação do cliente e de volume bem alinhados com o que projetamos no *business case*.

**Gustavo Sousa:**

Paulo, obrigado pelo seu ponto. Eu queria complementar também falando que, além desse trabalho comercial e dessa melhoria de métricas que o Paulo comentou conosco, também temos investido bastante em melhorias no atendimento, mas principalmente no atendimento digital. Também já são números que começamos a compartilhar com vocês de maior uso dos nossos canais digitais.

Então, a visão aqui, realmente, é a jornada do cliente como um todo. Um profissional comercial que está mais disponível para conversar com esse cliente, um time de logística com entregas, instalações e manutenções mais rápidas do que fazíamos antes, e também o surgimento de um canal digital mais eficiente do que ele era.

E por último, passando para a sua pergunta sobre as provisões que foram constituídas na implantação do balcão, são provisões que foram construídas para fazer frente a eventuais créditos indevidos que, por erro desses processos operacionais que acabei comentando mais cedo de implantação do balcão, acabaram tendo que ter um esforço de ajuste disso junto ao cliente.

As provisões foram constituídas. Nós estamos em um trabalho agora de recuperação desses valores. Espero, inclusive, que tenhamos um bom sucesso nessa recuperação, mas isso já fica para frente, para o 4T.

Como eu entendo que o balcão já teve o seu período crítico superado, nos próximos meses nós passaremos não pela fase de constituição de novas provisões, mas muito mais pela fase de recuperação eventualmente de valores que foram provisionados. Mas compartilharemos isso com vocês quando passarmos por esses meses.

Antônio, obrigado pela sua pergunta. Estou aqui à disposição se tiver mais alguma.

**Antônio Ruete:**

Muito obrigado, Gustavo. De novo, parabéns pelos resultados. Um abraço.

**Operador:**

Com licença. Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Gustavo para as considerações finais.

**Gustavo Sousa:**

Agradeço a todos pela participação. O time de RI está aqui à disposição para eventuais dúvidas adicionais.

Muito obrigado. Um abraço.

**Operador:**

A teleconferência da Cielo está encerrada. Agradecemos a participação de todos, e tenham uma 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”