
Sérgio Sério:

Bom dia a todos! Sejam muito bem-vindos à nossa videoconferência de resultados do terceiro trimestre de 2023. Eu sou o Sérgio Sério, Head de RI, e estão aqui comigo o nosso CEO, Dennis, nosso CFO Maia, e o Apendino, Vice Presidente de Atendimento e Relacionamento.

Como de costume, vamos apresentar nesta primeira parte os destaques mais importantes sobre o resultado do último trimestre e, em seguida, teremos a sessão de Perguntas e Respostas.

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 também buscaremos responder aqui ao vivo ou posteriormente via nosso time de RI.

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 crenças 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, o Dennis dará início à videoconferência a partir do slide 3 e eu voltarei ao final para a sessão de perguntas e respostas.

Dennis, é com você.

Dennis Herszkowicz:

Obrigado Sérgio. Bom dia a todos que estão com a gente nesta videoconferência.

Antes de falar sobre os resultados, eu quero dar publicamente as boas vindas à Vivian Broge, que se juntou a nós na vice-presidência de RH e Marketing; e também ao Gustavo Avelar, que está conosco na nova vice-presidência de Jornada do Cliente.

No RH e Marketing, a Vivian terá o papel de contribuir para a contínua evolução dos pilares de cultura e de pessoas, como também da marca TOTVS, para clientes, TOTVERs e com todos os demais *stakeholders*.

Já com a vice-presidência de Jornada do Cliente, a gente dá um passo importante na execução da nossa estratégia 3D, na qual o Avelar será responsável por pilotar a jornada dos clientes nas 3 dimensões de negócio, liderando o desenho e a implementação de ofertas *cross* dimensões.

Também tivemos a aquisição da franquia TOTVS IP, que é parte do processo contínuo de balanceamento entre a atuação direta e por meio de canais nas diferentes regiões do país, visando acelerar e otimizar a captura do potencial de crescimento das 3 dimensões de negócio. Aqui é importante reiterar que as franquias continuam sendo fundamentais para a estratégia da TOTVS e seguirão conosco, como sempre seguiram.

Por fim, ontem à noite anunciamos um novo programa de recompra de 18 milhões de ações, correspondente a cerca de 3,5% do *free-float*. Este movimento tem como principal objetivo maximizar o retorno do acionista. Considerando a forte geração de caixa e a solidez da nossa atual posição de caixa, temos confiança que esse programa de recompra promoverá uma alocação eficiente de capital, sem comprometer a capacidade de executar o extenso *pipeline* de M&A da Companhia.

Agora, dando início aos comentários sobre o resultado, digo que o terceiro trimestre foi muito bom. Tivemos avanços em todos os indicadores, mesmo em comparação a períodos anteriores de forte desempenho, como comentaremos a partir do slide 4.

É importante destacar que, a partir deste trimestre e de forma comparativa pro-forma, nossos números consolidados passam a contar com 50% dos resultados de Techfin.

Como podemos observar nos gráficos, seguimos evoluindo nossos resultados sem perder o equilíbrio de crescimento com rentabilidade. Esse equilíbrio também acontece nas dimensões; onde passamos a compartilhar as margens EBITDA das dimensões de Gestão e de Business Performance, que serão comentadas mais adiante.

Com relação ao crescimento, a Receita Líquida Consolidada avançou 19% ano contra ano e 8,2% trimestre contra trimestre, atingindo o patamar de R\$1,2 bilhão, mesmo com o IGP-M acumulado de 12 meses no negativo há vários meses, o que reflete o excelente desempenho que tivemos nas 3 dimensões.

Com relação à rentabilidade, o EBITDA Ajustado encerrou o trimestre em R\$295 milhões, com a Margem EBITDA de 24,5%, o que representa 130 pontos base acima do segundo trimestre.

Os destaques aqui ficaram para o EBITDA de Gestão e para a forte recuperação de Techfin que, além de fechar o trimestre com EBITDA positivo, apresentou crescimento ano contra ano. Vale ainda mencionar que geramos R\$380 milhões de Caixa Operacional neste trimestre, o que levou a relação dessa métrica sobre EBITDA a 134%! O Lucro Caixa encerrou o trimestre em R\$215 milhões, o que é 62% acima do 2T23 e 29% acima do 3T22.

Essa foi uma performance especial, que coloca a TOTVS em uma posição diferenciada, nos permitindo continuar a investir na construção de vantagens competitivas, para capturar as oportunidades de um mercado de tecnologia no Brasil, que segue se expandindo em uma dinâmica positiva.

Agora, passo a apresentação para o Apendino falar sobre os resultados da dimensão de Gestão, a partir do slide 5. Vai lá Apendino!

Alexandre Apendino:

Obrigado Dennis e bom dia a todos. A dimensão de Gestão teve mais um trimestre consistente, com 16% de avanço na Receita Líquida ano contra ano.

Esse desempenho veio principalmente da Receita Recorrente que cresceu 18% no mesmo período e representou 86% da receita da dimensão, tendo como destaques o crescimento: (i) de 34% da Receita de Cloud e (ii) dos novos *signings* de SaaS.

A ARR de Gestão encerrou o trimestre em mais de R\$4,1 bilhões, com adição líquida orgânica de R\$147 milhões, que reflete principalmente o forte Volume de vendas que temos mantido, tanto nos *signings* na base, quanto junto a novos clientes.

A combinação desse desempenho de vendas com a forte redução da inflação levou a representatividade do componente Volume de 85% para 88% neste trimestre. Ainda cabe destacar a manutenção da Taxa de Renovação acima de 98%, além do aumento da relação entre a Receita Recorrente e a ARR, que passou de 87,1% para 88,1% neste trimestre.

Indo agora para o slide 6, o EBITDA Ajustado encerrou o trimestre em R\$276 milhões, o que representa um crescimento de 18%, um aumento de 40 pontos base ano contra ano na Margem, que atingiu 26,6%, como consequência principalmente da expansão de 18% ano contra ano da Receita Recorrente.

No acumulado de 9 meses, a Margem EBITDA chegou a 26,8%, o que é um dos maiores patamares da nossa série histórica. O maior EBITDA desde que eu entrei na TOTVS, em 2013. Bacana isso!

Para finalizar, quero reiterar que seguimos focados em municiar nossa rede de distribuição com inteligência de dados por meio da nossa plataforma Empodera e também em reduzir o TCO (*Total Cost of Ownership*), seja por meio da maior aderência de nossas soluções às necessidades de nossos clientes, ou por meio de implementações remotas e com compartilhamento de recursos entre nossas operações.

Acredito que, com ações como essas, podemos ser cada vez mais capazes de ampliar nossa base de recorrência. Nesse sentido, a consolidação realizada por parte de nossas franquias e a constante busca pelo ótimo balanceamento entre operações próprias e operações franqueadas têm sido muito importantes para apoiar nosso crescimento.

Passo agora a apresentação ao Maia, para ele comentar sobre os resultados de Business Performance e de Techfin a partir do slide 7. Maia, é contigo!

Gilsomar Maia:

Obrigado Apendino. Bom dia a todos.

Começando por Business Performance, a Receita Líquida da dimensão cresceu 38% ano contra ano e 14% trimestre contra trimestre. Esse forte aumento de receita está diretamente ligado à evolução da ARR que chegou a R\$462 milhões, o que representa um crescimento de 6% sobre o 2T23 e de 40% sobre o 3T22. Mais uma vez, as vendas de CRM e de "*conversational*" cresceram significativamente acima da média da dimensão e estão materializando a transição da estratégia da RD Station de mono produto para multiproduto.

Como apresentado no gráfico à direita do slide, quando desconsiderada a Tail, que não é parte dessa *stack multiproduct* da RD Station, a adição líquida orgânica da dimensão somou R\$34 milhões no trimestre, o que é o maior montante da série histórica da dimensão de Business Performance.

Como já mencionado em trimestres anteriores, a Tail é uma operação ainda concentrada em grandes contas, o que traz mais volatilidade a seus resultados, além de seu *go-to-market* ser mais parecido com o de Gestão. Por isso, estamos reavaliando o melhor posicionamento estratégico para a Tail na nossa operação.

Passando agora para o slide 8, podemos constatar que, mesmo crescendo em ritmo acelerado e tendo adicionado operações ainda deficitárias, essa dimensão é e tem sido um negócio lucrativo, o que é algo incomum no ainda fragmentado mercado brasileiro de Business Performance.

Nesse contexto, a TOTVS já é um dos principais *players* e cada vez mais vem se diferenciando ao construir na RD Station uma *stack multiproduct* completa, para atender às necessidades de digitalização do SMB.

Agora, vou comentar sobre os resultados da dimensão Techfin, a partir do slide 9.

Antes de mais nada, é importante lembrar a estrutura e a dinâmica desta dimensão após o *closing* da *Joint Venture*. Como apresentado na divulgação de resultados do segundo trimestre, a dimensão Techfin é formada por dois negócios com características e maturidades distintas:

(i) O primeiro deles é formado pela Supplier, empresa com 20 anos de atuação sob um modelo de negócios consistente, de baixa exposição ao risco de crédito e de alta rentabilidade. No entanto, seu principal custo é naturalmente o de *funding*, cujo prazo médio tem sido superior ao de sua carteira de crédito, que é inferior a um trimestre. Por um lado, isso é muito positivo, pois reduz estruturalmente o risco de liquidez da operação. Por outro lado, oscilações na originação de crédito, inclusive por questões de sazonalidade, podem resultar em variações de rentabilidade, uma vez que o custo de *funding* para um trimestre "já está dado". Como veremos a seguir, com a JV, já há uma importante melhora nesta dinâmica entre a originação de carteira e do *funding*, uma vez que a disponibilidade de *funding* aumentou significativamente, o que permite aumentar, ter uma gestão de caixa mais eficiente e conseqüentemente um custo final de funding menor.

(ii) o segundo negócio é o que chamamos de operação Techfin orgânica, ou seja, aquela construída originalmente dentro da TOTVS, que tem aproximadamente 3 anos de vida, um *addressable market* enorme, na qual estamos construindo diferenciais competitivos únicos com os investimentos para a criação de um portfólio muito mais amplo na JV.

Compreender esta dinâmica é fundamental para o total entendimento da dimensão. Dito isso, vamos para os resultados.

Primeiro, a Receita de Techfin Líquida de Funding cresceu 106% trimestre contra trimestre e 35% ano contra ano. Esse aumento foi impulsionado pelo avanço de 53% da Receita de Techfin, juntamente com a redução de 7,5% no Custo de *Funding*.

Esse forte desempenho de Receita está associado à produção de crédito que avançou 16% trimestre contra trimestre, que está ligado principalmente ao segmento do Agronegócio, que elevou o prazo médio da produção em aproximadamente 11 dias, frente ao 2T23 e em aproximadamente 4 dias frente ao terceiro trimestre de 22.

Já a redução no Custo de Funding está principalmente associada a alguns benefícios já obtidos pela JV, sendo eles: (i) como apresentado no gráfico ao centro inferior do slide, maior proporção da Carteira carregada na Supplier, utilizando mecanismos próprios de funding, com custo menor que o do FIDC; e (ii) maior eficiência na utilização do caixa da Supplier e do FIDC, como apresentado no gráfico no canto inferior esquerdo do slide.

Falando agora sobre inadimplência, todas as faixas de atraso da carteira de 1 a 90 dias apresentaram redução. Este comportamento de baixos níveis de inadimplência de 30 a 90 dias já vem sendo reforçado em trimestres anteriores, o que resultou neste trimestre em uma redução de 30 pontos base na inadimplência acima de 90 dias.

Aliás, podemos notar no gráfico no canto direito do slide que o aumento da inadimplência geral do crédito do sistema financeiro junto principalmente às Micro, Pequenas e Médias empresas teve impacto reduzido na operação da Supplier, visto que a diferença entre a Média de inadimplência do Brasil nesse segmento e a da Supplier passou de 200 pontos base no 2T para 240 pontos base no 3T.

Passando agora para o slide 10, o EBITDA de Techfin encerrou o trimestre em R\$24,2 milhões, um crescimento de 31% ano contra ano e revertendo o EBITDA negativo do trimestre anterior.

Esse avanço, tanto no ano contra ano, quanto no trimestre contra trimestre, se deu pelo desempenho, principalmente da Supplier, que saiu da margem EBITDA de 17,4% no 2T23 para 43,8% no 3T23, como apresentado no gráfico.

Relembrando, que no 2T23, além da sazonalidade do agro, tivemos uma oscilação negativa, principalmente, do segmento siderúrgico, que somado ao ambiente ainda negativo do mercado de crédito B2B, reduziu a produção e, por consequência, a rentabilidade da operação. Agora, no 3T, tivemos uma rápida normalização da produção, e a consequente recuperação da rentabilidade da operação da Supplier.

Agora, retorno a apresentação ao Dennis, que comentará sobre os destaques de ESG no slide 11. Dennis, é contigo!

Dennis Herszkowicz:

Obrigado Maia.

Encerramos o terceiro trimestre com importantes reconhecimentos em nossa agenda ESG:

1. A TOTVS e a RD Station estão no ranking GPTW, entre as 150 melhores empresas para se trabalhar no Brasil. A TOTVS ficou na posição 45 entre as empresas que possuem entre 1.000 e 10.000 colaboradores. E, a RD Station na posição 9 entre as empresas que possuem entre 100 e 1.000 colaboradores.
2. Também a TOTVS se mantém entre as 15 melhores posições em uma carteira composta por 75 empresas que compõem o IDIVERSA, índice criado pela B3 com a finalidade de promover maior representatividade de grupos sub-representados e reforçar a agenda ESG.

3. Por fim, vale mencionar que a TOTVS conquistou o Troféu Transparência ANEFAC pelo 3º ano consecutivo. Esta premiação reconhece as empresas que apresentam as melhores divulgações de suas demonstrações financeiras.

Passo agora para minha mensagem final no slide 12, onde compartilhamos algumas atualizações de dados sobre o mercado de *Enterprise Application Software* dos últimos 10 anos. Eles demonstram que o mercado cresceu acima do PIB e acelerou seu ritmo nos últimos anos, tanto em Gestão, quanto em Business Performance.

A TOTVS, por sua vez, vem crescendo acima do ritmo destes mercados, o que resultou em 120 pontos base de ganho de *market share* em Gestão e 480 pontos base de ganho de *market share* em Business Performance.

Além dos dados históricos referentes ao mercado atual, também trouxemos dados atualizados do mercado potencial no slide 13.

Quando analisamos os mercados de Gestão e de Business Performance brasileiros, fica claro que estamos falando de mercados ainda longe da maturidade.

Já para o mercado de Techfin, é possível observar que estamos diante de um mercado gigantesco, que combinado com uma jornada e portfólio diferenciados, se apresenta como uma oportunidade de crescimento muito relevante para a Companhia.

Estes dados em conjunto demonstram a grande oportunidade de mercado que enxergamos. O Brasil reúne os elementos para uma longa jornada em termos de investimentos, com gastos ainda relativamente baixos em TI e Software, com a TOTVS super bem posicionada para capturar esta expansão, confiante em seu sólido modelo de negócio e no posicionamento de *trusted advisor* de nossos clientes.

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

SESSÃO DE Q&A

Sérgio Sérgio:

Boa, Dennis, obrigado. Pessoal, apenas repassando a dinâmica e 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 queiram realizar uma pergunta escrita, podem utilizar o botão Q&A do Zoom que buscaremos responder também nesta sessão, ou, como sempre, posteriormente via nosso time de Relações com Investidores.

Então, abrindo a nossa sessão hoje com Bernardo da XP. Bernardo, áudio liberado.

Bernardo Guttman:

Bom dia, pessoal. Parabéns pelos resultados. Obrigado pelo espaço aqui também. Eu tenho duas perguntas sobre Techfin. A primeira é sobre a produção de crédito, que foi bem relevante. Esse crescimento anual na receita acabou sendo uma surpresa positiva no tri, principalmente nesse contexto de mudança, né, com a JS startando agora. Vocês comentaram sobre a contribuição do Agro, que tem essa sazonalidade importante, aí no segundo semestre. Seria legal entender um pouco mais sobre a relevância desse segmento, tentando entender a recorrência aqui né, pensando nos próximos tris. E a segunda é sobre custo, ainda em Techfin. Aparentemente vocês estão gastando menos do que o guidance que vocês deram. Tem algo represado para o quarto tri? Existe alguma alguma revisão nos custos da JV? Se vocês puderem comentar também sobre o custo de funding, a recorrência desse custo mais baixo, né. Vocês rodaram com uma deficiência bem alta nesse tri, então seria legal entender se a tendência é essa também para os próximos períodos. Obrigado!

Dennis Herszkowicz:

Obrigado. Um bom dia aí. Vamos lá! Começando então pela primeira pergunta, na questão do Agro na Supplier. O Agro tem bastante relevância, quando a gente olha para o ano como um todo, o Agro deve estar girando em torno de um quarto, mais ou menos, do total de produção de crédito da Supplier, mas, como você tem esse elemento de sazonalidade, que é muito forte no Agro, em particular, quando você pega, por exemplo, o terceiro trimestre, mesmo o quarto trimestre, essa representatividade do Agro cresce bastante. E como o Agro tem um outro elemento que é o fato do prazo médio deles ser também muito maior, isso faz com que do ponto de vista de geração de receita e rentabilidade, o Agro tenha sim uma importância relativa grande para a Supplier.

Do ponto de vista de recorrência disso, essa representatividade, essa importância do Agro, ela já existe há muitos anos dentro da Supplier e a gente não vê isso mudando para os períodos seguintes, o que significa que é um setor bastante recorrente nessa produção de crédito, nessa orientação da Supplier, mas, de novo, é importante lembrar que esse é um setor que tem, do ponto de vista da Supplier, muita sazonalidade. Então, no primeiro semestre ele é bastante mais fraco, do ponto de vista de Agro, né. O terceiro trimestre normalmente é o mais forte, no sentido do Agro. O quarto ainda é um trimestre importante de Agro também, mas conforme a safra vai sendo escoada, você vai tendo menos originação, por isso o primeiro e o segundo trimestre são menores e o prazo médio, apesar de ser bem mais longo, de novo, conforme o segundo semestre vai passando, o primeiro semestre vai perdendo a relevância na carteira do Agro.

Essa é uma dinâmica histórica e que a gente não vê mudanças significativas, pelo menos no curto prazo, tá? Indo agora para a questão de OPEX aí, Maia se quiser complementar, por favor. O guidance que a gente deu, lembrando, é um guidance do OPEX da parte orgânica, tá?

Então ele não é um guidance que inclua a Supplier. Essa é uma primeira lembrança importante. Uma segunda lembrança é que a gente já tinha essa operação orgânica rodando. Como a gente colocou no próprio modelo de abertura, já é uma operação que tem, apesar de não ser ainda madura, ela já tem por volta de 3 anos de vida, então a gente já tem um OPEX que roda. O guidance procurou trazer uma visibilidade maior, mais longa, até o final do ano que vem, do que é a expectativa desse aumento de investimento para a construção do portfólio novo de produtos. Claro que você sempre vai ter algum grau de imprevisibilidade um trimestre para outro. E você dificilmente vai conseguir acertar na mosca exatamente quais serão os valores, ainda mais quando estamos falando de gasto. Dito tudo isso, não, não existe nenhuma postergação de investimento, a única coisa é que, de novo, a gente tem range e pode ter um trimestre onde esse valor fique abaixo, pode ter trimestre onde esse valor fique acima. A intenção do guidance não é acertar exatamente na mosca em todo trimestre o que vai acontecer, é dar um direcionamento. Em termos de direcionamento, a gente acredita que o OPEX do terceiro tri é um bom indicador.

Para fechar em termos da eficiência do funding, a gente entende que essa melhoria obviamente veio para ficar, então não é algo específico do terceiro tri não. A gente já tem um custo com instrumentos novos de funding, mais baixo do que o do FIDC original da Supplier, e a gente também já tem essa questão da eficiência das janelas não é para o ajuste do funding também essa eficiência no sentido das janelas para o ajuste do funding também já se aplicando de maneira estrutural. A gente sempre vai buscar, naturalmente, melhorar cada vez mais essa eficiência. A gente vai sempre procurar, cada vez mais, ter instrumentos que reduzam o custo total de funding, mas o que vocês viram no terceiro trimestre já é algo estrutural para essa operação.

Gilsomar Maia:

Talvez só complementando, com relação a sua questão ligada ao guidance, talvez seja pelo fato de nós termos ficado um pouco abaixo do guidance, no *range* que nós demos. Já mencionamos isso no próprio release. Um dos motivos para isso é o próprio ritmo de contratação, que se mostrou na prática um pouco mais lento, então o guidance continua preservado e a gente imagina que a gente vá conseguir rodar nesse *range* ao longo do tempo, que a gente vai conseguir normalizar esse ritmo.

Bernardo Guttman:

Obrigado.

Sérgio Sério:

Próxima pergunta, Thiago Kapulskis do Itaú. Thiago, áudio liberado.

Thiago Kapulskis:

Maravilha, obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Bom dia a todos. Eu também tenho duas perguntinhas. Acho que a primeira, desculpa pedir demais detalhes aqui da Techfin, mas eu acho que foi o grande debate de dúvida, tanto da gente, quanto do pessoal que fez perguntas para a gente ao longo da noite ontem. Em relação à dinâmica, mais da receita de Techfin, bruta de funding, até do que a própria melhora do funding. Quando você olha a originação, ano a ano, ela ficou mais ou menos parecida, mas o crescimento de receita foi muito forte, né. O ratio que a gente usava muito na época dos bancos era dividir essa receita pela originação ou pela carteira média e você vê um aumento nessa linha, muito grande, mesmo no ano a ano, onde o faturado não deveria ser a razão. Estamos falando de dois terceiros trimestres, né. O prazo médio da carteira dá a entender que é uma parte da razão, mas também, para mim, não ficar tão claro que é só isso. Então, acho que assim, se vocês puderem um pouco mais essa razão para essa receita especificamente vir tão forte, acho que é a principal pergunta é porque a gente quer tentar entender o quanto que a gente consegue arrastar para frente na nossa planilha uma linha mais alta para os próximos trimestres, óbvio que não no patamar desse, mas se o próximo trimestre e os trimestres seguintes, a linha ano pode ter uma expansão na receita.

E a segunda pergunta é sobre, se vocês puderem falar um pouco mais das aquisições recentes, na parte de franquias, aproveitando aí o Dennis que tá aí no *call*. Como foram duas, num período relativamente curto, acho que teve bastante questionamento sobre mudança de estratégia, como é que vocês vêem essa questão da distribuição, se pode ocorrer um movimento maior de consolidação de franquias ou se vocês estão olhando mais para isso como movimentos oportunístico, enfim, se vocês puderem detalhar um pouco mais da cabeça para essas aquisições e o que esperar para frente. Acho que ajuda bastante.

Dennis Herszkowicz:

Legal, Thiago, bom dia. Eu vou começar pela segunda pergunta, pelas franquias, depois, Apendino, se você quiser complementar alguma coisa, aí eu passo para o Maia falar um pouquinho mais sobre Techfin, tá?

Não, nada mudou na nossa estratégia, em relação às franquias, né. A gente fez questão inclusive de colocar isso tanto nesse modelo de abertura, ou seja, a relevância das franquias continua sendo exatamente a mesma. As franquias são parte integral da vida e do sucesso da TOTVS, não só da vida, mas do sucesso da própria TOTVS. Então, quando a gente trabalha com o SMB, isso exige de nós uma capilaridade e um grau de cobertura, de presença e de relevância em cada região desse país, e na maioria das vezes em cada cidade minimamente relevante desse país muito grande, e a gente tem muita certeza de que não dá pra fazer isso é sozinho. Então esses dois movimentos na TOTVS Rio Grande do Sul e na TOTVS IP, eles são movimentos bem específicos, que não mudam em hipótese alguma a nossa estratégia e a relevância das franquias, tá?

De tempos em tempos, a gente sempre vai ter esse ajuste, esse balanceamento, do mesmo jeito que a gente um dia compra, eventualmente no outro dia a gente pode vender alguma região. É sempre eu trabalho permanente tático, tático, onde você ir encontrando o melhor ajuste, o melhor balanceamento em cada uma dessas regiões, mas a estratégia, de novo, ela continua absolutamente intacta.

Alexandre Apendino:

Dennis, a gente concorda contigo 100%. O que a gente fez a consolidação das franquias, a gente não comunica, né, então nós tivemos o caso de Cascavel, por exemplo, que a gente fez uma consolidação no Paraná, para consolidar mais a rede de franquias, isso vai criar pra gente uma possibilidade também de

expansão em alguns países próximos. Então é algo pontual. Como o Dennis comentou a gente teve casos no passado, em que a gente vendeu

para franquias e que a gente acaba não publicando. É uma questão tática de resultado. Então tem um lado sim das franquias serem um motor nosso de crescimento, é uma decisão pontual, isso de tempo em tempo, dada a oportunidade nós vamos mudando.

Gilsomar Maia:

Bom, com relação à primeira pergunta do Thiago, ligada à questão da receita, você tem razão, o primeiro grande motivo, ele está ligado sim a um prazo médio, na medida em que a produção foi parecida com a de um ano atrás e o prazo médio em si representou um aumento relevante. Conjugado a isso também tem a quebra da carteira entre a porção que foi carregada na Supplier e a porção que foi carregada no FIDC. Então, se você reparar, teve um aumento ao longo dos trimestres, esse trimestre teve um aumento da carteira carregada pela Supplier e a maior flexibilidade que nós temos hoje na Techfin, na própria Supplier, pra acesso a funding, faz com que nós possamos utilizar o caixa, tanto da Supplier, quanto do FIDC e permite à Supplier carregar mais carteira na própria administradora.

Isso faz com que a dinâmica também, de reconhecimento de receita seja mais rápida, diferente daquela que é feita no FIDC. Acho que têm esses dois elementos.

E também é importante para você que costumam, para vocês acompanharem os relatórios mensais divulgados pelo FIDC. À medida que a carteira da Supplier cresce em relevância, o FIDC perde relevância consequentemente, então só o acompanhamento do FIDC, vocês conhecem, vai fazer com que vocês não tenham uma visão completa do que pode ser o resultado.

Dennis Herszkowicz:

Só para fechar, Thiago, acho que esse é um ponto bem importante de ser reforçado, conforme a gente vai vendo acesso a essas modalidades diferente de funding, mais eficientes e mais baratas, né, com a JV o acompanhamento do relatório mensal do FIDC, ele vai cada vez tendo menos capacidade de vocês acompanharem de maneira antecipada qual vai ser o desempenho da Supplier. Então é realmente importante que vocês todos passem a ter clareza disso e não é que não se deva acompanhar o FIDC, porque esse é um dado, mas ele cada vez vai ter menos capacidade de dar a visibilidade total do resultado de Techfin, tá?

Thiago Kapulskis:

Está super claro, obrigado mesmo pelas respostas, pessoal.

Sérgio Sério:

Próxima pergunta, Fred Mendes, Bank of America. Fred, teu áudio está liberado.

Fred Mendes:

Obrigado. Obrigado Sergio. Bom dia a todos, eu tenho duas perguntas aqui também. Parabéns pelo resultado sensacional, mais uma vez. A primeira delas, até peço desculpa, mas eu queria insistir um pouco mais na questão das franquias, né, porque já teve uma consolidação de 52 acho que para 15, alguma coisa nessa linha, e pelo menos o nosso entendimento é que isso já traria uma capacidade financeira maior para as franquias, né, enfim de expansão, investimento, tudo isso. Então por mais que, acho que o Apendino já colocou, né, que vocês vão não divulgam aquisições menores, mas parece um movimento contrário ao que a gente entende que seria a principal vantagem competitiva de TOTVS, né, que é justamente essa distribuição. Então queria... talvez o que a gente consegue pensar aqui é que vocês tendo as franquias na mão, talvez, seria um bom teste para aumentar o cross selling com produtos de Business Performance, ou alguma coisa nessa linha, né. Resumindo, eu queria entender o que muda comercialmente quando você compra uma franquia e se essa é uma estratégia, aumentar o cross sell comprando. Essa é a primeira e a segunda em Gestão, e obrigado por divulgar a Margem Ebitda, acho

que ajuda bastante, mais difícil ajuda bastante...o que que a gente deve entender que seria essa margem, talvez para os próximos anos, se ainda tem bastante espaço para crescer. Acho que esse ano teve um impacto negativo do IGP-M, né, que acaba pegando para vocês, estão tendo preço, a gente entende que teria espaço para aumentar essa margem daqui para frente com IGP-M normalizado. Se vocês puderem falar, seria ótimo também. Obrigado pessoal.

Dennis Herszkowicz:

Obrigado Fred, obrigado obrigado aí pelas perguntas. Sobre franquias, de novo, não tem nenhuma mudança de estratégia, nenhuma mesmo. As franquias continuam tendo exatamente a mesma importância, e deixa eu dizer pra vocês, a performance das franquias nesses últimos dois anos, ela tem sido uma performance muito forte, muito boa mesmo, né. Eu lembro de ter dito já, em outras oportunidades, que talvez 3, 4 ou 5 anos atrás se criou gap de desempenho entre as unidades próprias e as franquias. As unidades próprias passaram a ter um desempenho melhor em vários indicadores de eficiência, de produtividade e tudo mais, e a gente fez um trabalho muito importante de evolução dentro das franquias que culminou exatamente com a consolidação que aconteceu e os resultados que a gente conseguiu obter com tudo isso, eles vieram muito rápido, inclusive mais rápido do que a gente imaginava. Então tudo indica para nós que as franquias continuam tendo exatamente a mesma relevância em termos de cobertura, de produção, de proximidade com os clientes, que ela sempre teve, então de novo não existe, nem existia nenhum motivo para ter qualquer tipo de mudança de estratégia.

Agora, dito tudo isso, como cada franquia não concorre com a outra, e mesmo com as unidades próprias, dependendo da situação, vou pegar o caso específico agora da TOTVS IP, que é IP (Interior Paulista), né, pega algumas regiões importantes do interior paulista, o estado de São Paulo ele é grande e importante suficiente para a gente não ter só uma franquia, né, apesar do nome ser TOTVS interior paulista, a gente tem várias franquias que cobrem várias regiões do Estado de São Paulo. No caso específico da IP, a gente pega, por exemplo, a região ali de Campinas, região de Jundiaí, de Sorocaba, né, esses são os principais *cluster* de atuação da IP. Essas são regiões que estão muito próximas da região metropolitana de São Paulo, ou seja, muito próximas aqui da nossa sede e a gente percebeu ao longo dos anos que quando há uma possibilidade grande da sede ou de uma capital muito relevante, a operação própria acaba tendo algumas vantagens, sejam vantagens pelo fato de você estar trabalhando com clientes maiores, seja a vantagem, naturalmente, por você ter o apoio, inclusive, fisicamente muito próximo da matriz da operação. E outros elementos que não vem ao caso agora.

Então, essa decisão de comprar a TOTVS IP, ela é uma decisão, como eu falei, absolutamente tática. Essa região em particular, a gente chegou à conclusão de que faria sentido estar conosco, mas também é uma decisão que daqui 1,2, 10, sei lá quantos anos, ela pode se reverter. A gente não tem nenhum dogma nesse sentido, a gente procura ser o mais pragmático possível. Se a gente está chegando à conclusão que alguma franquia não está performando do jeito que deveria ou que a gente poderia ter uma performance melhor naquela região em particular, a gente vai procurar fazer um movimento tático. E o inverso pode acontecer também, caso isso não se prove correto.

Então, mais uma vez, não tenham preocupação nenhuma nesse sentido. E pra fechar, o *cross sell* é uma estratégia da TOTVS, ela não é uma estratégia da operação própria. As franquias estão absolutamente preparadas, e às vezes, sendo franco com você, às vezes elas estão até mais preparadas do que algumas operações próprias, tá? Vou te dar exemplos concretos disso. Quando a gente fez a parceria com a VTEX, né, que foi o início da nossa jornada em Business Performance, lá em 2019, as primeiras unidades que investiram de verdade para estarem preparadas para fazer o cross sell, por exemplo, como um VTEX, foram as franquias. Não sei se vocês vão se lembrar, várias das franquias compraram agências de implantação e venda de VTEX. Nenhuma unidade própria comprou uma agência de VTEX, por exemplo. Então não, não tem nenhuma mudança nesse sentido, de novo. As franquias estão absolutamente preparadas, habilitadas e não só preparadas e habilitadas, mas elas vendem mais Business Performance do que as unidades próprias, tá?

Falando um pouquinho de margem de Gestão, Fred, sim, acho que a gente continua tendo espaço para melhorar essa margem de Gestão, apesar de nós estarmos, como o Apendino falou, coincidentemente, a maior margem desses 10 anos teus aqui na companhia. Espaço a gente tem, você mesmo trouxe um elemento importante, o IGP-M vem rodando há um bom tempo negativo e a gente não tem reajustado esses contratos, ao passo que o dissídio continua sendo aplicado sobre o total do nosso custo de gente, então espaço tem. Agora, óbvio, né, a gente tem também, por outro lado, uma série de investimentos trabalhando AI, ganhando peso, ganhando força para a gente poder extrair todo o valor e todo ganho de produtividade de eficiência que o AI pode trazer nos nossos processos internos. E incluindo isso dentro dos nossos produtos para que o cliente também se aproveite disso, obviamente, você tem investimento para ser feito, mas de novo, de maneira estrutural continua tendo espaço pra gente melhorar essa margem de Gestão sim.

Fred Mendes:

Super claro. Obrigado, Dennis, Apendino.

Sérgio Sérico:

Obrigado, Fred. Próxima pergunta, Leo Olmos, UBS.

Leonardo Olmos:

Oi, pessoal, bom dia. Parabéns pelos resultados. Obrigado por pegar a pergunta. Duas aqui, uma mais geral de estratégia e uma mais específica do tri. A primeira é de alocação de capital, vocês anunciaram a recompra, um programa super grande. Se vocês pudessem discutir como é que isso conversa com o *fire power* da TOTVS, afinal é uma geração muito grande de capital dos próximos anos, e o que vocês veem de estratégia para alocação desse fluxo excedente que vocês têm, além das recompras, se o programa de compras pode ser algo contínuo e crescer. Depois eu faço a outra pergunta.

Gilsomar Maia:

Bom, Leo, esse programa de compra ele obviamente está ligado à posição de caixa sim, que nós temos hoje, mas também à própria capacidade de caixa da Companhia, se nós olharmos os últimos 12 meses, nós vamos ver uma geração de caixa muito forte, superior ao próprio EBITDA do período, eu acho que isso também nos dá confiança de poder anunciar um programa de recompra dessa magnitude, que é o maior que a Companhia já anunciou, sem que isso representa uma diminuição de poder de fogo da Companhia na sua execução de M&A, que continua sendo importante, continuamos trabalhando num *pipeline* enorme, crítico para a execução da nossa estratégia 3D. O próprio Dennis comentou, se não no tri passado, no anterior, que naturalmente vocês não conseguem ter visibilidade do nosso *pipeline* de M&A, porque vocês só conseguem ver depois que nós anunciamos as transações. O que está sendo trabalhado dentro desse *pipeline*, naturalmente, só nós...e nós continuamos muito confiantes que temos um *hall* de oportunidade muito interessante para ser trabalhado, na cadência correta, da maneira certa. Então isso não coloca em xeque a nossa cabeça, os recursos que nós levantamos e que nós geramos, eles continuam tendo o mesmo destino...uma remuneração do capital nos patamares que nós temos trabalhado historicamente e um caixa excedente voltado especificamente para M&A.

Nesse caso pontual, nós vimos que dadas as circunstâncias de mercado e o próprio desempenho da Companhia nos últimos anos, nos últimos períodos, criou-se um certo descasamento entre o comportamento de preço e o comportamento operacional de da empresa. Então acho que aqui abriu também uma situação em que quando nós olhamos a perspectiva do acionista abre-se uma possibilidade de uma geração adicional de valor bastante interessante.

Acho que é isso. Basicamente é isso, e o último detalhe é que diferente dos programas anteriores de recompra, né, talvez vocês tenham notado isso, em geral os nossos programas são estritamente voltados para suportar o programa de incentivo em longo prazo baseado em ações da empresa. Esse aqui,

especificamente, não faz referência a isso, tá? Realmente é voltada para essa questão de retorno ao acionista.

Leonardo Olmos:

Legal! Passou uma mensagem muito boa. E aí a segunda pergunta até tem a ver com fluxo de caixa do trimestre. Quando a gente olha o fluxo de caixa operacional, a linha de investimentos e remove a entrada de capital que veio do Itaú, dá a impressão que não teve um grande caixa neste trimestre, com entrada de caixa, provavelmente, eu vi alguma coisa errada, porque a gente acabou de falar que o que a TOTVS gera de caixa é um caminhão todo trimestre. Teve alguma coisa especial nesse tri, em relação à geração de caixa?

Gilsomar Maia:

Não, Leo, a entrada de caixa do Itaú ela encontrou no fluxo de investimentos, com efeito positivo, normalmente o bloco do fluxo de investimento ele tradicionalmente é negativo, ele apresenta investimentos realizados pela empresa. Pontualmente nessa situação do *closing* da JV, ele se apresentou positivo, justamente pelo ingresso de recurso do Itaú. Então você vai ver lá R\$410 milhões positivos no fluxo de investimento, no fluxo operacional, não, esse item não está impactando, naturalmente, ele tem um reflexo da remuneração da aplicação financeira, mas aí nesse período de tempo, o reflexo disso não se traduz em nenhuma mudança excepcional. E mesmo que você expurgue ainda o resultado da aplicação financeira, a geração de caixa, ela ainda superou o EBITDA do trimestre. Não teve nada extraordinário que justificasse algo nesse trimestre em específico.

Se você olhar essa mesma métrica nos trimestres anteriores, ela já vinha rodando acima de 120% do EBITDA.

Leonardo Olmos:

Não, perfeito. A pergunta era mais direta, dei muita volta. A TOTVS gerou caixa esse trimestre, essa é a pergunta.

Gilsomar Maia:

Sem dúvidas, gerou.

Leonardo Olmos:

Obrigado, um abraço e um bom dia.

Sérgio Sérico:

Valeu, Leo. Próxima pergunta, Marcelo Santos, JP Morgan. Marcelo, áudio liberado.

Marcelo Santos:

Bom dia a todos. Obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Eu tenho duas também. A primeira, desculpa tocar de novo na questão da Techfin, mas eu estou recebendo ao longo do *call* perguntas de investidores sobre o assunto, então acho que seria legal esclarecer mais esse ponto. Vocês poderiam falar um pouco mais o que fez com que a sazonalidade da produção de crédito fosse tão mais forte esse ano, versus anos anteriores. Vocês já deram algumas indicações, mas se puder explicar mais explicitamente esse ponto, acho que seria bem útil.

Segundo, quero parabenizar a empresa pelos disclosure expandido de Margem, e dado que vocês passaram a margem do Business performance, que já é positiva, a despeito de ela estar numa fase de crescimento acelerado ainda, como que a gente pode pensar a margem de longo prazo desse segmento? Quais são os elementos estruturais que a gente pode levar em conta para pensar numa projeção de longo prazo para ele. Obrigado.

Dennis Herszkowicz:

Obrigado, Marcelo. Então nesse ano, você tem razão, a gente tem um elemento adicional sim, que não é brutalmente relevante, mas que tem uma pequena relevância ele tem. Você começa a ter a safra já no finalzinho do segundo trimestre, normalmente, nesse ano a gente não teve isso, por exemplo. Então, por uma série de motivos dos afiliados da Supplier em Agro, tá? Não necessariamente isso pode ser verificado do mercado de Agro como um todo, houve um certo atraso em determinadas transações, então isso acabou elevando, possivelmente, algum volume do finalzinho do segundo tri para o começo do terceiro, tá?

Mas, de novo, isso não foi algo representativo. O que houve é uma recuperação realmente muito forte, não só no setor de Agro, a gente teve no segundo tri, como foi colocado, uma série de questões também em outros segmentos que são importantes para a Supplier como, por exemplo, o setor siderúrgico, e que não foi o único, o setor de papel também teve no, segundo trimestre, questões próprias, dinâmicas próprias que fizeram com que a produção, a originação no segundo tri ficasse bem abaixo do que inclusive a gente tinha se programado. Então o que houve no terceiro tri foi realmente uma recuperação muito rápida em basicamente todos esses segmentos, não somente de Agro.

Dito isso, Marcelo, sobre margem de Business Performance, e questões estruturais de como essa margem deve se comportar, a gente está muito confiante com essa operação, Marcelo, é uma operação que de um lado está em um mercado, relativamente novo, no mínimo muito mais novo do que o mercado de Gestão, é um mercado ainda super fragmentado, o que significa que o nosso *play* de consolidação, de construção de portfólio, como a gente chama *multiproduct*, especialmente para o perfil de cliente que a gente trabalha, que é o cliente SMB, tem um encaixe incrível. Então de um lado o mercado super positivo, do outro uma posição competitiva da TOTVS, muito positiva e um *unit economics* também super favorável, quando a gente olha, por exemplo, a Margem Bruta desse segmento, dessa dimensão, ela é maior do que a margem bruta da dimensão de Gestão, a gente está falando aqui de uma Margem Bruta que gira em torno de 80%, por que isso? Porque, basicamente, toda a receita dessa dimensão é recorrente, a medida em que são todos produtos sem necessidade de uma implantação relevante, isso tudo faz com que a dinâmica de Margem Bruta seja estruturalmente melhor nesse negócio, mas não para por aí, né? A gente tem outros elementos que fazem com que o *unit economics* aqui seja muito bom.

Você tem uma simplicidade, do ponto de vista de R&D também maior, a medida em que esse produtos já nasceram, desde a partida, totalmente SaaS, totalmente em nuvem, eles têm uma padronização muito maior, o que também faz com que você tenha uma estrutura de custo que ao longo do tempo vai te dando uma escalabilidade, uma alavancagem operacional maior.

Então, além de tudo isso, a gente tem um elemento adicional que não tem a ver com o mercado, não tem a ver com a nossa posição competitiva e não tem a ver com *unit economics*, mas que também tem a capacidade de gerar algo a mais, do ponto de vista de margem, que é o fato de que, conforme o tempo for passando, apesar de Business Performance ter a sua dinâmica própria de vendas e de *cross sell* dentro da própria dimensão de Business Performance, a gente ainda está começando a engatinhar o processo de *cross sell* e de convergência da dimensão de Business Performance com o restante da TOTVS, né, Principalmente com a dimensão de Gestão. A gente está começando a arranhar isso. A representatividade desse *cross sell*, dentro do total de adição de ARR, seja de Business Performance, seja de Gestão, ainda é marginal. E como todo *cross sell*, a margem de contribuição do *cross sell*, ela é muito boa, né? Você está usando uma estrutura que já está rodando, que já existe e você está acrescentando uma receita adicional, com um custo marginal, proporcionalmente mais baixo.

Então, de novo, a resposta aqui é de que a gente tem uma confiança que a margem desse negócio, olhando um prazo mais longo, porque obviamente ainda é um negócio muito menor do que o de Gestão. É um negócio com uma margem estrutural muito positiva, tá?

Marcelo Santos:

Está joia, obrigada pelas respostas.

Dennis Herszkowicz:

Obrigado, Marcelo.

Sérgio Sério:

Obrigado, Marcelo. Gente, para encerrar aqui a nossa sessão de perguntas e respostas, eu vou abrir para a última pergunta, que vem do Osni, do BTG. Osni, o áudio está liberado.

Osni Carfi:

Oi, pessoal. Bom dia a todos. Acho que seria legal a gente explorar um pouco mais o resultado de Business Performance, que foi bem forte, cresceu perto de 40% ano contra ano. Se a gente puder dar um zoom nesse resultado, entender quais são as *move parts*, a *Tallos* estava muito forte no trimestre passado, vocês falaram bastante sobre essa operação nos últimos tris, nesse falaram um pouco da situação da Tail também, que eventualmente pode ser realocada pra Gestão, enfim, se puder dar uma granularidade aqui nesse resultado de Business Performance, seria ótimo.

Dennis Herszkowicz:

Maravilha, Osni. É o que você colocou. Realmente foi um resultado forte. O resultado do segundo tri já tinha sido forte, eu diria que o nome do jogo aqui, nesse momento, ele é exatamente a nossa capacidade de começar essa transição do que a gente chama do *single* para o *multiproduct*. Os produtos de Business Performance, eles fazem parte de uma jornada, e essa jornada está no começo da construção, principalmente para o cliente pequeno e médio. Você trabalhar essa jornada de A a Z constrói muito valor pra esse cliente. Normalmente em uma empresa menor, ela tem muita dificuldade de ficar correndo atrás de três, quatro, cinco, às vezes 10 provedores diferentes pra completar essa jornada de venda digital, de marketing digital, é difícil. E hoje o mercado ainda é um mercado fragmentado. Então essa nossa estratégia de ir colocando as peças, dentro desse quebra-cabeça e construindo essa jornada de A a Z em Business Performance para o nosso cliente pequeno e médio, ela tem uma receptividade bastante importante, uma boa parte dessa aceleração de Adição de ARR, ela tá vindo exatamente de *cross sell* dentro da própria dimensão. Então é *Tallos* sendo vendido pra quem já é cliente do marketing, é o CRM sendo vendido para quem ele é cliente do marketing ou o inverso, o marketing sendo vendido para quem é cliente do CRM, os produtos de e-commerce começando também a ter o desempenho cada vez melhor, então o nome do jogo, de novo, é passar de *single* para o *multiproduct* e adicionalmente a isso, Osni, como eu falei, a gente começa a colocar nos seus lugares, elementos que vão nos permitir ao longo do ano que vem, ao longo de 2025, crescer a relevância do próprio *cross sell* de Business Performance dentro de Gestão. O Apendino, por exemplo, certamente vai ter, olhando para o ano que vem, e principalmente olhando para 2025, ele vai ter metas dentro da estrutura comercial de Gestão, cada vez mais importantes de vendas de Business Performance e isso, óbvio, é algo que a gente espera que seja adicional a esta produção de ARR, que já é feita hoje dentro do mundo de Business Performance em si.

Então, de novo, perspectivas, eu diria positivas aqui dentro do Business Performance. Só para fechar, falando um pouquinho de Tail, foi o que a gente procurou colocar. A Tail é uma operação que foi comprada no começo de 2020, logo no começo da pandemia, né, é uma operação que trouxe para nós muito valor, do ponto de vista de dados, do ponto de vista de estruturação da nossa base de dados e do aproveitamento desses dados, mas ela tem uma dinâmica diferente de *go-to-market*, ela é focada em grandes contas, os *tickets* dela são *tickets* de dezenas, às vezes até de alguma centenas de milhares de reais, sendo que o ticket médio de Business Performance é um ticket médio de centenas de reais, então tem uma diferença importante de ticket médio do cliente e o próprio *go-to-market* também, no sentido do formato de venda, é muito diferente. O ERP, por exemplo, ele é vendido, como a gente chama, de maneira consultiva, você vai lá, tem reunião, 1,2,3,4, chama o especialista disso, daquilo, o cliente quer conversar com 3, 4 outros clientes daquele produto e tudo mais. Aí, depois de alguns meses de negociação, você consegue fechar o negócio. A Tail tem uma dinâmica bastante parecida nesse sentido, ela também demanda esse tempo longo, ela demanda especialistas explicando, reuniões daqui e de lá que é uma dinâmica diferente do *SaaS*

like a model dos produtos de Business Performance. Então por isso, a gente está discutindo sim se faz sentido manter a Tail consolidada dentro de Business Performance ou se é melhor colocá-la de uma vez dentro da dimensão de Gestão. Não é algo decidido ainda, mas a gente tem discutido isso nesse momento

Osni Carfi:

Perfeito, Dennis, obrigado.

Sérgio Sérgio:

Obrigado Osni. Bom turma, caminhando aqui para o nosso encerramento, já agradecendo a participação de todos. Bom, volto a palavra para o Dennis para as considerações finais.

Dennis Herszkowicz:

Maravilha Sérgio, obrigado. Quero aproveitar para fazer um convite para aqueles que puderem, começou hoje o nosso RD Summit que está ocorrendo pela primeira vez em São Paulo e vai até sexta-feira, 10 de novembro no Expo Center Norte. Não preciso dizer, o RD Summit é de longe o maior evento de marketing digital da região, com expectativa de 18 mil participantes por dia ao longo dos 3 dias de evento e, claro, terá uma série de novidades para o ecossistema da RD Station, para todo o ecossistema de Business Performance. Então, para os interessados em ingressos, podem acessar o site do evento pelo QR code no canto direito do slide 14 ou com o time de RI.

Pessoal, de novo, muito, muito obrigado e até o próximo trimestre! Tchau, tchau.