

Operadora:

Boa tarde, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência de apresentação dos resultados da Sinqia referente ao 3T20. Estão presentes conosco os senhores: Bernardo Gomes, Diretor-Presidente; Leo Monte, Diretor de Marketing e Inovação; Thiago Rocha, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores; e Francisco Aguiar, Gerente de RI.

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

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

Agora, gostaria de passar a palavra ao Sr. Bernardo, que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. Bernardo, pode prosseguir.

Bernardo Gomes:

Obrigado. Boa tarde a todos. Obrigado pela presença em nossa teleconferência. Vou começar a nossa apresentação pelo slide de número dois, onde nós estamos reportando um trimestre repleto de recordes e cheio de novidades.

Começando no slide, pelo quadro à esquerda, vamos falar sobre o desempenho financeiro da Companhia neste trimestre, em que apresentamos uma receita líquida recorde de R\$ 52,8 milhões, mais 13,8% em relação ao mesmo período do ano anterior, com destaque especial para o crescimento da receita recorrente, que também foi recorde e atingiu R\$ 46,9 milhões, um crescimento de 23% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Ainda nesse quadro, destacamos a importante redução das despesas gerais e administrativas, que ficaram em R\$ 8,6 milhões neste trimestre, uma redução de 12,5% em relação ao mesmo período do ano anterior, mostrando como temos conseguido capturar sinergias das aquisições e ter bastante disciplina nesse cenário que estamos vivendo neste momento, durante esse ano de pandemia.

Por último, quero relatar um EBITDA ajustado recorde, de R\$ 8,8 milhões, um crescimento bastante significativo de 46,3% quando comparado com o mesmo período do ano anterior.

Passando para os destaques, à direita do slide, primeiro, queria confirmar que continuamos avançando nas vendas de software no novo modelo comercial, em que estamos priorizando as receitas com subscrição no lugar das receitas de implantação. Esse modelo tem apresentado boa aceitação pelos nossos clientes e, neste trimestre, tivemos alguns meses já adotando esse novo modelo.

Investidores/Investors

Com base nisso, ampliamos significativamente a carteira de contrato de software. Essa carteira aumentou em R\$ 12 milhões quando comparada com o mesmo período do ano anterior.

E, também nesse período, pudemos observar no segmento de serviços uma grande demanda dos nossos clientes para acelerar o processo de transformação digital. Com o cenário que vivemos hoje, a transformação digital deixou de ser somente um instrumento de marketing para ser uma necessidade e temos conseguido nos destacar como um grande agente condutor desse processo de transformação digital nos nossos clientes.

Também neste trimestre nós começamos a ganhar tração com o lançamento do Pix, principalmente pelo produto em si, mas o que consideramos mais importante são as oportunidades que o Pix vai gerar em uma segunda onda, quando as entidades que oferecem o Pix passarão a oferecer também outros produtos e serviços financeiros, que já existem na nossa prateleira de oferta. Então, acreditamos que as oportunidades comerciais vão se acelerar com a implantação do Pix.

Também demos continuidade aos nossos processos de *open innovation*, então, neste trimestre, aceleramos uma série de parcerias e também investimentos em *startups* que, além de ampliar nossa oferta, nos deixam antenados com as mudanças em termos de tecnologia e de modelos de negócios, e também abrem uma nova esteira para futuros M&As, considerando esses investimentos iniciais que estamos fazendo em *startups*.

Por último, destaco nesse slide a aquisição da Tree, uma empresa tradicional no segmento de soluções para câmbio, o que nos insere nesse mercado. Era um desejo antigo da Empresa complementar o nosso portfólio com a atuação no segmento de câmbio.

Além disso, nós acreditamos que o segmento de câmbio vai passar nos próximos anos por uma grande revolução e nós queremos estar presentes, liderando essa mudança. Assim como ela já aconteceu no mercado de crédito e no mercado de pagamentos, acho que o mercado de câmbio é a próxima bola da vez e nós participaremos, atuantes e liderando essa transformação tecnológica em soluções de câmbio.

Antes de passar para o próximo slide, só queria destacar que tudo aquilo que foi dito aqui, principalmente com relação ao desempenho financeiro, ainda não contempla as informações das duas aquisições recentes que nós fizemos: do Itaú Soluções Previdenciárias e da Tree Solution no mercado de câmbio. Esses números vão começar a aparecer a partir do 4T20.

Passando agora para o slide três, eu gostaria de destacar aqui que continuamos sendo reconhecidos como uma empresa líder no mercado de tecnologia, tanto do ponto de vista dos funcionários quanto do mercado.

Nós recebemos neste ano, mais uma vez, a certificação de *Great Place to Work*, com uma importante evolução nos indicadores de satisfação dos nossos colaboradores, do ano passado para este, mostrando que a Empresa soube rapidamente se adaptar a esse novo cenário de trabalho remoto e continuar sendo uma empresa que consegue atrair e reter bons profissionais.

Investidores/Investors

Também figuramos mais uma vez no *Fintech Ranking* do IDC, que nos aponta como uma das 100 maiores *fintechs* do mundo. Nesse estudo, nós somos a única provedora brasileira de software que aparece, então é com muito orgulho que continuamos constando por quatro anos consecutivos nessa lista do IDC como uma das 100 maiores *fintechs* do mundo.

Também entramos, pela primeira vez, no *ISG Providers Lens*, que é uma empresa líder global em pesquisa de tecnologia que costuma distribuir as empresas de tecnologia nos tais quadrantes básicos e nós passamos a aparecer em três desses quadrantes da pesquisa, o que passa a ser um importante instrumento de venda e de reconhecimento do mercado para a nossa Empresa.

Essas são as novidades importantes, além do que temos conseguido conquistar, como recordes constantes do ponto de vista financeiro ou também o reconhecimento cada vez maior do mercado em relação à nossa estratégia.

Vou passar agora a palavra para o Leo Monte, nosso Diretor de Marketing e Inovação, que vai detalhar um pouco essas novidades que contei para vocês. Por favor, Leo.

Leo Monte:

Obrigado, Bernardo. Boa tarde a todos. É um prazer vir aqui novamente contar um pouco sobre os avanços que nós tivemos, avanços bem significativos em relação à inovação, focando na questão do Pix e também no *open innovation*.

Passando para o slide cinco, aqui nós trouxemos justamente que o Pix vem ganhando tração e, durante este trimestre, nós o usamos bastante para poder entender a estratégia e justamente avançar na questão do *go to market*.

E o principal valor que nós entendemos que é capturado pela Sinqia em relação ao Pix está muito na abordagem do Saas, o *software as a service*, muito pautado na questão da volumetria, além de todo o potencial de *cross sell*, utilizando a nossa carteira e os nossos softwares como complemento de soluções, como o Bernardo comentou.

Aqui ao lado, temos alguns pontos importantes. No 2T, fizemos o lançamento e ele estava muito focado na questão dos participantes diretos, então continuamos atuando entregando solução para os diretos através do *software on premise*, em relação ao SPI.

Mas também agora devemos conectar os participantes indiretos, nos quais enxergamos bastante potencial, aos diretos, através da nossa solução PSTI *cloud*, junto em parceira com a Microsoft e também junto com algum parceiro de bancos liquidantes.

Além disso, também alavancamos as oportunidades de novos negócios dentro da nossa própria base, em relação ao nosso portfólio utilizando o Pix. E continuamos ganhando bastante exposição, autoridade e notoriedade em veículos de mídia, o que traz para nós bastante valor e facilidade para conseguirmos ter penetração no mercado em relação à nossa solução.

Passando para o slide seis, trago alguns exemplos desses avanços, que foram muito positivos nesses primeiros meses. O primeiro é que celebramos uma parceria com a

Microsoft. É uma parceria estratégica que visa evoluir a nossa solução e visa fazer com que ela se torne referência para o Pix no Brasil.

É muito pautada na questão da evolução, tanto do produto quanto da arquitetura, com escalabilidade, para conseguirmos garantir a escalabilidade e também a segurança, e fazer junto com *go to market*. Então, a ideia é irmos juntos fazer a prospecção de novos clientes, tanto dentro da carteira quanto fora. E também todo o esforço de comunicação. Então, a ideia é que façamos um *SQ Pix powered by Azure* da Microsoft.

Ao lado também, temos já os primeiros resultados comerciais. Durante este trimestre, realizamos as primeiras vendas do nosso Pix. Aqui, trago um exemplo bem interessante.

Um deles é que conseguimos fazer a venda do Pix para uma das três maiores adquirentes do Brasil. Aqui, eu gostaria de trazer o foco para o volume de transações ao ano dessa empresa. Estamos falando de aproximadamente 2,5 bilhões de transações ao ano e provavelmente boa parte disso passará a ser transacionada no Pix.

Lembrando também que o Pix foi fundamental para a conversão desse cliente, uma vez que esse cliente vai se tornar uma SCD e, além do Pix, ele vai precisar de todo o arcabouço tecnológico: todo o *core banking* e esteira de crédito que a Sinqia vai prover para ele. Ou seja, além de vender o Pix, nós vendemos a *full solution* de toda a estrutura de bancos na nossa vertical de bancos para ele.

Ao lado, no *box* mais escuro, temos o número de *prospects*, nos quais estamos trabalhando juntos com a Microsoft. São mais de 70, olhando bastante para as novas oportunidades dessa nova jornada que teremos de entrada de novos participantes do Pix. Aqui, trouxe algumas categorias, como bancos, entidades de previdência, financeiras, instituições de pagamento, SCDs – como é o caso dessa adquirente que acabou de virar SCD – e também algumas seguradoras.

Indo para o slide sete, nós reforçamos os avanços que nós tivemos em relação à nossa estratégia de inovação aberta. O círculo menor são as parcerias estratégicas que estamos firmando com algumas *startups* de acordo com algumas necessidades dos nossos clientes. Aqui, trouxe três exemplos muito interessantes que nos abrem muitas possibilidades.

No primeiro caso, é o acesso digital. Ele traz todo o arcabouço e a tecnologia de biometria facial, que devemos empregar para as entidades de previdência para que elas possam fazer a prova de vida. Ainda mais em um momento como este que nós estamos vivendo, uma tecnologia dessa é mais do que necessária.

Logo abaixo, nós temos a *startup* Monkey, que é uma *startup* de antecipação de recebíveis e que já está plugada ao nosso *core banking*. A ideia é que façamos, não só essa, como todas as parcerias, de uma forma em que, uma vez feita, consigamos disponibilizar para todos os nossos clientes.

Abaixo também temos a RoboBanker, que nos traz a tecnologia de *robo-advisor* e de indicação muito focada na parte de fundos.

Investidores/Investors

Indo para o círculo maior, estão alguns exemplos de investidas que nós tivemos. São as *startups* em que nós investimos via Darwin no Batch 8 e também 9. Gostaria de dar destaque inicialmente para iBotz, que é um robô que faz toda a automatização de processos e isso vai ajudar bastante dentro dos nossos softwares. Essa é uma *startup* que já foi integrada aos nossos softwares e inclusive já temos alguns *cases* com alguns clientes.

Ao lado, nós temos a Openbox.ai, que nos traz inteligência artificial aplicada a crédito. Logo abaixo, temos a Cash, que tem toda essa questão importante que o mercado está olhando agora, que é o *banking as a service* e também o *open banking*.

Um pouco mais abaixo, temos o Data Rudder, que é uma *startup* também de inteligência artificial e que possui uma plataforma de análise de dados, que já estamos utilizando para fazer algumas análises preditivas em relação à eficiência operacional da própria Sinqia.

Ao lado, nos *bullets* menores, temos algumas tecnologias em que provavelmente devemos investir nesse Batch 9, como tokenização, *banking whitelabel*, inteligência artificial aplicada a precificação e também inteligência artificial aplicada a *chatbot* e voz.

Indo para o slide oito, isso nos mostra que essa soma de forças é importante para entregar inovação para o setor financeiro. São tecnologias que são prioridades nas agendas dos nossos clientes e do mercado. Isso também nos ajuda a ampliar nosso portfólio, trazendo novos modelos de receita, como é o caso, por exemplo, da própria Monkey, que teremos um modelo de parceria estabelecido através de *revenue share*.

Então, isso traz muitos ganhos para todos os envolvidos, além de fortalecermos a cultura de inovação, então boa parte da Empresa está envolvida nesse processo como um todo, seja na avaliação ou na integração. Isso é muito importante para nós porque passamos a ter contato com tecnologias emergentes e isso passa a ser normal aqui dentro da Companhia.

E também, no caso da Darwin, são empresas em que já investimos, nas quais já temos uma sociedade, e é importante poder acompanhá-las de perto, acompanhar a evolução e justamente poder tê-las participando da nossa esteira e ter possibilidade de M&A.

Falando de M&A, vou passar agora para o Thiago Rocha.

Thiago Rocha:

Obrigado, Leo. Boa tarde, pessoal. Começo no slide 10, falando um pouco da aquisição da Tree, uma aquisição que anunciamos logo depois do encerramento do 3T. Trazemos aqui como evento subsequente. Queria enfatizar que continuamos entregando nosso plano de consolidação, que foi a motivação para o *follow-on* realizado no ano passado. Já existia um desejo antigo na Sinqia de entrar nesse segmento de câmbio e nós conseguimos agora atender a esse desejo com a Tree.

Duas teses motivaram essa aquisição. A primeira delas é a tese de ampliar o portfólio de produtos para bancos, com uma solução de câmbio e uma solução que é muito bacana. É uma solução atualizada – a Tree foi a única empresa do segmento de

Investidores/Investors

câmbio a conseguir fazer uma transação tecnológica bem-sucedida – e uma solução completa, capaz de tratar todos os tipos de operação de um banco com carteira de câmbio, as operações *onshore*, *offshore* e também as operações de comércio exterior.

A segunda tese é relacionada à ampliação da carteira de clientes. Nós somamos alguns nomes novos, nomes de muita qualidade, incluindo diversos bancos globais com atuação aqui no Brasil.

Portanto, são duas teses que são os ingredientes para a nossa estratégia de *cross-sell*. Um novo produto, que é um produto referência no mercado de câmbio, a partir de agora vendido na maior base de clientes do setor financeiro aqui no Brasil.

O impacto dessa aquisição é a adição de R\$8,1 milhões de receita. Essa receita deve ser consolidada a partir do 4T. Ainda não apareceu nos números do 3T e nós esperamos uma margem EBITDA entre 25% e 30% pós-sinergias nos 12 meses depois da aquisição, excluindo eventuais investimentos adicionais em P&D que decidamos fazer para colocar essa solução ainda mais à frente da concorrência.

Por fim, falando da transação, o preço inicial foi de R\$13,3 milhões. Isso representa um múltiplo EV/receita de 1,6x, um múltiplo que está em linha com nosso histórico pós-IPO de pagar entre 0,9x e 1,9x. O preço final pode ser aumentado em R\$4,2 milhões. Esse é o *earn-out* da transação, dependendo de algumas metas de (20:08 FALHA NO ÁUDIO).

Passando agora para o slide de número 11, ainda falando de Tree, mais do que uma aquisição, acho que esse movimento celebra um momento muito importante para a Sinqia: a entrada em um novo segmento que consideramos ser muito promissor. O Bernardo já falou um pouco sobre isso no começo da apresentação e eu não quero ser repetitivo, só queria colocar que o cenário é um cenário de modernização do mercado de câmbio.

No ano passado, o Banco Central já propôs essa agenda para o Congresso, apresentou um projeto de lei, o PL 5.387 de 2019. E esse projeto tem por objetivo modernizar o mercado de câmbio e tem várias iniciativas em estudo que podem ter impactos muito legais, como, por exemplo, (FALHA NO ÁUDIO 20:58) em moeda estrangeira. Ele facilita a ordem de pagamento e remessas em moeda estrangeira e autoriza a entrada de *fintechs*.

Portanto, toda essa mudança regulatória deve impulsionar o crescimento do mercado de câmbio e reduzir as barreiras de entrada. E, com isso, acreditamos que tem um panorama muito promissor. É a hora certa de a Sinqia entrar no mercado de câmbio.

Passando agora para o slide de número 12, nós continuamos usando os recursos do *follow-on* com bastante consistência. O gráfico à esquerda mostra um *burn down* da utilização dos recursos.

No final do passado, nós captamos R\$363 milhões. Nos dois primeiros trimestres de 2020, por conta das incertezas da pandemia, nós decidimos pausar a esteira de M&A. No 3T, nós já anunciamos a aquisição da ISP e agora, recentemente, a aquisição da Tree.

Investidores/Investors

Com essas duas aquisições, nós já destinamos 27,4% dos recursos captados no *follow-on* e, olhando o gráfico à direita, só com essas duas aquisições – que são as primeiras, é o começo do ciclo, é a ponta do iceberg – já conseguimos uma expansão de receita proforma da ordem de 26%. Portanto, é um resultado muito bom e tem muito mais para acontecer daqui para frente.

Agora, falando dos resultados financeiros, passando para o slide 14, no que diz respeito à carteira de contratos de software, nós conseguimos manter o crescimento da carteira. No final do 3T, o saldo da carteira foi de R\$152 milhões, o que representa uma adição de R\$12 milhões com relação ao mesmo período do ano anterior e de R\$2 milhões com relação ao 2T20.

Acho que é importante dizer que o desempenho comercial continua indo muito bem. Do ponto de vista de vendas, o 3T foi muito bom. Tivemos um *churn* um pouco maior do que era esperado e um pouco maior do que no 2T, mas isso faz parte do jogo e continuamos bastante otimistas com a perspectiva de crescimento da carteira, tanto orgânica quanto inorgânica, daqui para frente.

Só lembrando mais uma vez que esses R\$152 milhões ainda não contêm a carteira de contratos das duas aquisições mais recentes, da ISP e da Tree. Ainda não temos os números definitivos, mas a nossa estimativa é que essas carteiras de contrato somem em torno de 30% a esse número de R\$152 milhões.

Passando agora para o slide 15, neste 3T, nós renovamos o recorde de receita, reportando R\$52,8 milhões, um crescimento de dois dígitos, de 13,8%. Em software, tivemos R\$35,6 milhões, crescendo 6,5%, principalmente pelo desempenho de fundos e de previdência.

Mas o grande destaque deste trimestre foi negócio de serviços, em que reportamos uma receita de R\$17,1 milhões e crescemos 33%. Esse é um crescimento muito expressivo, estamos bastante satisfeitos com o resultado, que foi possível principalmente pelo negócio de *outsourcing*. Esse é um negócio que está com muita tração, por conta das ofertas de transformação digital.

Acredito que encontramos a estação correta aqui, e, por isso, estamos muito satisfeitos, não só com o resultado deste 3T, mas também com a perspectiva para esse final de ano e para 2021.

Receita recorrente alcançou R\$46,9 milhões, cresceu 23,1%, também um crescimento muito forte, e alcançou 89% do total. Esse é o percentual mais alto da série. A Sinqia nunca tinha alcançado 89% de recorrência, o que dá muita previsibilidade e segurança para o futuro.

Passando agora para o slide 16, continuamos expandindo o lucro bruto. O lucro bruto total foi de R\$17,5 milhões neste 3T, um avanço de 11% e uma margem de 33,1%. Aqui, no negócio de software, tivemos um avanço discreto para R\$13,5 milhões. Foi bem mais robusto em serviços, com um crescimento de praticamente 60%, tanto pelo bom desempenho da receita quanto pelo ganho de margens.

A nova oferta de transformação digital é feita no modelo de *squad*, um modelo que é mais escalável e que tem um *premium* de margem de 6 p.p. a 8 p.p. sobre o modelo anterior. Por isso, acreditamos que essa margem é bastante positiva e sustentável.

Passando agora para o slide 17, nós conseguimos mais uma rodada de diluição das despesas. As despesas, excluindo depreciação e amortização, alcançaram um total de R\$8,6 milhões no trimestre, uma queda de 12,5%, e representaram 16,4% da receita líquida. Esse é o valor mais baixo da série. A Sinqia nunca operou com um patamar de despesas tão baixo quanto esse.

Quando olhamos a qualidade dessa redução de despesa, também ficamos bastante satisfeitos em como conseguimos essa redução. As despesas comerciais e marketing foram de R\$2,8 milhões, tiveram um pequeno crescimento de 16,7% contra o mesmo período do ano anterior, e se mantiveram representando mais ou menos a mesma proporção da receita, de 5,3%.

Portanto, passamos pela pandemia mantendo os investimentos comerciais e de marketing que, na nossa visão, hoje estão mais saudáveis para viabilizar o crescimento presente e futuro da Empresa.

Por outro lado, nas despesas gerais e administrativas, tivemos uma redução muito expressiva, para R\$5,8 milhões, caindo quase 23% e representando 11% da receita. Esse bom desempenho é resultado de três fatores.

O primeiro deles são as sinergias que fomos capazes de capturar nas aquisições que realizamos no primeiro semestre de 2019: Atena em janeiro, ADS em fevereiro e Softpar em maio. Esses três caras foram integrados na virada do 2T para o 3T e agora já conseguimos mostrar um patamar de sinergia mais legal.

O segundo fator foi a racionalização de despesas orgânicas agora nesse período de pandemia. Estamos com o time em *home office*, conseguimos reduzir despesas com *facilities*, despesas com viagens e algumas outras despesas que não existem em um momento como esse, o que é uma redução bastante sustentável.

Por fim, parte da redução de despesas vem também da reversão de provisão para contingências, dado que tivemos um prognóstico muito mais favorável em alguns casos neste 3T.

Por consequência, no slide 18, entregamos um novo recorde de EBITDA. O EBITDA ajustado foi de R\$8,8 milhões, cresceu 46% e alcançou uma margem de 17%, o que nos deixa bastante satisfeitos.

A mensagem aqui é que continuamos perseguindo incrementos consistentes dessa lucratividade, tanto no negócio orgânico, procurando as otimizações que podemos fazer na estrutura de custo e despesa, quanto no inorgânico, selecionando aquisições com margens mais altas nessa nova safra. Essas aquisições com margens mais altas vão ajudar a puxar nossa média para cima, aproximando a Sinqia do nosso objetivo de curto e médio prazo.

Com relação a lucro caixa ajustado, tivemos um avanço de 28%, parte disso explicado pelo bom desempenho do EBITDA. Nós observamos também um aumento do resultado financeiro, muito por conta dos recursos do *follow-on*, que entraram no caixa no final do 3T19.

Tivemos também um aumento dos impostos correntes, que acabam reduzindo o lucro caixa, e um aumento das despesas com depreciação e amortização, que têm efeito caixa, principalmente por conta do IFRS 16. Agora, elas transitam abaixo do EBITDA.

Passando para o slide 19, é muito legal contar também que continuamos aumentando caixa e reduzindo dívida. Nosso caixa bruto foi de R\$339,7 milhões no final do 3T. Nós conseguimos um aumento de R\$3,4 milhões e ele continua em um patamar superconfortável, para darmos continuidade à estratégia de consolidação.

Sobre a dívida bruta, ela reduziu para R\$71,5 milhões, uma pequena redução de R\$4,6 milhões, porque continuamos amortizando as dívidas financeiras e das aquisições. Como resultado disso, o caixa líquido foi de R\$268,2 milhões, um aumento de R\$8 milhões, mostrando que temos sido capazes de converter o EBITDA em geração de caixa na Sinqia.

Para finalizar, um recado rápido, no slide 20, é que continuamos sem inadimplência. A inadimplência não é um problema para a Sinqia. O nosso saldo de contas a receber fechou o trimestre em R\$22 milhões, uma redução com relação ao 2T, e o saldo de vencidos também está bastante controlado.

Portanto, a qualidade da nossa carteira de clientes, o *stickness* do nosso portfólio de produto e a qualidade do nosso modelo de receita fazem com que a inadimplência não tenha sido e continue não sendo uma questão para nós.

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

Bernardo Gomes:

Obrigado, Thiago. Passando para o slide 21, só queria reforçar que continuamos firmes na nossa trajetória de sucesso. Os resultados que apresentamos neste trimestre, sejam os financeiros, sejam as novidades que estamos implementando na Empresa, nos deixam bastante confiantes de que o caminho está certo. Nós viemos até aqui muito bem e as perspectivas futuras são ainda melhores do que todo o sucesso que tivemos até este momento.

Eu destaco que, em software, conseguimos adicionar importantes produtos e clientes, ampliamos significativamente a nossa carteira de contratos e ainda temos mais duas aquisições a serem incorporadas.

Em serviços, como já foi dito, reforçamos o nosso posicionamento como um agente da transformação digital, pela qual todo o mercado financeiro está passando, e isso tem sido refletido nos nossos resultados. Em inovação, nós criamos inúmeras novas oportunidades, como o Pix e com os movimentos de investimentos e de inovação aberta, sejam parcerias, sejam investimentos.

E em M&A, depois de um pequeno período de instabilidade, retomamos o ritmo das negociações, ampliamos o leque de oportunidades, já fizemos duas aquisições e tenham certeza de que tem muita coisa acontecendo e deve acontecer ainda nos próximos trimestres, porque o processo está bastante aquecido e temos certeza de que vamos continuar com firmeza na nossa trajetória de sucesso.

Queria deixar a equipe à disposição para as perguntas a partir de agora. Obrigado a todos.

Clécio Abel Feitosa (pergunta via *webcast*):

Quais as perspectivas para o 1T21, visto que teremos uma previsão de elevação na inflação de 3%? E a segunda seria sobre os grandes bancos fechando várias agências e adotando trabalho *home office*, se isso terá um impacto significativo nas operações da Sinqia. Obrigado.

Thiago Rocha:

Clécio, obrigado pela pergunta. É um prazer falar com você. Começando pela sua primeira pergunta, a perspectiva para esse final de ano e para 2021 é bastante positiva, tanto no orgânico quanto no inorgânico. Nós acreditamos que o caminho para crescimento, tanto em serviços quanto em software, é bastante claro. O caminho para continuar otimizando o negócio e ganhando margem é muito claro.

E eu queria reforçar um ponto que o Bernardo trouxe aqui. Em 10 anos de Sinqia, nunca estive tão animado com o prognóstico de M&A. Temos muita coisa acontecendo ao mesmo tempo e realmente acredito que teremos um final de ano e um começo de 2021 muito intenso. Então, as perspectivas são muito favoráveis.

Falando um pouco sobre inflação, a inflação tem um impacto, sim; discreto, mas tem um impacto nas nossas receitas. Todas as nossas receitas de software são corrigidas por inflação, a maioria delas por IPCA e uma boa parte delas por IGPM.

Como isso impactou a nossa receita até aqui e vai impactar para frente? O mês de maio de 2020 foi o mês em que tivemos a menor inflação olhando os últimos 12 meses, tanto no IPCA quanto no IGPM. Por consequência disso, os reajustes contratuais que aconteceram no final do 2T e no 3T foram muito modestos, do ponto de vista de inflação. Acho que isso foi, em parte, pelo fato de termos apresentado um crescimento nominal um pouco mais baixo no 3T.

Por outro lado, a boa notícia, no sentido de crescimento nominal da receita, é que a inflação está acelerando. Como os contratos são indexados, esperamos que a contribuição do reajuste da inflação, para nossa receita nominal, comece a ficar um pouco mais representativa a partir de agora.

Agora, passando para sua última pergunta, com relação ao movimento de fechamento de agências, isso impacta o negócio da Sinqia de uma forma muito positiva. Na verdade, não tem nenhum efeito negativo, dado que a Sinqia não provê os sistemas que fazem a automação de agências.

A Sinqia não tem sistema de boca de caixa ou de ATM. Todos os sistemas de canais que a Sinqia tem são canais digitais, relacionados a *internet banking* e mobile. Então, desse ponto de vista de software, estamos muito tranquilos com a mudança e, do ponto de vista de serviços, estamos muito animados.

Muito desse crescimento de serviços que você vê no 3T aconteceu por causa do senso de urgência dos nossos clientes em fazer a transformação digital. Eles estão preocupados em como atender ao cliente final, e para isso eles têm contratado a

Investidores/Investors

Sinqia para redesenhar negócios com canais digitais, para fazer o desenho de jornada do usuário e também para fazer o desenvolvimento desses sistemas que vão ajudá-los a ter uma presença digital mais forte.

Então, acho que o efeito disso tudo para a Sinqia é um efeito que não poderia ser mais positivo. É isso o que estamos vendo no negócio de serviços neste 3T.

Ayrton (pergunta via *webcast*):

Quais os planos de expansão para a Empresa para o próximo ano?

Thiago Rocha:

Ayrton, boa tarde e obrigado pela pergunta. O nosso plano de expansão para 2021 continua baseado principalmente na nossa estratégia de M&A. Um ano atrás, fizemos um *follow-on* e captamos recursos para fazer aquisições. É nisso que estamos prestando mais atenção neste momento. Já fizemos duas e, como eu disse, isso é só a ponta do iceberg. Estamos muito entusiasmados com o prognóstico de M&A para o final de ano e começo de 2021.

Esse é o principal caminho que vai levar a mudanças relevantes no posicionamento do ponteiro. Mas é óbvio que, junto com isso, tem toda uma estratégia de crescimento orgânico para continuar acelerando as vendas de software com o novo modelo comercial e continuar acelerando o crescimento de serviços com as ofertas de transformação digital.

Pedro Henrique Silva (pergunta via *webcast*):

Boa tarde a todos. Primeiramente, obrigado pela apresentação. A Sinqia possui um concorrente direto no Brasil?

Thiago Rocha:

Pedro, obrigado pela pergunta. Não só um, como vários. Temos vários concorrentes. Na verdade, o nosso mercado é atendido por mais de 300 empresas aqui no Brasil. Em cada segmento em que atuamos – e agora estou dando um zoom, falando de bancos, fundos, previdência e consórcio – temos um conjunto diferente de concorrentes.

A Sinqia se diferencia deles de duas formas. Primeiro, somos a maior empresa do setor, o que transmite muita confiança para o nosso cliente. Segundo, somos a única empresa que tem um portfólio abrangente. Portanto, sim, temos vários concorrentes e, felizmente, hoje a Sinqia está em uma posição muito favorável com relação a todos eles, sem exceção.

Pedro Pimenta (pergunta via *webcast*):

O que afetou o lucro líquido desse período, frente aos resultados do 2T20?

Thiago Rocha:

Obrigado, Pedro. Antes de começar a responder, o nosso lucro líquido é sempre um indicador para o qual não costumamos olhar muito. Ele tem algumas limitações. Ele é um lucro líquido bastante poluído pelo volume de depreciação e amortização das aquisições. Essa é uma despesa não caixa. Por essa razão, não costumamos prestar tanta atenção no lucro líquido.

Passando para a resposta da sua pergunta, tivemos pequenas oscilações quando olhamos a comparação do 3T contra o 2T. O resultado financeiro foi mais positivo no 3T do que no 2T.

Por outro lado, as despesas com depreciação e amortização aumentaram um pouco, principalmente por conta das mudanças no que diz respeito ao IFRS 16, com a Empresa passando a contabilizar isso na linha de depreciação e amortização, não mais na linha de despesas gerais e administrativas. São números muito pequenos que estão relacionados ao pagamento de aluguéis e às despesas com aluguel de imóvel e servidor. Portanto, não mexem tanto o ponteiro.

Mas só queria passar a mensagem de que o lucro líquido, no caso da Sinqia, é um indicador que temos que olhar com muito cuidado. Ele tem muita despesa não caixa.

Felipe (pergunta via webcast):

Boa tarde. Onde a Empresa pensa em alocar os recursos restantes de *follow-on*? Obrigado desde já.

Thiago Rocha:

Obrigado pela pergunta, Felipe. Nosso plano, desde o *follow-on*, se mantém em consolidação do nosso mercado. A maior parte dos recursos do *follow-on* serão destinados para consolidar. Nós temos um *pipeline* gigante de aquisições, temos dezenas de nomes mapeados e temos várias conversas em estágio muito avançado, realmente avançado. Portanto, os recursos vão, em sua grande maioria, para a estratégia de consolidação.

Uma parte pequena dele para P&D, de forma que consigamos continuar unificando, modernizando e colocando os nossos produtos à frente da concorrência.

Carlos Siqueira (pergunta via webcast):

Qual a expectativa de crescimento orgânico das receitas de software nos próximos trimestres, por favor?

Thiago Rocha:

Obrigado pela pergunta, Carlos. Infelizmente, não damos *guidance*, então não posso ser muito específico com relação a número e percentual de crescimento. O que eu posso transmitir de cor é que vimos, ao longo dos últimos trimestres, sempre na fronteira do crescimento de um dígito a dois dígitos de crescimento. Teve um momento em que passamos dos dois dígitos.

Esperamos conseguir sustentar um crescimento orgânico de dois dígitos no negócio de software nos próximos trimestres, muito por conta dessa mudança no modelo

comercial, privilegiando as receitas recorrentes, e parte também com ações que devem reduzir um pouco o *churn*. Então, o nosso objetivo é crescer dois dígitos nas receitas de software. É isso que temos perseguido.

Rafael Ragazi (pergunta via *webcast*):

Parabéns pelos excelentes resultados. Gostaria de fazer duas perguntas. Primeiro, qual o volume total de recursos que a Sinqia pretende investir em seu terceiro ciclo de aquisições, considerando *equity* e potenciais captações de dívida? Segundo, onde a Sinqia acredita que pode chegar como principal consolidadora do mercado? Ter 20% de *market share* no longo prazo é uma perspectiva factível?

Thiago Rocha:

Rafael, obrigado pela pergunta. Essa pergunta é muito importante. No que diz respeito aos recursos que nós temos para a execução desse terceiro ciclo, como você bem disse, parte deles veio da oferta, aqueles R\$360 milhões, e parte virá da alavancagem que devemos promover em cima do EBITDA atual e do EBITDA adquirido nas próximas transações.

Então, o número que enxergamos como poder de fogo é em torno de R\$600 milhões. Nós temos total condição de investir R\$600 milhões em aquisições nesse próximo ciclo.

Alexandre Masuda (pergunta via *webcast*):

Boa tarde. Parabéns pelo resultado. Vocês podem dar uma atualização da plataforma Plugi?

Thiago Rocha:

Claro, podemos, sim. Vou passar a palavra para o Leo em instantes. Desculpe, acho que só faltou um pedaço da pergunta anterior.

Com relação ao nosso objetivo em termos de *market share*, Rafael, quando eu olho para o nosso mercado fora e vejo a realidade de outros países da América do Norte, Europa e Ásia, vejo mercados mais consolidados. Eles começaram a consolidação de 10 a 20 anos antes do mercado brasileiro. Portanto, o potencial de consolidação que temos hoje é enorme.

Hoje, a Sinqia, como empresa líder, tem pouco mais de 4% de *market share*. E, olhando as experiências fora, acho muito razoável imaginar que o líder desse mercado tenha em torno de 20% ou talvez 25% ou 30% de *market share*. Na minha opinião, é uma questão de tempo para isso acontecer.

Como todos os mercados que passam por consolidação, saímos de um cenário superfragmentado. Hoje, a Sinqia já conseguiu dar passos para a consolidação, mas tem muita coisa para fazer. Realmente acredito que conseguimos alcançar, em algum momento, nos próximos anos esse *market share* que você mencionou.

Agora, Leo, eu queria pedir para você explorar um pouco o assunto Plugi, por gentileza. O Alexandre Masuda fez uma questão sobre isso. Masuda, boa tarde e obrigado pela pergunta. O Leo vai responder.

Leo Monte:

Obrigado, Thiago. Boa tarde, Alexandre. Com relação ao Plugi, estamos bem contentes com os primeiros resultados. Estamos em um processo de beta, então vimos experimentando com alguns clientes, tanto administradoras de consórcios como também os fundos atrelados, que devem fazer a compra das cotas secundárias.

Estamos bem contentes com os primeiros resultados e vou ficar muito feliz na próxima divulgação de resultado em trazer para vocês já os primeiros resultados em relação a esse projeto, que vem nos empolgando bastante aqui na Sinqia.

Isabella Rodrigues (pergunta via *webcast*):

Podem detalhar o que esperam na parte de câmbio? Quais são as mudanças que estão vendo que geram oportunidades para a Sinqia?

Thiago Rocha:

Isabella, obrigado pela pergunta. Para dar um pouco de contexto, o nosso mercado de câmbio hoje no Brasil é um mercado muito mais regulado do que no resto do mundo. Ele é mais regulado a ponto de dificultar e encarecer a realização de operações de câmbio, tanto por pessoas jurídicas e também por pessoas físicas, e a ponto de fazer com que ter uma carteira de câmbio não seja algo relevante se você tem uma escala muito pequena no seu banco ou na sua *fintech*.

Então, o que esperamos olhando para frente é que essa mudança regulatória e essa modernização do mercado de câmbio tenham o mesmo efeito que elas tiveram no mercado de pagamentos. Voltando 12 anos no tempo e imaginando que estamos lá em 2008. Em 2008, o mercado de pagamentos no Brasil tinha poucas adquirentes e três delas tinham 99% do mercado.

E, quando falamos de 2020, estamos falando de Pix, que abriu a porteira do mercado de pagamento e já tem, neste momento, mais de 770 instituições autorizadas pelo Banco Central.

Então, olhando para frente, o que acreditamos que vai acontecer como tendência nesse mercado é uma simplificação regulatória, que vai fazer com que seja mais fácil para uma empresa fazer uma operação de câmbio no Brasil. Conseqüentemente, os volumes aumentam e, além disso, essa simplificação regulatória reduz as barreiras de entrada, de forma que mais instituições financeiras entrem no segmento de câmbio.

A consequência disso para a Sinqia é que todos esses caras que vão entrar no segmento de câmbio vão precisar de um software e nós agora, com a Tree, estamos muito bem posicionados para capturar essa demanda.

Conrado Francisco Almeida Carvalho (pergunta via *webcast*):

Boa tarde a todos e obrigado pela apresentação. A Sinqia tem a pretensão de adquirir empresas de outros setores, que não sejam de tecnologia ou software, seja no curto, médio ou longo prazo? Obrigado.

Thiago Rocha:

Conrado, obrigado pela pergunta. Hoje, a nossa estratégia está toda baseada em tecnologia, principalmente empresas de software que tenham a tecnologia proprietária e tenham o modelo de receita baseado em licenciamentos. Então, no curto prazo e eu poderia dizer que também no médio, não passa pela nossa cabeça sair do negócio de tecnologia.

Dentro de tecnologia, temos muitas coisas diferentes. Temos software, serviços e vários outros modelos novos que estão surgindo. Então, em estratégia de tecnologia, estamos dentro e, obviamente, estamos procurando caminhos para explorar modelos novos, como o Leo comentou na apresentação.

O modelo que prevalece hoje é o modelo de licenciamento do software e de prestação de serviços. No futuro, pode não ser e estamos nos adaptando a isso. Então, ficamos dentro de tecnologia e ficamos dentro do nosso escopo, que é o setor financeiro. É isso que fazemos bem. É aqui que nós temos uma vantagem competitiva e, a curto e médio prazo, isso não muda.

Operadora:

Caso a sua pergunta não tenha sido respondida, não hesite em procurar o time de RI. Não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra para o Sr. Bernardo para suas considerações finais. Sr. Bernardo, pode prosseguir.

Bernardo Gomes:

Obrigado. Mais uma vez, quero agradecer a todos a presença na nossa teleconferência e colocar a equipe à disposição para qualquer dúvida eventual.

Muito obrigado.

Operadora:

Obrigada. A teleconferência dos resultados do 3T20 da Sinqia está encerrada. Por favor, podem desconectar.

“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”