

Gabi:

Bom dia pessoal. Sejam bem-vindos ao *webinar* de resultados da Sinqia referente ao 3T21. Neste momento, todos os participantes estão conectados apenas como ouvintes e, mais tarde, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas. Informamos que os participantes que desejarem fazer perguntas utilizem a plataforma de Q&A ou levantem a mão, conforme indicaremos em sua tela.

Durante o *webinar*, compartilharemos a apresentação em português e, caso esteja acompanhando em inglês, sugerimos que baixe a apresentação no *link* disponibilizado no *chat*. Lembro que todos os materiais com os resultados deste trimestre estão disponíveis no endereço eletrônico *ri.sinqia.com.br*.

Estão presentes conosco Bernardo Gomes, Diretor Presidente, Leo Monte, Diretor de Marketing e Inovação, e Thiago Rocha, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores. Agora, gostaria de passar a palavra ao Bernardo. Por favor Bernardo, pode prosseguir.

Bernardo Gomes:

Obrigado, Gabi. Bom dia pessoal. Muito obrigado pela presença aqui na nossa apresentação de resultados. Eu vou começar pelo *slide* quatro, onde anunciamos, com entusiasmo, os excelentes resultados que nós tivemos nesse trimestre. Começando pelo quadro da esquerda, onde mostramos os destaques financeiros, tivemos uma receita recorrente recorde de quase R\$ 290 milhões, 88% acima do no mesmo período do ano anterior.

A nossa receita líquida superou os R\$ 90 milhões de reais, um crescimento, também, de mais de 74% em relação ao 3T20. As receitas recorrentes atingiram R\$ 81,4 milhões, um crescimento, também, de 74%. E o nível de recorrência se aproxima dos 90%, então, isso é bastante importante em termos de previsibilidade e garantia das receitas futuras, uma receita recorrente em torno dos 90% do total.

Atingimos um EBITDA ajustado de R\$ 16,6 milhões, também um crescimento bastante significativo, mais de 88% do que foi no mesmo período do ano anterior. E atingimos uma margem ajustada de 18%, um crescimento de 1,3% em relação ao ano anterior. A nossa posição de caixa no final do trimestre foi de cerca de R\$ 620 milhões de reais, um crescimento muito significativo.

Principalmente, já passando aqui pelos destaques que temos à direita nesse *slide*, a integralização de R\$ 150 milhões da segunda emissão de debêntures, que pode chegar até R\$ 250 milhões. Então, temos mais de R\$ 100 milhões a serem integralizados, além de uma captação feita no *follow up*, no início de setembro, de R\$ 400 milhões de reais. Isso ajuda a compor essa posição de caixa com o que iniciamos esse novo ciclo de aquisições.

Destaco aqui que nós, nesse trimestre também, concluímos a 21ª transação de M&A da história da Companhia. Adquirimos a participação majoritária na QuiteJá, uma Empresa de negociação de créditos totalmente automatizado, vamos destacar um pouquinho isso um pouco mais à frente.

Selecionamos, também, a Canary como mais uma parceira em *venture capital*. Já tínhamos parcerias estabelecidas com a Astella e Parallax, e a Canary, agora, é mais uma parceira nesse sentido, de forma a ampliar nossos investimentos em *corporate venture capital*. Nós também, nesse trimestre, anunciamos o nosso segundo investimento direto, o investimento na CashWay, que é uma Empresa especializada em *banking as a service*, principalmente para cooperativas e SCDs.

E, por fim, firmamos uma parceria com TechRules, uma solução para gerenciamento de patrimônio, que vem complementar o nosso portfólio para a vertical de fundos. Então, eu destaco aqui que esse foi um excelente trimestre, tanto nos resultados financeiros, quanto nas realizações feitas pela Empresa. Vou passar, agora, a palavra para o Leo, que vai falar um pouquinho mais sobre os destaques de inovação neste trimestre. Leo, é com você.

Leo Monte:

Obrigado Bernardo. Bom dia a todos. É um prazer vir aqui novamente falar sobre os principais destaques da área de inovação e os avanços que nós tivemos neste trimestre. Gostaria de iniciar salientando os avanços que nós tivemos nas estratégias, tanto de Open Finance, como também, de Open Innovation.

O 3T21 foi marcado pelo lançamento da fase três do Open Bank, e, do nosso lado, nós ganhamos relevância com o fortalecimento da nossa estratégia, principalmente, de infraestrutura, para atender esse novo momento. Através do início da terceira fase, nós começamos a enxergar novas oportunidades quando falamos da utilização de tecnologia para a criação de novos produtos e serviços de pagamentos. Suportando, assim, o mercado com a agenda de inovação do Banco Central.

Seguimos firmes com a estratégia de produto e parcerias, e já conseguimos conquistar grandes números, números relevantes, como podemos ver no quadro à direita da tela. São mais de 13 clientes, com destaque para um grande banco global, e mais de 100 *prospects*, incluindo grandes bancos, *fintechs*, e empresas de tecnologia gerando oportunidades de novos clientes, *cross sell* na carteira, e novos modelos de receita, através de volumetria.

Tudo isso, também, suportado por parcerias estratégicas com a Sensedia, a Microsoft, e, também, com a Celcoin. Além disso, nos tornamos autoridades no assunto, com destaques relevantes na mídia *online*, impressa, e, também, televisiva. Seguindo para o *slide* sete, aqui eu quero destacar os avanços que nós tivemos com a estratégia de Open Innovation.

Na maturidade de nosso programa estamos colhendo resultados importantes com as parcerias estratégicas e, com isso, transformando nosso modo de desenvolver e também lançar novos produtos. Indo do lado esquerdo da tela, para o lado direito, no primeiro item nós estamos entregando inovação através de novas tecnologias e, também, novos modelos de negócio.

Como, por exemplo, um novo produto de análise preditiva, através de inteligência artificial para crédito, junto com a *startup* Data Rudder. Ainda no primeiro item, eu gostaria de, também, destacar o investimento que nós fizemos na CashWay. Já

tínhamos um investimento na *startup*, através da Darwin, e através de uma parceria nós já estávamos levando funcionalidades, como o PIX, para as cooperativas de crédito.

Agora, com o aporte nós iremos ampliar ainda mais nosso compromisso em acelerar a Empresa, e fazer com que ela seja o principal fornecedor de tecnologia para as cooperativas. Também iremos aproveitar as sinergias comerciais e reforçar a nossa estratégia de *banking as a service*. Indo para o segundo item, além de falar de aceleração de *go-to-market*, eu quero destacar as parcerias que nós já temos firmado com a Sensedia para *open finances*, e TechRules para a gestão de ativos em fundos.

Indo para o terceiro item, quando falamos do Sinqia Digital, iremos distribuir as principais funcionalidades em todas as empresas que estamos agregando Sinqia Digital para os clientes da Celcoin. Estamos mapeando oportunidades, não só em investimentos, mas também de M&A, trazendo complemento às soluções já existentes. E, por último, no quarto item, o lançamento do Sandbox Sinqia, focado em fundos, em parceria com a RTM e, também, com a chancela da Anbima.

Mais uma ferramenta para fomentar as inovações no segmento de fundos, conectando todo o ecossistema na criação de novos serviços e produtos. Estes são apenas alguns exemplos de sinergias que estamos capturando com as investidas e, também, as empresas parceiras. Passando pelo *slide* oito, nós podemos afirmar que com apenas um ano de programa, nós nos tornamos uma das referências em Open Innovation para o setor financeiro.

Contamos com mais de 40 investimentos em *startups*, parcerias estratégicas de originação e, também, de co-investimento, e estamos presentes em eventos, publicações, e isso é muito positivo. Além disso, acabamos de formalizar a nossa entrada em mais um fundo de *venture capital*, o Canary, consolidando, assim, o plano iniciado Torq Ventures com os fundos parceiros. Um dos focos deste novo fundo da Canary, será investir na segunda onda das *fintechs* em estágio *early stage*.

Isso nos habilita a novas oportunidades de negócios, de investimentos, e, também, de co-investimentos. Nós também firmamos parceria com a WelImpact, a qual é uma *venture builder* focada em negócios com base de tecnologia, fundada por mulheres. Nós formalizamos uma aliança estratégica, com o objetivo de trazer diversidade para o nosso portfólio, e incentivar o empreendedorismo feminino no mercado financeiro. E nós não vamos parar por aqui.

Existe ainda muita coisa para fazer, muito trabalho. O mercado está superaquecido, e nós estamos focados no desenvolvimento tanto de investimentos, de novos investimentos, como, também, na integração com o portfólio das investidas. Agora eu vou passar a palavra para o Thiago Rocha, que vai falar sobre M&A, e o nosso novo ciclo de crescimento. Obrigado.

Thiago Rocha:

Obrigado, Leo. Bom dia a todos. Espero que o pessoal que nos acompanha nessa conferência esteja bem. E eu vou começar pelo *slide* nove reforçando uma mensagem que o Bernardo colocou a pouco, de que estamos começando, nesse momento, um novo ciclo de consolidação. Esse 3T21 talvez seja um dos trimestres mais importantes da história da Sinqia, desde que a Companhia abriu o capital. Mas antes de falar desse novo ciclo, eu queria só fazer uma breve recapitulação do ciclo anterior.

Nós, também nesse 3T21, concluímos um movimento de consolidação, que foi iniciado no final de 2019, com uma expansão significativa tanto do ecossistema Sinqia, quanto dos nossos resultados. Um ciclo bastante intenso, iniciado no final de 2019, marcado por uma pandemia no meio do caminho, que impôs desafios adicionais à Sinqia e a todo o mercado. E, mesmo diante desses desafios nós conseguimos empregar 90% dos recursos do *follow on* de 2019.

Também conseguimos realizar seis aquisições muito estratégicas para a nossa Empresa e, por que não dizer, conseguimos uma expansão muito grande dos resultados, num ciclo de pouco menos de dois anos. A Sinqia partiu de uma receita líquida de R\$ 175 milhões, para R\$ 351 milhões, ainda no 2T21, um *Run Rate*, ou seja, a Empresa dobrou de tamanho em menos de dois anos e, também, mostrou uma evolução muito significativa da lucratividade.

A nossa margem EBITDA saiu de 12%, para pouco mais de 22%, um ganho de 10%. Portanto, viemos aqui fechar um capítulo nesse 3T21, e, já passando para o *slide* 11, também a abrir um novo capítulo da nossa história. Nós, nesse 3T21, iniciamos um novo ciclo de consolidação, e esse ciclo tem por objetivo completar a jornada do nosso cliente.

A Sinqia já estava presente em alguns *steps* dessa jornada, e agora vai reforçar as soluções que ela já tem, e, também, buscar novas soluções para completar as etapas onde ela ainda não estava presente. Então, esse é um caminho que já viemos trilhando ao longo do ano de 2021.

Passamos a atuar na etapa de *Onboarding* do cliente, com a aquisição da Simply., na etapa de venda do produto, com a aquisição da Febweb e, acho que um dos principais fatos que tivemos nesse 3T21 foi, também, a entrada na etapa de monetização do cliente, com a recém anunciada aquisição da QuiteJá. Para quem ainda não conhece a QuiteJá, ela atua no mercado de recuperação de dívidas.

Então, de uma forma muito resumida, a Empresa celebra contratos com instituições financeiras, e essas instituições financeiras fornecem uma determinada base de dados de devedores, a QuiteJá processa essa base de dados, seleciona os devedores com maior propensão a fazer o pagamento das suas dívidas vencidas, adota ações de estímulo a essa base de devedores, e consegue recuperar uma boa parcela das dívidas. Então, a QuiteJá se encaixa muito bem nessa etapa de monetização do cliente.

Mas se encaixa como exatamente? De duas formas, primeiro porque ela auxilia as instituições financeiras a recuperarem o crédito concedido, para que a operação de crédito seja rentável, obviamente, a instituição precisa recuperar os valores que ela concedeu, mas não é só isso. A QuiteJá ajuda, também, a instituição financeira a recuperar o próprio cliente.

Existem processos de cobrança que, em algumas situações, atendem o primeiro objetivo de recuperar os valores, mas são péssimos, do ponto de vista da relação com o cliente final. E a QuiteJá é diferente, ela tem uma abordagem diferente que recupera, não só os valores, mas, também, o cliente que volta a fazer negócios com aquela instituição financeira.

E é importante dizer que, nesse mercado de recuperação de crédito, tivemos a oportunidade de avaliar outras empresas, e escolhemos a QuiteJá por duas razões, que

eu acho que são muito interessantes. Primeiro, a Empresa tem uma abordagem 100% digital, ou seja, todo o processo de recuperação de dívidas é feito por meio de sistemas, por meio de canais digitais, e sem absolutamente nenhuma interferência humana no processo.

Não existe *call center*, não existe telefonema. O que existe é a tecnologia trabalhando para fazer a recuperação de dívida de forma muito eficiente, recuperando grandes volumes com custo muito baixo. E, além disso, a QuiteJá tem uma abordagem muito humanizada, o que tem tudo a ver com os valores da Sinqia, ou seja, ela faz um processo de recuperação de dívida empoderando o devedor, dado que ele é a melhor pessoa para saber quais são as condições em que ele consegue quitar a dívida.

E, graças a isso, a Empresa tem a melhor avaliação entre todas as empresas de recuperação de crédito no reclame aqui. Passando para o próximo *slide*, adquirimos, então, o controle da QuiteJá, e eu trago aqui alguns *highlights* que são bastante importantes nessa aquisição. O primeiro deles, é que nós estendemos o TAM, *total addressable market*, da Sinqia.

Até a aquisição da QuiteJá, a nossa atuação era restrita ao mercado de *software* e ao mercado de serviços de tecnologia, e agora nossa atuação se estende, também, para o mercado de recuperação de dívidas. E por que isso é importante? Porque há uma expansão gigante do nosso TAM. O Brasil tem mais de 60 milhões de pessoas inadimplentes.

Essas pessoas somam um total de R\$ 245 bilhões em dívidas, e o setor financeiro, que é justamente o setor atendido pela Sinqia, lidera a lista de credores, e representa 29% do total das dívidas. Ou seja, o problema de recuperação de dívidas é um problema de negócio relevante para os nossos clientes, instituições financeiras, e, dessa forma, faz todo sentido para a Sinqia participar desse mercado de recuperação de dívidas.

Além disso, o segundo *highlight*, nós ampliamos o portfólio de produtos da Sinqia Digital, ou seja, além do *Onboarding* digital de clientes, além da assinatura digital de contratos, a Sinqia agora, também, oferta recuperação digital de créditos. E terceiro ponto, também muito importante, aumentamos a relevância do modelo SaaS. Mas não é qualquer SaaS, é um SaaS muito mais legal, pois é baseado em volume financeiro.

A QuiteJá tem um modelo de cobrança baseado em volume, ela recebe um comissionamento sobre o volume que ela consegue recuperar. Portanto, é o modelo SaaS com altíssimo potencial de crescimento, e, também, uma altíssima lucratividade. E falando um pouquinho sobre os números da Empresa, a QuiteJá apresentou nos últimos 12 meses, encerrados em junho, uma receita líquida de R\$ 20 milhões, crescendo 111%, crescendo três dígitos contra o mesmo período do ano anterior.

E ela apresentou, também, um EBITDA de R\$ 5,4 milhões, ou seja, uma margem de 27%, margem superior à da Sinqia, portanto uma lucratividade que vem a somar. À direita, falamos um pouquinho da transação de compra de controle. Ou seja, 51% da QuiteJá por R\$ 38 milhões, metade disso estamos pagando à vista, em dinheiro, metade em ações. Ou seja, os dois empreendedores da QuiteJá passam a ser acionistas da Sinqia.

E a nossa Companhia tem uma opção de comprar os 49% remanescentes da QuiteJá dentro de alguns anos, e seguindo algumas métricas de receita EBITDA, que definimos

conjuntamente. Passando para o *slide* seguinte, falamos agora um pouquinho de resultados, e eu queria ir direto para o ARR. Esse é um trimestre muito especial, tivemos um resultado financeiro muito bom, acho que foi totalmente alinhado com a nossa expectativa.

O ARR totalizou R\$ 287 milhões, um crescimento de 88% contra o mesmo período do ano anterior, e um crescimento de 5% contra o trimestre anterior. Mas eu acho que o ARR total, obviamente, tem um crescimento muito grande, mas eu queria dessa vez chamar a atenção para o ARR orgânico. Nosso ARR orgânico foi de R\$ 183 milhões, crescendo 20% contra o mesmo período do ano anterior. Portanto, é um crescimento que está em linha com a nossa expectativa para Sinqia.

E, com relação ao 2T21, é um crescimento de 8%, o crescimento mais alto da série desde que começamos a reportar o ARR. Por que isso aconteceu? Primeiro, porque tivemos um volume de vendas muito bom, de mais de R\$ 8 milhões nesse trimestre. Segundo, porque tivemos um nível de *churn rate* de cancelamentos muito baixos, de quase zero. E, terceiro, porque tivemos um volume de reajustes contratuais, também bastante expressivos, R\$ 6 milhões, principalmente por conta do reajuste inflacionário.

E aqui eu queria fazer um parêntesis rápido, eu sei que a inflação passou a ser um tema de bastante preocupação para os nossos investidores, e eu quero aproveitar esse ponto para dizer que a Sinqia é uma Empresa 100% protegida da inflação. Todos os nossos contratos são reajustados por inflação, tanto que a ela foi um componente importante do crescimento da ARR nesse 3T21.

Passando para o próximo *slide*, tivemos, nesse 3T21, uma receita líquida total de R\$ 92 milhões, crescendo 74% sob o mesmo período do ano anterior, e alcançando mais um recorde trimestral. A receita de *software* foi de R\$ 71,8 milhões, crescimento de mais de 100%, e a receita de serviços foi de R\$ 20 milhões, crescimento de 18%. Serviço que também está no momento excelente, por conta da entrada de novos clientes que ainda não conseguimos sentir nessa receita do 3T.

E, à direita, conseguimos ver a receita recorrente de R\$ 81,4 milhões, crescendo 74% no mesmo período do ano anterior, e representando 88% do total, portanto, um percentual bastante elevado de recorrência. Passando para a página seguinte, à esquerda, o nosso lucro bruto total foi de R\$ 35 milhões, praticamente dobrando, contra o mesmo período do ano anterior, e a margem bruta foi de 38,2%, um ganho de 5%.

Tivemos um excelente desempenho aqui nos dois negócios, tanto no negócio de *software*, quanto no negócio de serviços. No gráfico ao centro, conseguimos ver um pouco mais sobre *software*, com lucro bruto de R\$ 30,7 milhões, crescendo 127%, e uma margem bruta de 42,8%, um ganho de 5%. Por que esse ganho aconteceu? Porque entraram novos negócios com margem mais alta, especialmente os negócios que vieram das aquisições recentes e das aquisições de Sinqia Digital, Simply., e Fepweb.

Por outro lado, nos negócios previamente existentes, estamos tendo aumento de custo, com a expansão do time de P&D, que é uma expansão muito importante para a Empresa. É uma expansão que visa atualizar, integrar melhor o nosso portfólio de produtos, e, certamente, vai trazer muitos ganhos a médio e longo prazo. À direita, conseguimos ver o lucro bruto de serviços de R\$ 4,5 milhões de reais, crescimento de 14,4%, com margem bruta de 22,1%, uma pequena perda de 1%.

Mas aqui, eu queria lembrar que, nós tivemos reclassificações contábeis, a linha de depreciação e amortização, que antigamente era contabilizada só em despesas, foi parcialmente reclassificada para os custos e, também, para os custos de serviços. Ou seja, sem essa reclassificação contábil, o negócio de serviços apresentou, na verdade, um ganho de margem de 2%.

Passando para a página 17, observamos, nesse trimestre, um incremento nas despesas, que se deve, principalmente, pela consolidação das aquisições. Foram seis aquisições nos últimos trimestres, e, conseqüentemente, as despesas são absorvidas em várias linhas das nossas demonstrações financeiras. Então, à esquerda nós vemos a despesa total de R\$ 20 milhões, um incremento de 132%, representando 21,7% do total, um aumento de 5%.

Esse aumento está, praticamente todo, no G&A, dado que as despesas comerciais e *marketing* tiveram redução. No gráfico central, podemos ver um pouquinho mais sobre isso. As despesas gerais e administrativas foram de R\$ 16 milhões, um incremento de 177%. E, como eu disse, isso aconteceu pela consolidação das últimas aquisições, que estão distribuídas em várias linhas.

Mas, também, pela contabilização dos gastos com P&D e inovação, esses gastos estavam em custo, agora estão em despesas, e, também, pela contabilização de provisões, especialmente as provisões para bônus. A Empresa vem tendo um ano excelente e vem cumprindo com as suas metas internas, portanto o nível de provisionamento de bônus é maior do que no ano anterior.

E à direita, podemos ver as despesas comerciais e *marketing*, que tiveram, na verdade, um comportamento bastante estável, crescendo menos do que o crescimento da receita, e passando a representar pouco mais de 4% da receita total. Passando para o *slide* seguinte, nós, por consequência dessas movimentações, reportamos uma evolução substancial no EBITDA, e uma margem, também, muito elevada.

À esquerda nós vemos que nosso EBITDA ajustado foi de R\$ 16,6 milhões, um crescimento de 88% contra o mesmo período do ano anterior, com uma margem de 18%, um ganho de 1%. E aqui eu queria notar, pessoal, que essa é a melhor margem EBITDA da Sinqia para um 3T, desde que fizemos o IPO da Empresa, lá em 2013. Portanto é um excelente resultado para um 3T. À direita, conseguimos ver o lucro líquido, que foi de R\$ 3 milhões, crescimento de mais de 200%.

E, uma breve explicação aqui sobre o lucro Líquido, tivemos esse avanço de EBITDA, que eu já comentei, tivemos, também, um crescimento das despesas com depreciação e amortização, que foram de R\$ 12,8 milhões, crescendo, principalmente, por conta da amortização de ativos intangíveis das aquisições, que é uma despesa sem efeito caixa, é importante dizer. A gente teve um resultado financeiro negativo de R\$ 0,3 milhão, praticamente, flat na comparação com o mesmo período do ano anterior.

E é interessante dizer que o resultado financeiro teve, de um lado, maiores gastos com juros, tanto os juros das aquisições, como o da nova operação de debêntures, mas, por outro lado, esses maiores gastos foram compensados pela marcação ao mercado dos investimentos do Torq Venture. É muito legal dizer isso. Nós já estamos colhendo, não só o resultado estratégico, que o Leo comentou há pouco, mas, também, o resultado financeiro dos nossos investimentos.

Um dos fundos investidos, na Parallax, teve um desempenho espetacular nesse 3T21, por conta de um investimento específico, que foi remarcado e, conseqüentemente, viemos trazendo esse resultado para o nosso lucro. E, por fim, a linha de IR e CS teve um crédito de R\$ 0,3 milhão, também contribuindo para o lucro líquido. E, para finalizar a minha sessão, passando para *slide* seguinte, nós reabastecemos o caixa, justamente para suportar esse novo ciclo de consolidação.

O nosso caixa bruto está em R\$ 620 milhões, lembrando que esse valor ainda não contempla os R\$ 100 milhões da operação de debêntures, que não foram integralizados, podemos chamar esses R\$ 100 milhões a qualquer momento. Então, é um aumento de R\$ 465 milhões, contra o 2T21, por conta da oferta de debêntures e, também, da oferta de ações.

A nossa dívida bruta aumentou para R\$ 273 milhões, um aumento de R\$ 143 milhões, também por conta da operação de debêntures, os R\$ 150 milhões que já integralizamos. E, com tudo isso, temos um caixa líquido, que podemos ver no gráfico à direita, de R\$ 347 milhões.

E, aqui trazemos uma informação adicional, de que embora o caixa líquido, calculado de uma forma mais tradicional, seja de R\$ 347 milhões, nós temos uma linha de Títulos e Valores Mobiliários no nosso balanço que contempla tantos os investimentos do Torq Ventures, quanto o valor que damos em garantia para o pagamento a prazo das aquisições, e tudo isso junto soma R\$ 54 milhões.

Portanto, acho que a visão correta sobre o nosso caixa líquido é de um valor de pouco mais de R\$ 400 milhões. E, agora, eu queria devolver a palavra para o Bernardo, para que ele faça a conclusão da apresentação. Bernardo, por favor.

Bernardo Gomes:

Obrigado, Thiago. Vamos passar agora aqui no *slide* 20, em que, mais uma vez eu ressalto, entregamos resultados crescentes e aceleramos o nosso plano de expansão. Ou seja, nós estamos entregando, de forma consistente, aquilo que temos prometido. Eu até costumo dizer que nós temos oito anos como Companhia aberta e, nesses oito anos, já se foram mais de 30 trimestres, e em todos eles nós usamos a palavra recorde.

O recorde de receita, o recorde de recorrência, o recorde de rentabilidade, ou o recorde de tudo, então isso prova que a Empresa vem, consistentemente, entregando aquilo que ela promete. E aqui não foi diferente, nesse trimestre, nós capitalizamos a Empresa, demos início a mais um ciclo de crescimento. Estamos muito confiantes e preparados para as novas oportunidades de mercado que estão surgindo.

Também expandimos o nosso portfólio de produtos, expandimos o nosso *pipeline* de aquisições, trazendo novas empresas que vão compor o nosso *pipeline*, além daquelas tradicionais, atuando nas verticais em que já estamos presentes. E, também, aumentamos o nosso mercado endereçável, como o Thiago teve oportunidade de explicar para vocês.

Também trouxemos muita inovação, investimentos em P&D, parcerias importantes, avanços, também, no nosso programa de *corporate venture capital*, que começam a desenhar um novo caminho de crescimento para a Companhia. E, acho que tudo isso

Investidores/Investors

aqui é reforçado pelos resultados. Quando olhamos os números que o Thiago mostrou, aqui no último ciclo, nós dobramos de tamanho no período de dois anos, nós mais do que triplicamos o EBITDA, nesse mesmo período.

E, por isso, estamos muito confiantes nesse ciclo que começamos, agora, capitalizado e com inúmeras oportunidades de mercado que estão surgindo. Vou passar agora para a parte de M&A, para que vocês possam colocar suas perguntas. Obrigado, por enquanto.

Victor, UBS:

Bom dia. Vocês me escutam?

Gabi:

Sim.

Victor:

Perfeito. Primeiramente, parabéns pelo resultado, e obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Eu tenho duas em relação à performance do segmento digital. Vocês vêm investindo bastante na construção do segmento digital, tanto orgânica, quanto inorganicamente, porém, o crescimento trimestral foi de apenas 2% abaixo do crescimento total do ARR, de 5%.

Como podemos enxergar esse crescimento de digital daqui para a frente? E, ainda em digital, vocês podem dar alguma cor de como está quebra entre receita recorrente e não recorrente dentro do segmento? Obrigado.

Thiago Rocha:

Obrigado, Vitor. Prazer falar com você. São duas perguntas muito interessantes. Vamos começar sobre o crescimento trimestral. Antes de falar sobre número, eu queria mais falar sobre o conceito de como a gente enxerga o crescimento do negócio Sinqia Digital. O modelo de receita das duas empresas, tanto Simply., quanto Fepweb, ele é um modelo SaaS. Um modelo SaaS que tem uma mensalidade mínima, e uma cobrança por consumo.

Então, como o consumo varia muito de trimestre a trimestre, de mês a mês, nós procuramos enxergar o crescimento desse negócio, geralmente, comparando mais com o mesmo período do ano anterior, e não exatamente com o trimestre anterior, dado que essas oscilações de consumo podem distorcer muito a conta de crescimento a curto prazo. Então, por que eu estou dizendo isso? Tivemos um trimestre especialmente bom nessas duas empresas.

No caso de Simply., um trimestre bom porque o consumo da ferramenta de *Onboarding* foi muito grande pelos clientes que fazem crédito consignado, lembrando que nos meses de abril e maio o crédito consignado teve uma flexibilização de limite pelo governo, e então o consumo explodiu. E, no caso de Fepweb, a Empresa fechou muitos novos contratos no 2T, e começou a implantar novos clientes, então a receita de implantação foi muito forte no 2T.

Então, dito tudo isso, eu acho que a nossa expectativa de crescimento para o negócio Sinqia Digital está mantida. Essas empresas vinham crescendo, praticamente, 50% ano contra ano antes da aquisição. E, eu acredito que elas vão continuar crescendo nesse mesmo patamar por um bom tempo ainda, dado que as oportunidades de *cross sell* estão começando a ser trabalhadas.

Então, eu não vejo esse crescimento do 3T como algo anormal, pelo contrário, acho que quando comparamos com os números do mesmo período do ano anterior, a expectativa está mantida e está reforçada.

Alexandre Massuda, SFA:

Bom dia. Estão me ouvindo bem?

Thiago Rocha:

Estamos sim.

Alexandre Massuda:

Bom dia. Então, primeiramente, obrigado Thiago, Leo, Bernardo. Parabéns pelos resultados, muito bom o resultado do trimestre. Eu queria que você desse mais detalhes sobre o crescimento orgânico, que vocês acabaram recuperando bem nesse trimestre, um pouco mais de cor realmente. Como é que foi isso? Foram novos contratos? Foi via *cross sell*? Quais verticais vocês cresceram? Eu gostaria de um pouco mais de detalhe. Obrigado.

Thiago Rocha:

Legal, Massuda. Obrigado pela participação e pela pergunta. O crescimento orgânico foi muito bom nesse 3T21. Eu vou falar do primeiro em termos de ARR e, como eu disse ao longo da apresentação, tivemos um crescimento orgânico de 20% contra o mesmo período do ano anterior. E esse crescimento aconteceu por conta de todos os fatores que mencionei, o volume de vendas muito bom, um *churn* muito baixo, e reajustes de inflação, que contribuíram mais dado que a inflação está mais alta.

Quando olhamos isso por negócio, temos tido um desempenho comercial muito bom, especialmente na vertical de bancos e, também, na vertical de fundos, nesse 3T21. Então isso está relativamente bem distribuído na base, tem vários contratos, são vários produtos diferentes. É muito difícil eu te dizer uma única razão que tenha justificado. Temos tantos clientes novos, como clientes que vêm de aquisições e estão se beneficiando do nosso *cross sell*.

Então, eu acho que é um crescimento assim, quando eu olho o perfil, é um crescimento bastante saudável, sustentável, bem distribuído, pouco dependente de uma iniciativa ou de outra, o que me deixa ainda mais feliz. Além do número ser bom, 20% ano contra ano, eu vejo que ele foi bom por várias razões, e não por uma única razão.

Alexandre Massuda:

Está joia. Obrigado gente. Parabéns, de novo.

Thiago Rocha:

Obrigado.

Christian Faria, Itaú BBA (via webcast):

Bom dia. Minha dúvida é em relação ao nível de despesas, principalmente, relacionado com o pessoal. Quantos funcionários a Empresa conseguiu contratar, e quanto isso representa da expectativa para o ano? Ainda devemos esperar pressões, por conta de expansão de time, olhando para frente? A segunda dúvida seria em termos de dissídio e provisão para bônus atrelado a metas. Como essas despesas têm se comportado e o que podemos esperar? Obrigado.

Thiago Rocha:

Legal. Obrigado, Cristian. Perguntas bastante interessantes. Primeiro, com relação ao crescimento do time, eu queria só voltar alguns trimestres atrás. Final de 2020, quando estávamos preparando o nosso orçamento para 2021, nós já prevíamos uma expansão do time, especialmente o time de P&D. Estou falando aqui de desenvolvedores de *software*, porque acreditávamos, e continuamos acreditando, que é importante a Empresa evoluir mais rápido em P&D.

Isso é importante para que consigamos atualizar os sistemas que vieram das últimas aquisições e integrá-los melhor. É o que queremos com isso, a médio longo, prazo, é ter um crescimento orgânico melhor, e ter um nível de margem mais alto. Essas iniciativas de P&D são importantes para que consigamos esses ganhos a médio longo, prazo.

Então nós já prevíamos essa expansão do time de P&D, só que, no começo de 2021, quando a pandemia começou a dar sinais de que ia retroceder, o nosso *turnover* aumentou. E as adições de profissionais que vínhamos fazendo eram insuficientes para que pudéssemos aumentar o quadro na velocidade que queríamos, então, o quadro cresceu menos do que nós gostaríamos no 1T21, menos do que gostaríamos no 2T21, e nós conseguimos colocar isso no trilho no 3T21.

E, por isso, você vê o aumento de custo. Olhando para frente nós esperamos outros aumentos? Não. Acreditamos que aquilo que tinha que ser feito já foi feito. A expansão de time no 3T21 foi muito grande, agora existe um momento de acomodação, de encaixe, de ganho de produtividade do time que entrou. Portanto, não acreditamos que isso deve gerar outras pressões, olhando para frente. O P&D deve seguir o crescimento da receita nos próximos trimestres.

E respondendo a sua pergunta seguinte sobre dissídio bônus, primeiro, com relação a dissídio, temos várias *datas base*, dependendo do estado. A maior parte do nosso quadro está em São Paulo, e a *data base* é janeiro. Ainda não temos visibilidade sobre como vai se comportar a negociação do dissídio coletivo, mas, dado o patamar de inflação bastante elevado, eu acho pouco provável que tenhamos um dissídio acima dos indicadores de inflação.

Mas, enfim, é só uma opinião por enquanto. Temos que aguardar a negociação coletiva para ter uma visibilidade mais concreta. Por mais que o dissídio seja, considerando que

a inflação em alta, por mais que o dissídio esperado seja igualmente alto, eu preciso lembrar que esse mesmo *turnover* que nos dificultou a ampliar o quadro, ele vai nos ajudar e nos proteger do dissídio, porque ele não vai pegar 100% da base de colaboradores, ele não vai pegar integralmente 12 meses de todos os colaboradores.

Então, eu acho que isso acaba sendo mitigado pelo *turnover*, o que é natural do nosso negócio, e o que eu quero te dizer é: não, não esperamos nenhum impacto em custo por conta da inflação, por conta de dissídio. As receitas estão corrigidas, os custos e despesas devem seguir no mesmo caminho, e isso não vai pressionar a margem.

E, por fim, com relação à provisão de bônus, a Empresa tem suas metas anuais e todos os meses ela faz um complemento ou reversão de provisão, dependendo do quanto a Empresa está atingindo seus resultados. E 2021 está sendo um ano muito bom, estamos conseguindo entregar o crescimento de receita, estamos conseguindo entregar o EBITDA, que é o gatilho das metas.

E, por essa razão, estamos fazendo os complementos de provisão para bônus. 2020 não foi tão bom assim, fizemos provisionamentos menores e, por essa razão, a despesa em 2021 é maior do que foi maior do que em 2020.

Carlos Herrera, Condor Insider (via webcast):

Dado existência de tantos *tax* bem capitalizadas, vocês têm visto uma pressão em múltiplos, ou na TIR de futuras aquisições? Além disso, vocês têm entrado em diferentes segmentos? Como vocês definiriam o foco ou *core* da Empresa? Quais segmentos novos seriam interessantes para vocês, e quais não seriam o *core*?

Thiago Rocha:

Bernardo, eu vou responder a primeira, sobre a questão das aquisições e pressão no múltiplo, e eu vou te passar para falar sobre o *core* da Empresa e estratégia. Carlos, obrigado pela pergunta. E, sobre a questão de múltiplos, nós temos visto, de fato, que o mercado teve um fluxo muito grande de dinheiro nos últimos dois anos. Muitas *tax*s recebendo aporte, mas o impacto disso no nosso negócio é muito pequeno, e na estratégia de aquisições é zero. Não temos competido por aquisições.

Eu acho que a melhor evidência, que eu posso te dar disso, é que compramos excelentes empresas nos últimos trimestres, empresas muito boas, todas elas. E, se eu puder dar um *highlight*, eu queria falar da Sinqia Digital, Simply., Fepweb, e QuiteJá, excelentes empresas crescendo super-rápido, com uma margem muito rica, e nós pagamos níveis de preço, que eu considero justos. Entendeu? Então nós não temos tido pressão por múltiplo.

A Sinqia não é uma Empresa que tem a característica de comprar a qualquer preço, pode ser que eu passe um ou dois trimestres sem fazer uma aquisição, mas eu nunca virei aqui me explicando, para você, que eu fiz uma aquisição pagando mais do que devia, isso não vai acontecer. Então estamos muito tranquilos. Com relação ao impacto na taxa de retorno das aquisições, não, nós não temos visto o impacto por conta do nível de múltiplo.

Mas, obviamente, o custo de capital de todas as empresas, e o mesmo vale para a Sinqia, aumentou com as taxas de juros, e isso faz com que sejamos um pouco mais

disciplinados na escolha dos investimentos. Mas, eu acho que o nível de geração de valor das nossas aquisições é tão grande, é tão grande, que isso não faz cosquinha. Bernardo, eu queria passar para você, agora, para falarmos um pouquinho sobre como enxergamos o nosso *core*.

Bernardo Gomes:

Obrigado, Thiago. Obrigado pela pergunta, Carlos. Acho que assim, a Sinqia é uma Empresa que atua, basicamente, no mercado financeiro, e, quando você olha o mercado financeiro, você tem que olhar de uma forma bem ampla. Todas as instituições financeiras presentes são alvos da Companhia, no sentido de entregar soluções para que elas processem os seus produtos.

Isso sempre foi o nosso foco principal, possibilitar que uma instituição financeira processe e opere seu produto da melhor maneira possível. E, mais recentemente, com as aquisições que temos feito no Sinqia Digital, além de colaborar no processamento de produtos e operações financeiras, nós temos expandido a nossa atuação para outros pontos da jornada do nosso cliente.

Acho que, como o Thiago pode explicar no *slide* que ele falou sobre a jornada, temos procurado expandir a nossa atuação auxiliando os nossos clientes na captura de clientes, na formalização de negócios, na rentabilização de negócios. Então, eu diria que, tentando responder de forma objetiva à sua pergunta, o nosso foco é mercado financeiro.

Então, é o mercado financeiro de uma forma bastante ampla, em todos os segmentos, e tentando acompanhar toda a jornada do cliente, com foco principal nos produtos no processamento dos produtos e das operações, mas, também, na maximização da jornada do cliente, no sentido de capturar e rentabilizar clientes.

Thiago Rocha:

E agora, Bernardo, eu queria passar a palavra para você fazer as considerações finais, por favor.

Bernardo Gomes:

Obrigado, Thiago. Bom, mais uma vez eu queria agradecer a presença de todos aqui nessa conferência. Reforçar a mensagem de que a Sinqia é uma Empresa que entrega aquilo que promete, vem fazendo isso há mais de oito anos como Companhia aberta e, mais especificamente no último ciclo, o qual iniciamos em 2019, e concluímos agora para dar início a mais um ciclo, nós entregamos resultados até melhores do que tínhamos prometido.

Dobramos receita, triplicamos o EBITDA, e é isso que queremos continuar fazendo nesse novo ciclo, o qual estamos iniciando agora, com essa nova capitalização. Então, muito obrigado a todos pela participação no nosso *call* de resultados. E a equipe de RI fica à disposição para qualquer dúvida adicional. Muito obrigado.

Gabi:

Obrigada. O *webinar* de resultados do 3T21 da Sinqia está encerrado.

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