

Sérgio Sérgio:

Muito bom dia a todos que estão conectados! Sejam bem-vindos à nossa videoconferência de resultados do 4º trimestre de 2022. Eu sou o Sérgio Sérgio, Head de RI e, neste trimestre, que marca o encerramento do ano, teremos uma divulgação de resultados com a presença de todos os vice-presidentes da Companhia. Aqui na mesa, hoje comigo, estão: Dennis, nosso CEO; Gustavo, vice-presidente de plataformas, Izabel, nossa vice-presidente de Recursos Humanos; Marcelo Eduardo, nosso vice-presidente de segmentos; Juliano Tubino, nosso vice-presidente de novos negócios e Alexandre Apendino, nosso vice-presidente de atendimento e relacionamento.

Nesta primeira parte vamos apresentar os destaques mais importantes sobre o resultado do último trimestre e do ano e, em seguida, como sempre, iniciaremos a sessão de Q&A com a participação de todos aqui da mesa.

Pedimos aos participantes que queiram realizar uma pergunta ao vivo que fiquem com a mão levantada, apertando o botão que está na parte inferior da plataforma Zoom. Caso prefiram enviar a pergunta por escrito, utilizem o botão "Q&A" do Zoom, que buscaremos responder também.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta videoconferência, relativas às perspectivas de negócio, projeções e metas operacionais e financeiras da TOTVS constituem-se em uma crença e premissas da Diretoria da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis. Considerações futuras não são garantia de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais podem afetar o desempenho futuro da TOTVS e podem conduzi-la a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora, passo a palavra ao Dennis, que iniciará a apresentação a partir do Slide 3 e eu volto no fim da apresentação na sessão de Q&A. Dennis, é com você.

Dennis Herszkowicz:

Obrigado Sérgio, bom dia a todos que estão participando dessa videoconferência. Espero, claro, que todos estejam super bem. Dou as boas vindas aqui pra todo o time. É um prazer estar com vocês aqui juntos.

Bom, quero começar dizendo que 2022 foi mais um ano especial para a TOTVS!

Quando começamos o planejamento para 2022, boa parte dos acontecimentos do ano passado não eram conhecidos. Ainda era um momento de euforia pela redução do impacto da pandemia, pela recuperação das principais economias, baseado nos juros mais baixos da história. O foco da maior parte das empresas e dos investidores era em crescimento de receita e ganho de *market share*. Quanto mais rápido, melhor.

Aqui na TOTVS, esse foco nos pareceu um pouco desequilibrado. Sempre tivemos um mandato duplo: crescimento de receita, sim, mas também de rentabilidade. E, quando olhamos o cenário, apesar de não sabermos exatamente o que viria pela frente, imaginamos e nos preparamos para um ano mais desafiador do que a maioria previa, tanto para o Brasil, como para o mundo. Prova dessa preparação foi o *follow-on* que realizamos em setembro de 2021.

Claro, olhando em retrospectiva, acertamos em nossa visão e, principalmente, em nossas decisões estratégicas e táticas. Com isso, a TOTVS seguiu sendo um porto seguro, com conquistas e resultados equilibrados.

Mais uma vez, esse desempenho só foi possível porque temos um time de eternos inconformados, com paixão pelo que faz, além de clientes que são mais resilientes do que a média. Por isso, eu aproveito este momento para agradecer a todos que com muito compromisso, trabalho, colaboração e dedicação, entregaram mais um ano de resultados excepcionais.

Resultados que se refletiram nos avanços e quebra de recordes deste ano, mantendo o nosso raro e especial equilíbrio entre crescimento e rentabilidade.

No mandato Crescimento, no Slide 5, o crescimento de 32% da Receita Recorrente Consolidada somado ao crescimento de 25% da receita de Techfin foram os principais impulsionadores para ultrapassarmos a marca de mais de R\$4 bilhões de receita no ano, um crescimento de 27% sobre 2021.

Se considerarmos o crescimento composto da Receita das Dimensões entre 2020 e 2022, atingimos o resultado de 19% em Gestão, 36% em Business Performance e 33% em Techfin. Resultados que são raros de encontrar até mesmo nas mais bem sucedidas *startups* e nas melhores empresas de tecnologia do mundo.

Nossa máquina de vendas continuou forte e fez a nossa receita recorrente anualizada (ARR) também romper a marca de R\$4 bilhões, com adição líquida orgânica de R\$849 milhões em 2022; considerando somente esta adição já seríamos uma das maiores empresas de software do Brasil. Aliás, só não seríamos maior do que a própria TOTVS. A maior parte desta adição está associada ao aumento de Volume de vendas, ou seja, *signings* de novos clientes, somados a *cross* e *up-sell* para clientes da base. Esse desempenho de adição resulta da combinação:

1. do NPS em níveis recordes;
2. de baixos níveis de *churn*;
3. da ampliação do portfólio de soluções;
4. do processo de migração para a nuvem;
5. da redução do TCO (*Total Cost of Ownership*) para o cliente; e, por fim
6. da evolução da produtividade e eficiência na distribuição comercial.

No Slide seguinte, no mandato de rentabilidade, o desempenho das receitas, aliado à busca pela eficiência operacional, nos permitiu seguir entregando margens saudáveis em todas as dimensões e evolução do EBITDA Ajustado que encerrou o ano em R\$960 milhões.

A Margem EBITDA Ajustada encerrou o ano em 23,8%, 100 pontos base abaixo de 2021, principalmente pelos efeitos da consolidação dos 12 meses da RD Station, operação, como todos já sabe, com momento e mandato distinto, além do impacto da alta da Selic na dimensão de Techfin.

O principal destaque no mandato rentabilidade foi a forte geração de Caixa Operacional, que superou o patamar de R\$1,2 bilhão, crescimento de 71% ano contra ano, representando 128% do EBITDA Ajustado, claro, sem deixar de realizar os investimentos necessários para a construção do ecossistema 3D.

Por fim, no gráfico à direita do slide, destacamos a importante evolução do Lucro Caixa. Crescemos mais de 71% desde 2020 e mais de 30% versus 2021, contra um crescimento da Receita Consolidada de 58% sobre 2020 e de 27% sobre 2021. Este aumento do Lucro Caixa acima do crescimento da receita comprova a nossa constante busca pela maior eficiência operacional e melhor alocação de recursos em desenvolvimento orgânicos, inorgânicos e em parcerias, durante a execução do nosso plano estratégico.

Agora, para os principais destaques da dimensão de Gestão, passo a apresentação para o Marcelo Eduardo, nosso VP de Negócios para Segmentos, no Slide 8. Marcelo, é com você.

Marcelo Cosentino:

Obrigado Dennis. Na dimensão de Gestão, eu destaco o crescimento de 21% na Receita Líquida sobre o 4T21, impulsionado tanto pelo avanço de 25% da Receita Recorrente, quanto pela taxa de renovação, que alcançou 99% no trimestre.

No trimestre contra trimestre de 25% da Receita Recorrente é reflexo principalmente do avanço de 37% da Receita de SaaS no mesmo período que, como pode ser observado no gráfico à esquerda do slide, atingiu R\$334 milhões, o que já representa mais de R\$1 bilhão em base anualizada.

Esse desempenho em SaaS é atribuído principalmente:

1. ao crescimento de 47% das nossas receitas de Cloud;
2. ao avanço de 28% de novos *signings* de SaaS;
3. aos reajustes inflacionários durante o período; e
4. à manutenção do nível de *churn* baixo ao longo do ano.

Conforme mencionado pelo Dennis, a evolução no desempenho de novos *signings* tem ocorrido em especial pelo contínuo investimento em qualidade nos produtos; simplificação dos processos de implementação das nossas soluções; e ampliação da profundidade funcional dos nossos produtos, sempre focada na melhoria de processos e/ou negócios dos nossos clientes. Esses investimentos em conjunto trouxeram e continuam trazendo efeitos muito positivos no nosso ecossistema, como por exemplo o patamar histórico do NPS (*Net Promoter Score*) e a redução do TCO (*Total Cost of Ownership*) para o cliente o que, por sua vez, amplia a competitividade do nosso portfólio, aumenta as pautas positivas com os clientes e o próprio engajamento do time comercial, para que possa a ter melhor oportunidade de trabalhar o *take rate* via *cross* ou *up-sell*.

Outro ponto importante para o aumento do Volume de vendas é a contínua evolução da distribuição comercial, conforme vamos acelerando a implementação da nossa estratégia de 3 dimensões, em conjunto com a constante integração com os times de produtos.

Passamos agora para a Receita Recorrente Anualizada (ARR), que atingiu mais de R\$3,6 bilhões, conforme mostrado no gráfico ao centro do slide, reflexo de uma adição líquida de R\$179 milhões no trimestre.

A adição líquida orgânica de ARR do 4T, mesmo com as sucessivas reduções dos índices inflacionários, se manteve estável em relação ao 3T, devido ao aumento de 8% no volume de vendas, mesmo considerando o impacto gerado pelo segundo turno da eleição presidencial e a realização da Copa do Mundo no final do ano.

A combinação de aumento no volume de vendas, redução de inflação e baixo nível de *churn*, resultou em um novo aumento da relevância do componente Volume na adição bruta de ARR dos últimos 12 meses, passando de 75% no trimestre anterior para 78% neste trimestre, patamar 16 pontos percentuais acima do 4T21.

Conforme já mencionado nos trimestres anteriores, caso os índices inflacionários sigam a tendência de queda nos próximos meses, o comportamento natural é de redução nominal da adição líquida de ARR e aumento de relevância do componente Volume.

Passando para o Slide 9, a Margem de Contribuição de Gestão atingiu o patamar de R\$488 milhões no trimestre, patamar similar ao do 3T como percentual da receita da dimensão, mesmo com os reajustes salariais que impactaram o custo com pessoal do trimestre, em decorrência dos acordos coletivos ocorridos no período, que foram quase que totalmente compensados pelo crescimento da Receita Recorrente e pelo menor patamar de provisão para perda esperada da dimensão.

No ano, a Margem de Contribuição de Gestão avançou 24% e atingiu R\$1,9 bilhão, muito por conta do crescimento de 27% da Receita Recorrente, que contribuiu para a manutenção da relação Margem de

Contribuição sobre a Receita Líquida no saudável patamar de 53,6%, mesmo nível atingido em 2021, mantendo investimentos na evolução do portfólio, alocados de forma cada vez mais eficiente, buscando equilíbrio entre crescimento e rentabilidade, como já comentado anteriormente.

Agora, passo a vez para o Tubino, que falará sobre os resultados da dimensão de Business Performance a partir do [Slide 10](#). Vai lá Tubino!

Juliano Tubino:

Obrigado Marcelo, bom dia a todos.

A Receita Líquida de Business Performance cresceu 29% ano contra ano, puxada principalmente pelo crescimento de 30% da Receita Recorrente.

Na comparação trimestre contra trimestre, o crescimento de 6,5% da Receita reflete o avanço da Adição Líquida de ARR do 3T22 e a manutenção da Taxa de Renovação em patamares superiores a 97%.

Já no 4T22, a ARR da Dimensão superou a marca recorde de R\$350 milhões, o que significa um aumento de 32% sobre o quarto trimestre do período anterior e 6,9% sobre o 3T22, com Adição Líquida recorde de ARR orgânica de R\$23 milhões, como apresentado no gráfico ao centro do slide.

Essa maior adição líquida de ARR foi impulsionada por alguns fatores. Primeiro pelo *Digital Commerce*, que teve como destaque mais uma evolução no GMV (*Gross Merchandise Volume*) dos nossos clientes, atingindo o patamar anualizado de R\$640 milhões e 155% acima do mesmo trimestre do ano passado. Também foi impactado positivamente pelo desempenho da Tail no trimestre que, mesmo tendo uma participação proporcionalmente um pouco menor no ARR total da dimensão, ela tem uma operação focada em grandes contas. Inclusive, esse crescimento da Tail, ele vem da expansão do portfólio, e uma sinergia com as outras dimensões, onde a gente consegue oferecer soluções como Tail Shoppers, que é uma plataforma SaaS de Inteligência de Dados, capaz de processar, analisar e combinar diversas fontes de dados em larga escala. Dados que já vinham da dimensão de Business Performance, navegação de internet; e dados transacionais dos nossos sistemas de Gestão, então online e offline

Por fim, vale destacar que a RD Station segue evoluindo em sua estratégia multi-produto, encerrando 2022 com aumento de mais de 43% ano contra ano na quantidade de clientes que utilizam mais de um produto em suas operações, o que já representa 25% da base de Receita Recorrente da RD.

Um ponto importante aqui é que se receita boa é Receita Recorrente, Receita Recorrente que vende mais de um produto, é ainda melhor.

Passando para o [Slide 11](#), a Margem de Contribuição de Business Performance atingiu R\$44 milhões no trimestre, 23% acima do mesmo período do ano anterior, e R\$156 milhões no ano fechado, 28% maior que em 2021. Esse aumento do valor da Margem de Contribuição, tanto no trimestre, quanto no ano, está diretamente associado ao crescimento de mais de 30% da Receita Recorrente. A redução da Margem de Contribuição como percentual da receita reflete o maior investimento em Pesquisa e Desenvolvimento no período, parte da estratégia de ampliação de escopo e de profundidade funcional do portfólio da Dimensão, sendo super importante.

Vale também lembrar que esta é uma dimensão de negócio ainda jovem, mas já lucrativa, e que tem como base a estratégia PLG (*Product Led Growth*), que naturalmente leva a uma maior alocação de investimentos em produto do que em distribuição. Com isso, a gente visa aumentar nossos diferenciais competitivos, ganhar mercado e ter uma qualidade de receita, gerar a escalabilidade no modelo SaaS, com *unit economics* bastante positivos. *Benchmark* da indústria.

Em 2023, além de continuar evoluindo na integração com as demais dimensões, também vamos avançar na integração dentro da própria dimensão de Business Performance, com a RD cumprindo o papel, idealizado quando de sua aquisição pela TOTVS, de ser o pilar principal da estratégia dessa dimensão.

Isso representa maior integração entre as operações, as soluções de CRM, de *Customer Data Platform* e de *Digital Commerce*, e o ecossistema da RD Station, de clientes e agências e parceiros, fortalecendo a construção de um portfólio de ofertas especializadas em apoiar o nosso cliente a conhecer, a se relacionar melhor com seus clientes e, claro, vender mais. Tudo isto com uma experiência única, integrada, com parceiros e tecnologia moderna, flexível que nos permita extrair todo o potencial de geração de valor dessa dimensão.

Agora, para comentar os resultados de Techfin, a partir do [Slide 12](#), passo de volta a apresentação para o Maia.

Gilsomar Maia:

Obrigado Tubino. Bom dia a todos.

A Receita de Techfin Líquida de funding apresentada no gráfico superior esquerdo do slide, cresceu 17% na comparação ano contra ano no 4T, principalmente pelo crescimento de 7,4 dias no prazo médio de Produção de Crédito e pela Produção de Crédito ter sido 3% maior, ambas as métricas influenciadas pela maior participação da agroindústria.

O crescimento trimestre contra trimestre de mais de 30% da Produção de Crédito no segmento Agro foi também um dos fatores que levaram ao crescimento de 3,8% da Receita de Techfin Líquida de Funding nesse período. Este comportamento atípico do segmento Agro levou ao aumento de 6,3 dias no prazo médio da Produção de Crédito, o que compensou a redução sazonal de 7% da Produção de Crédito, como podemos também notar no slide.

Outro fator que contribuiu para o crescimento trimestral da receita foi a queda de 5% do Custo de Funding, resultado da redução do *spread* na remuneração das cotas seniores do FIDC e da maior representatividade da carteira mantida na Supplier, como consequência do aumento da produção do agronegócio, que tem prazo mais longo e naturalmente leva um pouco mais de tempo para maturar.

Conforme observado no gráfico superior direito do slide, a Produção de crédito no acumulado do ano atingiu quase R\$11 bilhões, o que representa um crescimento composto entre 2019 e 2022 de 19%, mesmo com a pandemia e a redução dos limites de créditos a partir do 1T22, como resposta à maior inadimplência na produção que foi observada no 4T21. Importante ressaltar que parte desse crescimento também está relacionado ao avanço de *cross-sell* do produto Mais Negócios na base de clientes TOTVS ao longo de todo o ano, tendo os clientes TOTVS representado 70% dos novos afiliados em prospecção e 33% dos afiliados em implementação no 4T, mais uma vez evidenciando o potencial de venda cruzada desta solução na base de clientes TOTVS.

No gráfico central inferior, podemos observar também que a maior participação da produção no segmento Agro no terceiro e quarto trimestres refletiu no mix da carteira, levando ao aumento, tri contra tri, de 1,7% da Carteira de Crédito consolidada e de 5,8 dias no prazo médio, que encerrou o período em 60,5 dias.

Passando agora para o gráfico inferior esquerdo do slide, a gente pode observar que a alta qualidade da carteira de crédito da Supplier foi preservada, mais claramente observada quando comparada à média de inadimplência acima de 90 dias de mercado brasileiro. Já o patamar mais elevado ano contra ano reflete o maior nível de inadimplência no 1T22, como já comentei há pouco, oriunda da produção do 4T21, e pela maior Provisão para Perda Esperada no 4T22 por conta de R\$9,6 milhões de recebíveis que foram antecipados pela Supplier a um de seus afiliados do ramo atacadista de eletrônicos, que posteriormente ingressou com pedido de Recuperação Judicial no montante total de R\$595 milhões, tendo, entre os maiores credores, os bancos brasileiro como principais credores.

Vale mencionar que a totalidade do saldo em aberto deste caso, desse afiliado, está provisionada.

Agora caminhando para a conclusão dos comentários sobre Techfin no Slide 13, a Margem EBITDA de Techfin sobre a Receita de Techfin encerrou o trimestre em 24,5%, que é um decréscimo de 90 pontos base sobre o 3T22, principalmente devido ao aumento na Provisão para Perda que comentei há pouco, parcialmente compensado nas demais linhas de Despesas Operacionais de Techfin.

No acumulado do ano, a Margem EBITDA ficou em 20,4%, que são 370 pontos base abaixo de 2021, como o Dennis comentou na abertura, isso também foi pela alta da taxa Selic no período, que impacta a margem da operação pelo giro da carteira e que leva um tempo para você repassar esse aumento de taxa, enquanto as cotas do FIDC têm um aumento de remuneração imediato. Além, é claro, pelo aumento da Provisão para Perda Esperada que eu já comentei.

Vale mencionar de novo que o caso desse afiliado que eu falei há pouco, é incomum dentro do histórico da Supplier. E a Supplier segue, como a gente já comentou em oportunidades anteriores, ela vem se aprimorando na integração de dados, integração com os sistemas dos afiliados, a fim de mitigar que se tenham novas ocorrências como essas. Se desconsiderado o efeito desse caso em específico, a Margem EBITDA de Techfin ficaria em 37,2% no 4T22 e de 24,3% no ano, sendo esta última é 20 pontos base acima de 2021.

Adicionalmente, o Lucro Caixa de Techfin encerrou o ano em R\$28 milhões, que é 56% acima de 2021, devido especialmente ao crescimento de 5,6% do EBITDA e à redução da taxa efetiva da operação, decorrente do início da amortização do ágio de aquisição da Supplier.

Passo agora a apresentação para a Izabel, que vai comentar sobre os avanços em ESG e Capital Humano, no Slide 15. Bel, é com você!

Izabel Cristina Branco:

Obrigada Maia. O ano de 2022 também foi especial para a TOTVS na perspectiva de ESG e Capital Humano, temas que continuam sendo primordiais para nosso negócio e que, somados ao engajamento de todos os TOTVERs, nos fizeram novamente avançar nos três pilares neste ano.

Começando pelo pilar "E", vale o destaque para o primeiro inventário de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), abrangendo os escopos 1 e 2 da CDP. Com este movimento, obtivemos um *upgrade* no *score*, que passou de F para C- nesse ciclo. Além disso, a TOTVS passou a fazer parte do Índice Carbono Eficiente da B3 (ICO2). Por fim, seguimos utilizando energia renovável em mais de 90% da nossa operação.

Já no pilar "S", destacamos a implementação do modelo de trabalho flexível da TOTVS e os programas de cuidado e saúde mental. Nós seguimos consolidando nossos esforços na pauta de educação, contribuindo com a formação e empregabilidade de jovens em situação de vulnerabilidade social, por meio do (IOS) Instituto da Oportunidade Social e do Programa Start Tech. Também aprovamos a nossa Política de Diversidade e Inclusão, nos principais direcionamentos para o tema e lançamos o Banco de Talentos #ELASNATOTVS (Gênero) e #INCLUSAONATOTVS (PcDs), abrindo portas e criando oportunidades de inclusão no mercado de tecnologia. Por último, eu não podia deixar de destacar a conquista do Instituto da Oportunidade Social (IOS), que foi reconhecida entre as melhores ONGs do mundo pelo ranking "World 200 Top SGOs", elaborado pela organização de mídia suíça thedotgood, que avalia as organizações sociais com as melhores práticas de inovação, impacto e governança.

No pilar "G", obtivemos elevação do rating da TOTVS pela *MSCI* passando de *triple B* para *single A*. Avançamos em nosso exercício de revisão dos fatores de riscos, contemplando a análise e os critérios ESG. Por fim, destaco três reconhecimentos que recebemos ao longo de 2022: o Prêmio Employer Branding Brasil, pela nossa campanha de estágio, novamente integramos o índice GPTW da B3 e o "Troféu Transparência ANEFAC", reconhecendo a TOTVS pelo segundo ano consecutivo entre as empresas que apresentam as melhores divulgações financeiras.

Juntas, estas iniciativas e conquistas reafirmam o nosso propósito. Nós seguiremos transformando o presente e o futuro, porque acreditamos que todo mundo pode crescer e trabalhamos juntos para isso. Esta é a base da nossa Cultura, representada em seus cinco direcionadores: (i) Valorizamos gente boa que é boa gente; (ii) Somos movidos por resultados; (iii) Investimos na tecnologia que viabiliza; (iv) Construímos relações de longo prazo com nossos clientes; e (v) Quando colaboramos somos mais fortes.

Agora, volto a apresentação para o Dennis dar sua mensagem final no Slide 16 antes de iniciarmos a sessão de Q&A.

Dennis Herszkowicz:

Obrigado Bel.

Em 2022, tivemos excelentes resultados nas três dimensões.

Na dimensão de Gestão, a Receita Recorrente avançou durante todo o ano, fruto principalmente dos avanços na Receita de SaaS, que cresceu 37% e atingiu o patamar de R\$1,2 bilhão.

Em Business Performance, mantivemos o ritmo de crescimento, com destaque para a Receita Recorrente, que cresceu organicamente 31%. Aqui, nosso foco está em ampliar o portfólio de soluções, além de iniciar o processo de aceleração da integração com as outras dimensões.

Em Techfin, seguimos em forte crescimento, encerrando 2022 com a Receita Líquida de Funding crescendo 25% e ultrapassando R\$10 bilhões em Produção de Crédito. Adicionalmente, anunciamos a *Joint Venture* com o Itaú, que visa ampliar a ambição da Techfin e acelerar o desenvolvimento do portfólio de produtos financeiros, além de trazer segurança e eficiência no *funding*.

Em 2023, seguiremos focados, cada vez mais, em nos tornarmos o *trusted advisor* dos nossos clientes, através da inovação, que para a TOTVS é fazer algo novo e diferente, que agregue valor. A criação do ecossistema de 3 Dimensões é exatamente isso: uma estratégia singular, que nos permitirá ampliar a proposta de valor em um modelo dificilmente replicável, multiplicando o *addressable market* e reforçando a própria dimensão de Gestão.

Por meio da tecnologia, continuaremos trabalhando para ajudar as empresas a alavancarem seus negócios, a se tornarem cada vez mais rentáveis, crescendo suas operações e melhorando continuamente seus resultados. Pois este é o nosso propósito: melhorar o resultado das empresas, acreditar que todo mundo pode crescer e trabalhar junto para isso, ou seja, acreditar no Brasil que faz!

O DNA da TOTVS é "ser igual sendo sempre diferente". Por isso seguiremos sendo sempre iguais, com consistência e equilíbrio entre crescimento e rentabilidade e sempre diferentes, ousando e transformando a Companhia e o mercado!

Agora a gente fica disponível para a sessão de Perguntas e Respostas, que será conduzida pelo nosso Sérgio.

SESSÃO DE Q&A**Sérgio Sérgio:**

Obrigado Dennis. Pessoal lembrando as orientações do início da videoconferência, para realizar uma pergunta ao vivo fiquem com a mão levantada, apertando o botão que está na parte inferior do Zoom, que irei anunciar o nome e liberarei o áudio. Caso prefiram realizar uma pergunta escrita, também dá, utilizando o botão Q&A do Zoom que buscaremos responder também durante o bate-papo ou posteriormente via nosso time de Relações com Investidores. Tá?

Então, começando a sessão. A primeira pergunta vem do Fred Mendes do Bank of America. Fred, áudio liberado.

Fred Mendes:

Obrigado pessoal. Bom dia a todos. Obrigado por estar todos os executivos da mesa né, ajuda bastante a gente aqui nas respostas. Eu tenho duas aqui. A primeira delas é falar um pouquinho da receita de *management*. Parece que a recorrente...o tri começou bem fraco, parece mais fraco, que ele se recuperou bem aí ao longo do tri, terminando muito forte, né?!...pelo menos bem mais forte do que a gente tinha aqui em termos de *Net ARR*. Então falar um pouquinho dessa, dessa trajetória; e se para 23, quando a gente olha 23, o IDC tem mais ou menos o mesmo crescimento né 23, 22 em software, se com um cenário que a gente tem hoje, vocês veem algum motivo para alguma variação muito forte em termos de receita e *churn* para 23, desafios que a gente teve em 22. Essa é a primeira.

E a segunda chamou a atenção também aqui da gente, quando você pega a variação da dívida líquida, você gerou um caixa aí de R\$65 milhões, né, tri contra tri e dado que a gente espera uma expansão de margem 23, enfim tudo mais constantes um ano de aceleração, ainda mais, de geração de caixa também. Obrigado pessoal.

Dennis Herszkowicz:

Obrigado, Fred. prazer falar com você. Eu vou começar e obviamente o time vai complementando.

Olha, é exatamente o que você colocou o Fred. A gente começou o trimestre, o quarto trimestre um pouco mais fraco do que a gente previa, né, na verdade a gente até fechou o terceiro trimestre um pouco abaixo do que a gente gostaria, do que a gente previu. Eu lembro que a gente deu a explicação exatamente do fato da eleição, do primeiro turno, ter acontecido no último dia de setembro, né, que é o fechamento do mês, o fechamento trimestre; e depois a gente teve o segundo turno acontecendo no último dia de outubro, penúltimo dia de outubro; e essas duas coisas tiveram sim um impacto, e aí a gente teve um esforço bastante grande de execução em novembro e dezembro, e a gente conseguiu sim, em novembro, já tem uma recuperação importante, e eu posso dizer que dezembro foi um mês sensacional em termos de vendas. A gente realmente não esperava que a gente conseguisse ter o resultado de adição que nós tivemos em dezembro. Então isso nos permitiu sim uma recuperação muito importante, como vocês puderam ver, do ponto de vista numérico, ficou basicamente estável em relação ao terceiro, mas com mix de mais qualidade, porque teve um peso de volume bem maior. Se não me engano, a gente teve 8% a mais de volume no quarto em relação ao terceiro, que de novo é algo incomum e inesperado, muito positivo. O que nos leva a crer que o ano de 2023 deva ser de novo um bom ano, né? Como todos sabem, a gente já tá na metade do primeiro trimestre e a gente tem uma vantagem aqui na TOTVS, Fred, que sempre que eu tenho a oportunidade, eu passo, a gente aprendeu muitos anos atrás que quando começa o ano ao invés da gente esperar passar o carnaval para ter o nosso que *Kick off* estratégico, né, e cascatear todas as

nossas metas e os nossos direcionadores estratégicos e também a convenção de vendas que é o que dá o *start* do nosso esforço comercial, a gente aprendeu que fazer isso logo no começo de janeiro, é algo extremamente importante, né, isso energiza o time, *driva* o nosso esforço comercial, dá esse direcionamento estratégico muito claro para companhia inteira, então nós fizemos o nosso evento de *Kick off*, que se chama Rumar, e fizemos também a nossa convenção de vendas logo no começo de janeiro e isso já nos permitiu começar o ano numa rotação muito boa, o que de novo, nos leva a crer, pelo menos com as informações e a visibilidade que nós temos até aqui que o ano vai ser um ano Interessante, não só do ponto de vista de receita, né, que reflete muito do que a gente fez no ano passado, mas também do ponto de vista de vendas novas, da adição de ARR. Então estamos, eu diria confiantes, de que a gente vai ter de novo um ano bom. Sobre a geração de caixa, Maia, se você quiser complementar, por favor.

Gilsomar Maia:

Complemento sim, Dennis. Sim, Fred, a geração de caixa é do ano foi bastante forte, nós tivemos um crescimento de fluxo de caixa livre muito forte, principalmente tracionado pela geração operacional líquida de caixa teve uma avanço importante, inclusive no próprio quarto trimestre e do ano como um todo. Enfim, o negócio recorrente tem essa característica, né. Nós temos avançado bastante na recorrência ao longo dos últimos anos, em especial, isso faz com que a o capital de giro fique ainda melhor, né?...nós temos um prazo médio de recebimento bastante previsível, estável, uma pontualidade muito grande nos recebimentos e na conversão de caixa; e termina que no final do dia você tem uma operação um alto nível de receita recorrente e também de custos recorrentes, o que facilita essa gestão do capital de giro como um todo. Acho que isso é uma característica que vai ser mantida obviamente na operação para frente.

Fred Mendes:

Legal! Super Claro! Obrigado, Dennis, obrigado.

Sérgio Sérgio:

Próxima pergunta, Marcelo dos Santos, JP Morgan. Marcelo áudio liberado.

Marcelo Santos:

Bom dia a todos. Obrigado aí, por pegarem as perguntas. Eu tenho duas perguntas. A primeira tem a ver com a questão das perdas por causa da recuperação judicial de um afiliado na Supplier. Queria só entender um pouco mais a dinâmica, porque esse não é um cliente, é um afiliado, né? Eu imaginaria que as perdas viriam quando os clientes não pagam, né, porque não é você pagando afiliado, então entender um pouco melhor como que se deu essa perda para a TOTVS e também se isso estava dentro do FIDC, se estava na própria carteira da Supplier. Essa seria a primeira pergunta.

E a segunda pergunta é a relação do ARR com a receita recorrente. Quando você olha a ARR do tri anterior com a receita do próximo, a gente tem um *GAP* que tá abrindo, né, você pega, por exemplo, do terceiro tri, divide por quatro, e compara com o que veio de Receita Recorrente em Gestão, estou falando só de Gestão aqui, você tem um *GAP* que está abrindo, isso é alguma mudança nas políticas comerciais, algum

tipo de carência que vocês têm dado a mais ou talvez projetos maiores que vocês estão fazendo que demora mais para o *Go Live*, só queria entender um pouco mais essa relação. É isso!

Gilsomar Maia:

Vou começar pela Techfin, explicando um pouco melhor a questão lá do afiliado. Você tem toda razão, Marcelo, o crédito que é dado aqui pela Supplier, ele é dado sempre para o cliente do afiliado, no final do dia o afiliado, ele funciona como um canal que leva a solução da Supplier até o cliente dela. Como nós até já vemos no próprio *floating* da Supplier, o caminho natural é você ter recebível contra o cliente do afiliado, que você cede pro FIDC, que recebe normalmente do FIDC em três dias e você paga o afiliado num prazo ali, em torno de 30 dias, normalmente esse é o prazo médio geral que você tem. Então esse delta entre o prazo que eu recebo do FIDC e o que eu pago para o afiliado, em geral, me gera esse *floating* que é um *floating* positivo, saudável, que nós vemos consistentemente, o balanço da Supplier agora que é de Techfin.

Quando a gente vê esse caso em específico, isso foi incomum, eu diria, o que ocorreu foi que o afiliado fez antecipação desse recebível, isso ocorre em uma frequência baixa, até porque não é um cenário ideal para própria Supplier, né, porque senão ela pode eventualmente entrar numa situação que ela tá pagando para afiliado antes mesmo de receber do FIDC, caso o prazo seja muito curto, então como eu disse antes, o *floating* é algo positivo para a Supplier, não ter esse *floating* não é algo desejado pela Supplier. Nesse caso específico, é um afiliado, talvez não é conhecido pelo público em geral, certamente pelos bancos, aí configurando como corredores da recuperação judicial dele, é uma empresa chamada Mixtel. Esse afiliado, ele fez uma série de antecipações de vendas realizadas para os clientes, e aí o que a Supplier tem como característica, quem emite o boleto na venda é a própria Supplier, isso é um parece um detalhe pequeno, mas é bastante importante, é diferente do que você vê no mercado de FIDC em geral, onde você já pega um título emitido, o boleto já emitido, e você em cartela, aqui nesse caso aqui a Supplier, ela nessa integração com afiliado, ela já faz a emissão do boleto, o que dá para a Supplier uma segurança de que o cliente daquela nota fiscal receberá esse boleto. Então o que se detectou aqui nesse caso foi que os clientes que estavam recebendo esses boletos começaram a denunciar que não estavam reconhecendo essa compra porque eu não recebi essas mercadorias, então houve um problema de performance, a medida que a Supplier identificou que esse estoque em trânsito, vamos chamar assim, do faturamento para entrega começou a ganhar uma relevância grande, em geral você tem algum *delay* entre faturamento e a entrega efetiva da mercadoria, um lapso de alguns dias, mas a Supplier ao monitorar isso e ver que esse volume desse afiliado começou a ganhar uma relevância acima do normal, a Supplier parou de financiar as transações desse afiliado, mas ficou ali um universo de R\$16 milhões, que já havia sido faturado e antecipado, também com que dá um pouco, uma sinalização, talvez não é intenção ali por parte do afiliado, de R\$16 milhões aproximadamente, você veja que nós encerramos com R\$9,6; então nesse item houve entregas de mercadoria que foram realizados pelo afiliado aos clientes, aí na medida que o cliente recebeu a mercadoria, reconhece o boleto, reconhece a compra e liquida a compra no vencimento e a Supplier recebe o recebível dela. Agora, esse que ela antecipou e que não foi performado, o FIDC devolve, então respondendo a tua pergunta, se vai pro FIDC, sim, foi para o FIDC, mas o FIDC sempre trabalha com crédito performado, crédito não performado ele é devolvido para Supplier, a Supplier recompõe carteira ou o caixa do FIDC e ela carrega isso com ela, então aqui é uma questão de comum, um volume um pouco maior de antecipação e que a medida que a Supplier, com seus controles, identificou que o volume de vendas em trânsito estava elevado, ela stopou, parou ali o financiamento da operação, então isso mostra que a Supplier tem mais mecanismos também para identificar esse tipo de coisa, quando a gente olha para o tamanho da recuperação judicial e a magnitude que se tinha lá de R\$16 para R\$9,5; a Supplier conseguiu reduzir bastante a exposição, mas ainda remaneceram esses R\$9.6 que naturalmente a gente escolheu o caminho, até pela própria recuperação judicial do afiliado, de provisionar integralmente, tá?...então não é algo desejável, não é algo comum à operação da Supplier, você tem toda

razão, o crédito da Supplier, ele financia transações comerciais, ele financia o cliente dos afiliados, então uma base de recebíveis bastante pulverizada e que tem um histórico muito bom, inclusive tem uma parcela relevante segurada, mas é seguro de crédito, não é um seguro de performance, aqui a questão se deu na performance, em geral uma empresa quando entra numa RJ (Recuperação Judicial), ela estressa a relação dela com os bancos, com os fornecedores, em geral uma empresa que entra na RJ, ela tem também colocar nessa situação de stress a relação dela com os clientes, porque isso obviamente pode comprometer a capacidade dela de sair daquela situação de recuperação, então ela tenta preservar a relação dela com o cliente, não colocar o cliente nessa confusão. Nesse caso aqui afiliado, né, tudo mostra que ele escolheu o caminho de também colocar o cliente, os clientes dele, nessa confusão, o que é incomum, né, mas como eu disse, antes, a Supplier, pelo próprio nível de integração dela e depois desse caso que não tem precedente na história da Supplier, não que não tenha precedente de um afiliado ter entrado em recuperação judicial, são poucos, muito poucos na história da Supplier, mas o ponto aqui é de um afiliado ter operado envolvendo os clientes também no processo como esse, que é incomum no mercado em geral; e aí a Supplier, ela tem os instrumentos dela aí, como eu descrevi, que ajudam ela a identificar situações e isso inclusive gatilhou algumas divisões da Supplier, a gente tem também trabalhado junto com o time da Supplier para ajudar a Supplier, cada vez mais, usar a tecnologia ainda mais do que ela já usava, e nessa integração com os próprios sistemas de gestão do afiliado, para tentar identificar mais antecipadamente possível. E por fim também existem algumas regulamentações aí da Secretaria de Fazenda Estaduais que estão implementando uma sistemática de rastreamento da entrega, isso ainda não está obrigatório para 100% dos casos, mas a Supplier ela faz uma análise em amostragem das entregas efetivamente e agora também ela está utilizando é quando disponível essa informação na secretaria de fazenda para também monitorar a entrega. Então são os mecanismos de quem opera como a Supplier, consegue, diferente do que normalmente você vê no mercado de crédito, que a resposta é um pouco longa, mas eu acho que é bem importante a tua pergunta; e aproveitar aqui também para procurar esclarecer para todo mundo o caso específico. Eu sei que o momento do mercado de crédito bastante tenso para todo mundo, né, então, a gente viu aí o caso das Americanas e tal, algumas pessoas às vezes tentam, acho que na aflição ali, associar se é um caso similar, se tem algo a ver... não, não tem absolutamente nada a ver Americanas não é afiliado da Supplier, não tem relação com a gente, não tem absolutamente nada a ver, foi uma infelicidade, eu acho que coincidência do momento e a gente compreende, né, o incômodo aí e a aflição de todos, obviamente nem o time da Supplier, nem nós ficamos felizes, também não é esse o objetivo, mas enfim, é a realidade, a gente encara os fatos e como eu falei provisionamos, estamos organizando o processo, tentando incrementar os controles, tá?

Falando do ARR, da correlação entre o ARR e a Receita Recorrente, você tem razão, abriu um pouco mais esse GAP que estruturalmente já existe e você mesmo elencou aí vários dos motivos que justificam esse GAP, então as carências, longevidade do projeto, muitas vezes, né, o *start* do ponto de recebimento no cliente, isso é natural, como o Dennis comentou agora, há pouco, antes da gente entrar no Q&A, até mesmo na primeira pergunta, aí, nós tivemos um início de trimestre mais lento e o final foi bastante forte, trabalhamos também, como normalmente a gente trabalha, em alguns momentos pontuais do ano e Apendino que tá aqui na mesa, que a gente trabalhou com o nível de concessão de carência um pouco mais elevado também, então isso ajudou a abrir um pouco mais o GAP; e também esse *occur*, esse reconhecimento da receita mais para o final do trimestre, fez com que a produção de ARR não se traduzisse mais normalmente como ela se traduzem todos os trimestres, então isso conjuntamente fez com que abrisse um pouco mais o GAP entre a produção de ARR e a Receita Recorrente. Não sei se ficou clara a explicação.

Marcelo Santos:

Ambas foram muito boas, obrigado, Maia.

Dennis Herszkowicz:

Se eu puder complementar, Marcelo, assim, em relação a questão da Mixtel, claramente é um evento que pode ocorrer, então, inclusive esse é um motivo da gente não fazer nenhum tipo de ajuste no nosso resultado, né, a gente entende que isso realmente é parte do risco do dia a dia do negócio e portanto não demandaria nenhum tipo de ajuste nesse sentido. Agora, o fato de não demandar um ajuste de ser parte do que é o negócio, naturalmente, não significa que seja um evento recorrente, que seja um evento comum, não, não é, esse é um evento absolutamente incomum na história da Supplier e que tem as suas explicações que foram muito bem dadas pelo Maia.

Sobre essa...o GAP do ARR com a receita, além do que o Maia colocou, eu acho que é importante todo mundo ter clareza de que, óbvio, que o ARR, ele é um dado super importante como direcionador de para onde as coisas estão indo, então o ARR, a adição de ARR, vindo forte, *putz*, é um indicador poderoso de que a gente vai ter, efetivamente, trimestres seguintes, um ou dois trimestres para frente, de uma performance de receita muito boa, né, o inverso também é verdadeiro, se a gente tem uma desaceleração importante nessa adição, naturalmente, esse crescimento, ele vai diminuir, agora, não é...a adição de ARR, ela por N motivos, ela não consegue dar um nível de precisão total e absoluto dessa conversão e se a gente tentar fazer esse acompanhamento absolutamente preciso a gente vai sempre ter algum grau de problema na modelagem. Mais uma vez, como direcionador ele é absolutamente importante e correto, quando a gente tenta fazer isso no controle milimétrico do trimestre seguinte ele tem algumas imperfeições, tá?

Marcelo Santos:

Obrigado, Dennis.

Dennis Herszkowicz:

Valeu!

Sérgio Sérgio:

Então gente, próxima pergunta, Bernardo da XP. Bernardo áudio liberado.

Bernardo Guttmann:

Opa! Bom dia, pessoal. Obrigado pelo espaço aqui. Eu tenho duas perguntas. A minha primeira conectada ainda com a discussão anterior sobre o segmento de Techfin. Vocês tiveram esse aumento na PDD, super bem explicado, aí, pelo Dennis e pelo Maia, mas eu queria entender se existe algum movimento mais ativo da TOTVS, visando restringir os níveis de produção de crédito, talvez no atual contexto macro exista uma preocupação maior com a Margem de Contribuição, então como é que vocês estão lidando com esse *trade-off* entre fechar a torneira de originação versus a estabilidade da PDD. E a segunda, queria explorar um pouco mais a dinâmica de Margem Bruta na dimensão de Gestão, olhando para frente. A migração de clientes tradicionais para Cloud, acho que tende a ser um driver, mas se vocês puderem dar um pouco mais de cor sobre o potencial de migração aqui e quais são as outras alavancas aí para expansão. Obrigado.

Dennis Herszkowicz:

Maravilha, obrigado. Eu vou começar por essa dicotomia, aí, de fechar torneira versus crescimento em Techfin e passo depois para o Gustavo falar um pouquinho de migração de Cloud. Olha para nós, a gente, como falou desde o começo, a gente tem a clareza e sempre teve a clareza em todas as nossas dimensões, e em particular em Techfin, que a gente tem que ter o crescimento com a rentabilidade. E no caso de Techfin, em particular, eu sempre me lembro quando a gente anunciou a compra da Supplier lá em final de 2019, a primeira reunião com investidores, ainda era um momento de euforia de mercado, principalmente de euforia em um serviço financeiros, né, em Fintech, eu me lembro perfeitamente que uma das perguntas foi: “vem cá, tudo bem, a Supplier tá crescendo aí 20%, 30% ao ano, quando que a gente vai acelerar isso para sei lá 80%, 100% de crescimento?” E eu respondi: Nunca. E foi meio que um choque, né, o mercado, os analistas e os investidores... por quê?... Esse é um negócio de crédito e o negócio de crédito você não consegue crescer de maneira responsável e sustentável dessa maneira, crescer o crédito, dar dinheiro é muito fácil, ainda mais numa situação como essa, o difícil obviamente é você receber depois esse crédito de volta; e eu acho que essa é a grande especialidade que a Supplier tem e que a nossa unidade de Techfin tem, é uma habilidade de mais de duas décadas em conseguir um *track record* de perdas absolutamente incomparável, né? Então, nesse momento eu não vejo essa dicotomia, a Companhia continua operando com as torneiras abertas no nível apropriado, mesmo esse caso da Mixtel, como a gente falou, é um caso isolado, né, que não tem nada a ver especificamente com a torneira estar mais aberta ou mais fechada. Na nossa visão, a maneira correta de olhar, é exatamente pegar o nível de perdas ao longo do ano; e ao longo do ano esse nível de perdas está absolutamente dentro do histórico que segue nos dando a habilidade de manter as torneiras equilibradas para esse nível de crescimento. Claro, que se o mercado melhorar, se a taxa de juros nominal descer, as condições de crédito tendem a ficar melhores e muito provavelmente as oportunidades, elas vão até aumentar, mas a gente continua vendo um mercado, eu diria positivo, adequado para as perspectivas de crescimento e de rentabilidade de Techfin.

Gilsomar Maia:

Se eu puder complementar só nessa questão ainda dos limites, no caso da Supplier, nós até mencionamos isso algumas vezes no Earnings Release, que no início do ano passado, a Supplier, sim, promoveu uma redução, Bernardo, de limites, que percebeu-se que, entre aspas, na saída da pandemia ali no final de 2021, os limites precisariam ser ajustado e não tinha sido, então rapidamente ao identificar isso, acho que o giro da carteira ser rápido, né, abaixo de 60 dias, dá essa agilidade para a Supplier identificar a situação e corrigiu rapidamente os limites e estancou rapidamente a situação. Então, por que que eu estou mencionando isso? Porque ao longo do ano de 2022, sim, a Supplier trabalhou com limites mais estreitos, comparativamente a 2021. Então mesmo quando nós pegamos a produção da Supplier no 4T22 e comparamos ao 4T21, nós estamos comparando produções, mesmo 22 sendo maior que 21, nós estamos comparando com torneiras abertas em gradações diferentes, tá, o que para mim ainda é algo que valoriza ainda mais a produção que a Supplier é capaz de gerar nesse ano de 22, porque ela trabalhou com um grau de restrição maior do que ela trabalhou ao longo de 21. Então só queria adicionar esse comentário.

Gustavo Bastos:

Perfeito! Falando um pouquinho de Cloud, né, acho que são tem alguns pontos bastante importantes para a gente, conceitualmente tratar. pPrimeiro que a gente ainda tem uma parcela significativa dos clientes que não aderiram, até se a gente olhar para a quantidade de segmentos de produtos que a TOTVS tem, são níveis de maturidade muito diferentes entre esses mercados. Então a gente acredita, né, e tá se

preparando bastante para, né, acomodar um potencial ainda grande, né, de clientes trazendo isso para perto. Outro ponto bastante relevante nessa tese é que a gente tem que lembrar que o nosso esforço de nuvem é um esforço com um propósito muito claro, é um propósito de personalizar a experiência dos clientes em nuvem nas nossas soluções, né, a gente inclusive tem também ampliado algumas cargas genéricas de nuvem, mas muito no intuito de complementar o cenário de soluções TOTVS que o cliente tem na casa dele, então o que acontece no final das contas é a gente dá uma experiência muito personalizada, né, o T-Cloud, que a gente comentou que o mercado em alguns momentos é de permitir que o cliente usufrua de maneira bastante profunda das nossas soluções, permitir que o cliente tenha algumas garantias que quando ele faz por si, muitas vezes, ele nem tem capacidade de fazer isso, né, o tema de segurança é um exemplo, né, clássico disso, né, se você pegar uma empresa tipicamente SMB, dificilmente ela vai ter a capacidade de fazer o investimento em segurança necessário para se preparar para o cenário que nós temos hoje no mercado; e quando a gente vem para nossa realidade conhecendo os nossos produtos a partir dos bastidores conhecendo o tipo experiência dos clientes a gente consegue dar esse nível de conforto e segurança; e ajudar o cliente a ter uma presença de nuvem muito mais facilitada, né, esse passo que é um passo super importante para as empresas, ele acontecer de uma maneira muito mais segura controlada e dando conforto que ele precisa. Então esses são dois aspectos, conceitualmente, bastante importantes. E disso, a gente acaba derivando alguns colaterais também positivos. À medida que o cliente está mais perto de nós, quando ele está usando o nosso T-Cloud, usando a nossa nuvem, outros temas também passam a fazer mais sentido para ele conosco, seja ampliação de uso e soluções, seja trazer soluções novas do portfólio sendo, né, implementadas de uma maneira mais rápida, né, a gente citou aqui, de maneira generalizada, o fato diminuição do custo total de propriedade parte disso tem inclusive tá simplificação de ativação de soluções, simplificação da evolução do ciclo de vida desses produtos, que estar conosco, com o nosso Cloud acaba, né, facilitando o processo e se tornando uma vantagem muito clara para os clientes. Então esses pontos principalmente, né, e aí tem algumas minúcias e tecniquês que eu não vou entrar, né, são aspectos que nos ajudam a garantir, né, o crescimento que a gente tem apresentado e continuarmos confiantes de que ainda tem um espaço importante a ser preenchido, especialmente na base clientes TOTVS que é o nosso principal foco.

Bernardo Guttmann:

Ficou super claro. Obrigado pessoal.

Sérgio Sérgio:

Bom, nossa próxima pergunta vem do Thiago do Banco Itaú. Thiago áudio liberado.

Thiago Kapulskis:

Pessoal, bom dia. Obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Eu acho que a maior parte das perguntas importantes já foi, mas eu tenho duas aqui do meu lado, tentando explorar assuntos diferentes. Acho que uma que não dá para deixar te perguntar é M&A, teve essa entrevista do Dennis na imprensa umas três semanas atrás e o jornalista até colocou no título da matéria, né, que a TOTVS está com caixa forte, aí para fazer M&A, etc., que está olhando muita coisa, enfim, mas acho que isso criou, pelo menos a gente tem recebido aqui muita pergunta disso, talvez uma certa ansiedade até, aí de muita gente do mercado para alguma coisa, mas acho que se vocês pudessem dar um *update* disso, se a gente pode esperar alguma coisa esse ano, curto prazo, no quê exatamente, onde que tem coisas mais interessantes.

Qualquer informação aqui dentro disso é interessante de ouvir, o que que vocês estão olhando e potenciais coisas que possam aparecer.

A outra pergunta que eu tenho em relação a RD, né, acho que é um assunto que foi pouco explorado, mas a gente está vendo a ARR vindo bem, né, e óbvio que vocês tem todo o projeto para colocar, "crosselar" em cima da base etc., mas eu queria ouvir se um pouco dessa reflexão do ARR melhor já tem a história do *cross sell* no *core*, né, de vocês, de clientes ou se é mais mesmo uma expansão em cima do que já é RD, enfim, se puder dar um pouco de cor desse desempenho acho que ajuda bastante. Obrigado.

Dennis Herszkowicz:

Obrigado, Tiago. Agora já te dou boa tarde, você falou bom dia, era 11:59, meio-dia e um agora, já boa tarde.

Bom, sobre M&A, o que eu posso dizer é que sim, a gente se preparou, né, para estar nesse momento com um balanço robusto, com uma posição de caixa avantajada, então sim, M&A segue muito forte na pauta. Agora, dito isso, se tem uma coisa que a gente não está é ansioso, né, e eu considero isso algo absolutamente essencial quando você está executando uma estratégia de M&A. Tudo que a gente não pode é estar ansioso, porque essa ansiedade no M&A, ela acaba gerando normalmente afobação, e afobação se traduz em erro, né, ou você vai comprar o que você não deve ou você vai pagar o que você não devia. E é isso que a gente obviamente não quer, então, a gente está seguindo aqui adiante, com dezenas de potenciais alvos, em estágios diferentes, óbvio de evolução, né, mas com muita calma, muita disciplina. A gente sabe que o mercado, nesse momento, está jogando a cada dia um pouco mais a nosso favor, na medida em que a gente segue com uma posição de balanço muito boa e uma rentabilidade que vai melhorando cada vez mais essa situação, enquanto que boa parte das empresas, boa parte dos alvos tem experimentado uma deterioração da sua posição de balanço, né, então, a gente está muito tranquilo nesse sentido. Agora tendo uma ideia temporal, sim, é de se imaginar que a gente tenha novas transações acontecendo em 2023. Se vai acontecer no primeiro trimestre, no segundo, no terceiro ou no quarto, impossível dizer, depende de nós e depende do outro lado também, mas que a gente vai ter novidades ao longo de 2023 é algo bastante provável. Para fechar em termos de focos, né, a gente, eu posso dizer onde a gente não tem olhado com muita intensidade que é em Techfin, a *JV* nesse momento o foco da nossa atenção, né, e a própria *JV* vai ter a sua capacidade de M&A, então não estamos olhando com muita intensidade Techfin. Agora quando a gente fala de Gestão e de Business Performance aí realmente nós temos um volume, uma quantidade de oportunidades, uma diversidade de temas e de tamanhos muito grande, então eu não consigo dar um caminho mais estreito, mas Gestão e Business Performance é onde a gente está olhando. Para falar um pouco de RD, obviamente vou pedir para o Tubino falar um pouquinho.

Juliano Tubino:

Maravilha! Obrigado, Dennis. Eu vou tentar ser bem sucinto aqui, ilustrando, acho que as duas principais pilares que esperar para o próximo ano, né. A gente está no processo de construção dessa dimensão, obviamente, o maior ativo em todos os sentidos, seja em tamanho de receita, crescimento, mas principalmente ecossistema RD, mas a gente deve ver uma integração cada vez maior de todos os outros *capabilities* que a gente já tem, que a gente tem buscado, né, usando a RD realmente como esse centro orbital. Em termos de *capabilities* e voltando ao ponto de que a gente está em construção, a gente vai continuar trazendo *capabilities*, sejam eles *capabilities* de *e-commerce*, de *social*, de *CX*, de vendas, é que por si só *stand alone*, né, eles representem bons negócios, que sejam alinhados com a nossa estratégia, mas a gente começa a ter, entrando já no segundo ano de construção de Business Performance, um nível de sinergia muito grande em alguns desses *capabilities* já dentro do ecossistema da RD, então o

crescimento apresentado em 22, de mais de 30%, ele foi composto, esse ano, né, por alguns crescimento de triplo dígito, seja do CRM, né, que agora começa a ser acoplado e contribuiu para a gente ter 25% da receita da RD já em multi produto, né, seja a recente Tallos em *conversational*, né, que vem apresentando também o crescimento bastante acelerado, então eu acho que junta um pouco das duas coisas que o Dennis comentou, é uma ausência total, né, de ansiedade, tanto para trazer novos *capabilities*, quanto para, obrigatoriamente, buscar essa sinergia e esse *pace*, né, de entender qual o *capability* que vai ter sinergia, seja por distribuição, seja por *package* de modelo comercial, seja por aderência de tecnologia, é o que tem ajudado a gente a ter esse resultado de ir integrando essas peças aos poucos. Então acho que tem esses dois lados, né, a gente vai continuar sim completando o que a gente interamente chama da nossa mandala, do nosso portfólio de produtos, soluções olhando a qualidade desses *business stand-alone*, não, obrigatoriamente medindo sinergia, mas em paralelo, a gente já está num nível bastante avançado, já entrando no segundo ano de como fazer esses encaixes e fazer um mais um ser 11, né, e a gente ter essa completude maior.

Thiago Kapulskis:

Se puder só fazer um *follow-up* rápido, Dennis, você tinha comentado sobreviver a *JV*, alguma novidade sobre a aprovação do BC, *timeline*, alguma coisa?

Dennis Herszkowicz:

Infelizmente não. Infelizmente não, a gente já falou sobre isso, o CADE ele tem por regra, ele tem lá um *time frame* que ele tem que seguir, né, e todo mundo acaba tendo uma certa visibilidade disso. No caso do Banco Central, infelizmente, não existe esse *time frame*, então fica realmente algo muito imprevisível. A gente sabe que agora que o mês de janeiro terminou, normalmente, o ritmo de trabalho volta ao normal e a gente espera que conforme a fila vai limpando, né, lembrando que o BC ficou em greve lá por um período do ano passado, conforme essa fila vai sendo limpa, provavelmente o nosso processo que é um processo, em teoria, muito simples, né, ele vai aparecer e a gente vai ter a devida aprovação, mas até lá infelizmente a gente tem que aguardar. Por outro lado, até pegando a oportunidade eu acho que é bem legal de dizer que como o CADE já aprovou, sem restrições, a gente tá com liberdade total e absoluta de trabalho e de planejamento das coisas, então o fato do BC não estar ainda aprovando, não quer dizer que nós estamos aqui de braços cruzados, muito pelo contrário, o trabalho, ele já vem andando em ritmo acelerado, então definição de estrutura organizacional, nomes, remuneração dos times, formato dessa remuneração, *roadmap* de produtos, *budget*, mecanismos gerenciais que nos permitam fazer investimentos antecipados, ou seja, tem aí já uma infinidade de coisas que vem sendo feitas, né, e aí o que a comparação que eu fazia é mais ou menos assim, se a coisa, se o CADE ainda não tivesse aprovado, talvez a gente estaria numa situação onde, no momento do *closing*, a gente estaria largando dos boxes, né, na medida em que a gente tá tendo essa oportunidade de trabalhar a gente tem a possibilidade de não largar mais dos boxes e sim é do grid de largada, não quer dizer que a gente vai largar na *pole position*, obviamente, né, mas pelo menos a gente vai estar largando do grid e não dos boxes.

Thiago Kapulskis:

Super claro. Obrigado de novo pelas respostas, pessoal.

Sérgio Sérgio:

Legal gente! Antes de partir aqui para a última pergunta, só reforçando, né, que eventualmente, perguntas que foram enviadas que a gente não endereçou durante a sessão, ou seja, o time de RI vai procurar endereçar aí para outros canais, entrando em contato de forma direta, tá?

Então, a última pergunta de hoje, Dennis, vem do André Sales do UBS. André, áudio liberado aí.

Andre Salles:

Obrigado, Sérgio. Primeiramente dá bom dia aqui, na verdade boa tarde já, né, a todos obrigado pelo tempo de todos, apresentação e pelo espaço para fazer pergunta, tenho duas. A primeira é um pouquinho mais específica no segmento de Gestão, mais voltado para o Modelo Corporativo, né, historicamente tem uma sazonalidade ali no primeiro trimestre todo ano, se vocês puderem dividir um pouquinho com a gente como é que vocês estão vendo a performance desse modelo, comparativamente com que a gente viu em 2022. E a segunda pergunta é mais específica em balanço tá? A gente viu uma variação de mais ou menos uns R\$160 milhões tri a tri na linha de intangível, né, que apesar de ser pequena para o tamanho da empresa como um todo, ela vem muito por conta de uma queda de 40% no intangível da Techfin, você podia dar um pouquinho mais de cor no que provocou essa variação no intangível dessa dimensão. Obrigado.

Dennis Herszkowicz:

Obrigado você. Eu vou começar aqui no Corporativo e obviamente passo para o Maia para falar do Balanço. Olha o Corporativo, ele é um modelo super inteligente e super complementar para o que a gente tem aqui, né, ele nos dá oportunidade de capturar em um determinados grupos de clientes o avanço desses clientes, né, principalmente do ponto de vista de receita, então ele gera uma complementariedade para os outros modelos de cobrança que a gente tem, bem interessante, e muitas vezes para o próprio cliente ele é um modelo bastante vantajoso. Em relação a esse ano o que eu posso dizer é que até aqui a gente vê uma dinâmica positiva em relação ao Corporativo, tá, por motivos óbvios a gente não consegue dar muito mais cor, muito mais visibilidade do que isso, mas eu diria que a gente começou o ano de uma maneira positiva nesse tema tá? Maia.

Gilsomar Maia:

Em relação ao balanço, o intagível, ele está diretamente ligado ao ágio da aquisição da Supplier, que o Dennis comentou um pouco antes, na pergunta do Tiago, relativo à aprovação da JV com o Itaú, um dos exemplos também que nós não estamos parado, toda reorganização societária, preparação da Techfin como empresa, para o ingresso do Itaú na sociedade conosco, foi realizado, os ativos foram aportados na empresa, entre eles a própria Supplier inclusive, as pessoas da equipe de Techfin já foram transferidas da TOTVS para a empresa Techfin, todo esse arranjo, ele foi já realizado e nessa transição o ágio da Supplier que saiu da TOTVS e foi para dentro da Techfin, essa saída do ágio da TOTVS para dentro da Techfin tem uma regra contábil, até pela própria CVM que você tem que baixar o ágio, aquele que fica sem ser amortizado no balanço contábil, ele tem que ser baixado, isso é baixado contra patrimônio, por isso que você viu essa essa variação nos intangíveis aí, André.

Dennis Herszkowicz:

Só para ficar claro, a gente não tem nenhum tipo de perda do ponto de vista fiscal para nós.

Gilsomar Maia:

É um tratamento estritamente contábil, tem regra da CVM, como o ágio, ele migrou da própria TOTVS para dentro com a Supplier, nessa passagem da TOTVS para a Techfin, essa porção do ágio, que é a porção do preço não alocado de aquisição, ela tem que ser baixada.

Andre Salles:

Beleza, ficou super clara a explicação. Obrigado.

Sérgio Sérgio:

Legal, gente. Encerrando aqui a sessão de perguntas e respostas, passo a palavra para o Dennis, para as mensagens finais.

Dennis Herszkowicz:

Maravilha, Sérgio, obrigado. Vamos lá! Pode ir passando o texto aí pessoal.

Eu acho que o encerramento que eu queria fazer, mais uma vez, agradecer para todo mundo, a gente teve mais um ano, aliás todos os anos são assim, né, um ano desafiador um ano de situações que não eram previstas, e mais uma vez a gente conseguiu ter um ano extremamente importante de muita conquista, então, mais uma vez agradecer a cada um dos *stakeholders* da TOTVS, desde os TOTVERs, passando pelos clientes, pelos nossos parceiros, todos tiveram o seu dedo de contribuição dentro desse nosso resultado e queria também lembrar, mais uma vez, o que a Bel trouxe na fala dela, a gente fez um ajuste dos nossos direcionadores de cultura e a gente trouxe um elemento novo nesses direcionadores, que já eram elemento muito vivo no dia a dia da Companhia, mas que não estava ainda reconhecido formalmente dentro da cultura, que é o direcionador do resultado, né, e acho que é fundamental dizer que apesar de a gente ser fanático pelo resultado, a gente não é fanático pelo resultado de qualquer jeito, a qualquer preço, a gente vai continuar sendo fanático pelo resultado correto, pelo resultado sustentável, pelo resultado equilibrado e é isso que vocês podem e devem sempre cobrar de nós. Então pessoal, obrigado de novo, ótimo carnaval aí para todo mundo que vai aproveitar. Vocês fiquem bem. Tchau, tchau.