

Operadora:

Bom dia. Sejam bem-vindos à teleconferência da TOTVS referente aos resultados do 1T15. Estão presentes os senhores Alexandre Mafra, Vice-Presidente Executivo e Financeiro e Vice-Presidente de Infraestrutura Organizacional e de Relações Humanas, e Gilsomar Maia, Diretor de Relações com Investidores e de Finanças Corporativas.

Informamos que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Empresa. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas para investidores e analistas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso alguém necessite de alguma assistência durante a conferência, por favor, solicite a ajuda de um operador, digitando *0.

O áudio está sendo apresentado simultaneamente na Internet, no endereço ri.totvs.com.br.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência, relativas às perspectivas de negócios, 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 garantias 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 conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Alexandre Mafra, que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. Mafra, pode prosseguir.

Alexandre Mafra:

Bom dia a todos. Obrigado por participarem da nossa teleconferência de resultados do 1º trimestre de 2015.

Dando início pelo slide 2, eu gostaria de repassar os principais eventos ocorridos desde a divulgação de resultados do quarto trimestre.

O primeiro é a aquisição da Neolog, empresa focada no desenvolvimento de soluções de software no modelo SaaS para o mercado de Logística e Supply Chain Management, que visam a redução de custos e a melhor adequação de recursos logísticos para seus clientes.

Essa aquisição é parte de nossa estratégia de especialização e reforça nosso posicionamento no segmento de Logística, agregando soluções e o know-how de negócios da Neolog que nos permite explorar oportunidades de otimização de custos e ganhos de eficiência em segmentos chave do mercado brasileiro.

O segundo evento, é o lançamento da plataforma Fly01 em parceria com a Redecard, com o objetivo de elevar o nível de penetração de soluções de gestão no mercado de microempresas.

A Fly01 é uma solução completa de gestão em nuvem vendida por meio de assinatura mensal, na forma de aplicativos (“apps”) diretamente na loja da plataforma, sem necessidade de investimento em infraestrutura.

A plataforma está disponível ao mercado inicialmente por meio de três ofertas complementares:

- (i) Solução de e-commerce da CiaShop, que permite o empresário criar uma loja virtual em poucos minutos, já habilitada para o uso dos meios de pagamento da Rede;
- (ii) Sistema de gestão TOTVS Série 1 com conciliação automática de seus recebíveis oriundos dos meios de pagamentos da Rede;
- (iii) Software de ponto de venda (PDV) móvel que permitirá ao empresário ter uma visão consolidada de seu negócio na loja virtual e na loja física.

O terceiro evento é o pagamento dos dividendos aprovados na Assembleia Geral Ordinária de 30 de março de 2015 no montante total de R\$124,368 milhões, correspondentes a R\$0,77/ação.

E o quarto, e último evento, é o novo programa de recompra de ações aprovado na reunião do Conselho de Administração de 27 de fevereiro de 2015 no montante total de 1,6 milhão ações, correspondente a 1,0% do total de ações da Companhia. Esse programa tem como principal finalidade atender o exercício do plano de opção de compra de ações.

Agora passo a palavra ao Maia, para que inicie os comentários sobre os resultados do trimestre a partir do slide 3.

Gilsomar Maia:

Obrigado Mafra, muito bom dia a todos.

Antes de entrar nos comentários dos números, gostaria de lembrar que, como comentado ao longo de 2014, a partir deste trimestre, adicionamos novas aberturas de receitas e custos.

Na receita, foi criada a linha de subscrição, que contempla as modalidades comerciais nas quais não há a transferência de propriedade das licenças de uso das soluções.

Os valores apresentados nesta linha foram reclassificados principalmente da receita de Taxas de Licenciamento e, em menor proporção, das receitas de Manutenção e de Serviços.

Em custos, segregamos os custos com suporte, relacionados ao suporte técnico de software realizado por meio do telefone e/ou da Internet, que antes eram contemplados nos custos de serviços.

Com isso, trouxemos também a visão de receita e de margem de contribuição dos negócios de software e de serviços.

No slide 3, vemos que a receita total cresceu 6,3% ano contra ano e 0,7% trimestre contra trimestre.

Este gráfico apresenta a abertura das receitas entre as de natureza recorrente e não recorrente e evidencia que o crescimento da receita total veio principalmente das receitas recorrentes, que cresceram 11% ano contra ano e 3% trimestre contra trimestre.

É importante ressaltar que esse crescimento de 11% é superior ao CAGR de 4 anos da receita total e que as receitas recorrentes representaram 60,7% da receita total, o maior patamar de recorrência já alcançado pela TOTVS em um trimestre.

Além disso, dos R\$278,4 milhões de receitas recorrentes do 1T15, mais de 90% são formados por receitas de software.

No slide 4, a receita total está aberta entre os negócios de software e de serviços.

A receita de serviço cresceu 8,3% ano contra ano. Quando analisada por dia útil, a receita de serviços cresceu 11,4%.

A receita de software representou 70% da receita total e cresceu 5,5% ano contra ano, abaixo do crescimento de 11% da receita recorrente total comentado no slide anterior.

Passando para o slide 5, podemos notar que a receita recorrente de software, que é a soma de manutenção e de subscrição, cresceu 11% ano contra ano.

A receita de manutenção cresceu 3,5% trimestre contra trimestre. Ano contra ano, a manutenção cresceu 7,4%, superando em quase 2 pontos percentuais o IGP-M acumulado de 12 meses médio de abril de 2014 a março de 2015.

Esse desempenho de manutenção se mostra ainda mais relevante quando levado em conta a queda de 10% da receita de licenciamento.

Das vendas de licenciamento, aproximadamente 2/3 se deram junto a clientes da base no 1T15. Essas vendas na base caíram 4,6% ano contra ano, principalmente pela redução de 12% do montante de incremento do modelo corporativo no 1T15, que reflete o menor ritmo de crescimento das empresas em 2014.

O slide 6 ilustra bem a transição pela qual o modelo de receita da Companhia está passando, especialmente quando comparamos o crescimento das receitas de licenciamento e de subscrição.

Enquanto a subscrição cresceu 47% ano contra ano, a receita de licenciamento decresceu 10%.

A adição de clientes de ambos os modelos ajuda a entender o comportamento das linhas. Trimestre contra trimestre, as vendas de licenciamento adicionaram 189 clientes menos que no 1T14. Já as vendas de subscrição adicionaram 262 clientes mais que no 1T14.

Como a subscrição ainda é inferior à receita de licenças, o efeito positivo de subscrição ainda não é suficiente para compensar o efeito negativo de licenciamento na composição do crescimento da receita total, especialmente pelo efeito de diferimento de receita que o modelo de subscrição possui.

No slide 7, vemos os reflexos dessa transição de modelos de receita na margem de contribuição de software, na medida que a redução do crescimento de receita no curto prazo reduz a diluição de custos, especialmente do custo de suporte e das despesas com pesquisa e desenvolvimento.

Mesmo com a transição em curso, vemos que o negócio de software mantém uma margem de contribuição relevante. No médio/longo prazo, o nível mais elevado de receitas recorrentes tende a impactar positivamente a receita e a margem de contribuição de software.

Passando para o slide 8, temos a visão de margem de contribuição de serviços. Na comparação com o 4T14, a margem de serviços mostrou forte recuperação, muito por conta dos custos adicionais de desligamentos ocorridos naquele trimestre. No acumulado de 12 meses a margem se mostra estável, porém a comparação do 1T15 com 1T14 mostra que temos condições de ser mais eficientes nesse negócio.

Agora volto a palavra ao Mafra para ele dar continuidade à apresentação a partir do slide 9.

Alexandre Mafra:

Obrigado, Maia.

Nesse slide apresentamos a evolução das despesas comerciais e administrativas da TOTVS no período.

O primeiro grupo de despesas, que combina os gastos com vendas e comissões, decresceu 30 pontos-base como percentual da receita líquida entre o 1T14 e o 1T15. Na comparação com o 4T14, essas despesas cresceram 130 pontos-base principalmente: (i) por conta dos investimentos em treinamento da equipe comercial, para vender as ofertas do modelo de subscrição para as pequenas e médias empresas; e (ii) por conta da variação no mix de vendas, tanto entre franquias e unidades próprias, quanto por porte de clientes, que implicaram na variação das despesas com comissões.

A seguir, temos o grupo de despesas gerais e administrativas e honorários da administração, que reduziu sua participação sobre a receita líquida em 20 pontos base no 1T15, quando comparado com o 4T14, consequência principalmente do menor provisionamento de bônus associado ao atingimento das metas financeiras e individuais dos executivos e ao provisionamento do plano de opção de ações no trimestre. Nos últimos 12 meses, esse grupo se manteve estável, principalmente por conta da incorporação dos times administrativos das empresas adquiridas.

Em seguida, temos a linha de despesas de propaganda e marketing, que cresceram 50 pontos-base ano contra ano e decresceram 50 pontos-base trimestre contra trimestre, como percentual da receita líquida. Essa oscilação no crescimento dessas despesas se deve principalmente à distribuição atípica desses gastos no ano de 2014 em virtude da realização da Copa do Mundo de Futebol no Brasil.

Por último, a provisão para crédito de liquidação duvidosa, que atingiu 1,8% da receita líquida total, mesmo patamar do 1T14. No último ano, foram promovidos ajustes na política de concessão de crédito e mantidos esforços para a recuperação de créditos já provisionados, que levaram o patamar desta linha para 1,5% nos últimos 12 meses. A Companhia dará continuidade a esses esforços ao longo de 2015.

No próximo slide, apresentamos a margem EBITDA da TOTVS, que encerrou o 1T15 em 25,0%, 150 pontos base abaixo do 1T14, mas apresentando um incremento de 160 pontos-base quando comparada à margem do 4T14. O aumento da margem EBITDA em relação ao 4T14 foi influenciado principalmente pela recuperação das margens de contribuição dos negócios de Software e de Serviços, bem como pela menor representatividade das despesas administrativas como percentual da receita líquida. A administração da margem nesse trimestre conjugou alguns desafios adicionais, tais como (i) o IGP-M acumulado de 12 meses médio do 1T15, de 3,8%, enquanto a inflação medida pelo IPC-A médio de 12 meses foi de 7,5%; (ii) o reajuste coletivo de salários de 7,0% em São Paulo; e a (iii) queda de 12,4% do incremento de licenças do modelo corporativo.

Avançando ao slide 11, apresentamos a evolução do lucro líquido, que totalizou, R\$70,9 milhões no trimestre, crescimento de 15,1% sobre o mesmo período do ano anterior, com margem líquida de 15,4%, 110 pontos base acima do 1T14. No acumulado dos últimos 12 meses, o lucro líquido cresceu 16,9%, com margem líquida de 15,1%, um aumento de 120 pontos base sobre os 12M-1T14.

O crescimento de lucro líquido acima do crescimento de EBITDA se deu principalmente pelo resultado financeiro positivo de R\$14,657 milhões no 1T15, frente a um resultado negativo de R\$2,078 milhões no 1T14, que reflete principalmente (i) o crescimento da receita financeira, decorrente da maior posição de investimentos financeiros; (ii) a menor despesa financeira na comparação ano contra ano, consequência principalmente do ajuste não recorrente de juros das debêntures realizado no 1T14 no montante de R\$2,807 milhões; e (iii) o resultado da venda da participação minoritária na ZeroPaper em janeiro de 2015.

O lucro líquido também foi impactado pela elevação da taxa efetiva de tributação no trimestre, resultado (i) do ajuste da provisão para imposto de renda de 2014 referente a empresas controladas e (ii) da menor representatividade dos projetos de pesquisa e desenvolvimento elegíveis à “Lei do bem” frente ao LAIR.

No slide 12, apresentamos a evolução do caixa, que encerrou o trimestre em R\$733,6 milhões, com caixa líquido de R\$90,5 milhões.

No Caixa, a variação positiva de R\$35,7 milhões foi influenciada principalmente:

- (i) pela geração operacional de caixa de R\$84,7 milhões, correspondente a 119,5% do lucro líquido do trimestre;
- (ii) pelo investimento de R\$10,2 milhões em ativo fixo, principalmente relacionados a compra de máquinas e equipamentos;
- (iii) pelo desembolso de R\$23,2 milhões referente aquisições, incluindo a compra da Neolog e o pagamento de parcelas de aquisições anteriores; e
- (iv) pelo pagamento de R\$19,4 milhões de JCP, referentes ao ano de 2014.

Aqui fica clara a saúde financeira da Companhia, bem como a capacidade para investimentos orgânicos e inorgânicos com o objetivo de reforçar nossa atuação segmentada e nossa plataforma tecnológica.

Agora, convido a todos a avançarem para o slide 13.

Nesse slide, ressaltamos que os esforços da Companhia para expansão de sua receita recorrente, sobretudo através da expansão das vendas no modelo de subscrição, já estão começando gerar resultado. Nesse trimestre, expandimos a receita recorrente em 11% e a receita de subscrição em 47%.

Mesmo com (i) a expansão do modelo de subscrição, que tende a impactar negativamente o EBITDA no curto prazo devido ao diferimento no reconhecimento de receita, (ii) o menor montante de incremento de licenças do modelo de corporativo, (iii) o reajuste salarial de 7% em São Paulo, e (iv) o menor número de dias úteis do trimestre, a TOTVS expandiu sua margem EBITDA em 160 pontos base no trimestre, ante o 4T14, mostrando que a Companhia não perderá de vista sua disciplina de custos e despesas, sobretudo nesse período inicial de maior ênfase nas vendas de software no modelo de subscrição.

É importante lembrar que a TOTVS manterá seus investimentos em inovação, em especialização por segmento e em qualidade, pois a elevação da produtividade e da competitividade dos nossos clientes também é essencial para nosso crescimento sustentável.

A partir de agora ficamos à disposição para a sessão de perguntas e respostas.

Operadora:

Senhoras e senhores, daremos início agora à sessão de perguntas e respostas. Caso desejem realizar uma pergunta, pressionem as teclas estrela e o número um. Caso desejem ser removidos da fila de perguntas, pressionem estrela dois a qualquer momento.

A primeira pergunta vem do Sr. Bernardo Teixeira, do BTG Pactual.

Bernardo Teixeira:

Bom dia, pessoal. Minha pergunta diz respeito às receitas de subscrição, só para tentar entender aqui, para ter uma maior abertura, na verdade, o crescimento ano a ano de vocês foi impressionante (47%). Eu só queria entender quanto desse crescimento foi orgânico e quanto dele veio das aquisições que vocês fizeram. Obrigado.

Gilsomar Maia:

Oi, Bernardo. Você poderia repetir sua pergunta, por favor?

Bernardo Teixeira:

Claro. O crescimento ano a ano das receitas de subscrição foi de 47%, certo? Eu só queria entender quanto desse crescimento foi orgânico e quanto dele foi... Bom, vamos dizer, contribuído pelas operações de M&A de vocês nos últimos anos. É isso.

Gilsomar Maia:

Certo. No earnings release nós fornecemos os valores consolidados das companhias adquiridas, principalmente de Virtual Age. Se eu não estou enganado, consolidamos cerca de 10 milhões de reais de receita total, e 1,5 milhão de reais de receita recorrente, que é originada principalmente de subscrição.

Mas é importante destacar aqui que na maior parte das aquisições que fazemos, nós ajudamos as empresas adquiridas a aumentarem seu desempenho logo após a aquisição, e então transferimos parte do nosso pipeline de vendas para essas empresas. Então, na nossa percepção interna, nós não consideramos 100% destas vendas como inorgânicas, já que certamente parte destas vendas realizadas pelas empresas adquiridas seria realizada pela TOTVS, é isso.

Bernardo Teixeira:

Obrigado.

Gilsomar Maia:

De nada.

Operadora:

A próxima pergunta vem do Sr. Sunil Rajgopal, do HSBC.

Sunil Rajgopal:

Muito obrigado. Eu tenho só duas perguntas. A primeira é sobre a expectativa de vocês para crescimento da receita neste ano e no próximo. Qual sua opinião sobre as tendências de crescimento?

E também em termos de margem, este trimestre as margens foram de 25%. Vocês esperam manter esse nível de margem ou haveria alguma pressão adicional com a desaceleração do mercado? Obrigado.

Gilsomar Maia:

Oi, Sunil, bom dia, aqui é o Maia. Em termos de margem, as pessoas que nos acompanham há algum tempo sabem que podemos ter uma volatilidade trimestral na Margem EBITDA, principalmente pelo desempenho de vendas, mais especificamente de licenças. O que eu quero dizer? Se tivéssemos um nível parecido de vendas de licenças todos os trimestres, teríamos uma Margem EBITDA mais estável. No consolidado do final do ano, geralmente nossa margem é bastante estável, mas trimestralmente realmente depende das vendas trimestrais.

Em termos de números anuais consolidados, eu não acredito que haverá uma grande volatilidade na nossa margem. A única variável é se tivermos uma enorme conversão ou transferência de vendas de licenças para subscrição. Mas levando em consideração que a transição será mais diluída ou suave, eu não acredito que isso venha a acontecer.

Em bases trimestrais, no 1T tivemos um forte impacto do reajuste de salários, com cerca de 45% da nossa folha reajustada, sendo que no 4T temos mais 45% sendo reajustada. Estes dois trimestres são os mais afetados em termos de pressão de custos, e em termos de receita, a sazonalidade do nosso setor mostra que o 1T é geralmente o mais fraco, e que historicamente as vendas são mais fortes no segundo semestre do ano. Essa é geralmente a dinâmica do nosso setor.

Respondi sua pergunta?

Sunil Rajgopal:

Sim, sim, mas se puder nos dar uma ideia melhor do nível de crescimento que estão projetando ou orçando para o ano. Há algum número que vocês de fato projetaram para o ano em termos de crescimento?

Porque, excluindo o cenário de inflação, as taxas de crescimento foram próximas a 0%, excluindo a inflação e M&A. Então eu só queria entender sua visão sobre as taxas de crescimento, excluindo o impacto da inflação.

Gilsomar Maia:

Primeiramente, é importante lembrar que parte da desaceleração das receitas é explicada pela transição para o modelo de subscrição. Então se você considerar a receita, o crescimento da receita recorrente foi de cerca de 11%, e mesmo excluindo elementos inorgânicos você verá que o nosso crescimento está acima da inflação, certo?

Em segundo lugar, no ano passado nós decidimos não divulgar guidance, especialmente durante este período de transição, já que temos diversas forças simultâneas e esta transição em curso. Temos volatilidade da inflação sobre custos e receitas, a desaceleração da economia brasileira – essa é a variável mais importante.

Assim, devido ao alto nível de variáveis relevantes, nós optamos por não fornecer qualquer tipo de guidance ao mercado neste momento, seja de receita ou de margens. Contudo, eu acho que considerando nossos números e desempenho históricos, e ainda o nível de receita recorrente e a previsibilidade em termos até de serviços, por exemplo, que são uma parte importante da nossa receita recorrente, não é tão complicado estimar o quanto a Companhia pode crescer.

É claro que isso dependerá mais das suas projeções de crescimento econômico para a região e de quão rápida essa transição poderá ocorrer. Neste momento, infelizmente, eu não posso compartilhar nenhuma projeção interna com você. OK, Sunil?

Sunil Rajgopal:

Obrigado.

Operadora:

A próxima pergunta vem do Sr. Michel Morin, do Morgan Stanley.

Michel Morin:

Bom dia a todos. Eu queria saber se você poderia dar mais detalhes sobre como você mudou os incentivos da força de vendas, buscando incentivar, incentivar adequadamente o crescimento das subscrição e como isso está indo.

Há ainda alguma questão pendente nesse sentido que ainda possa permitir que você inclusive acelere o crescimento de subscrição? Essa é a minha primeira pergunta.

E a segunda pergunta seria: eu sei que o nível de subscrição ainda permanecerá baixo, mas do ponto de vista contábil, conforme você aumenta esse fluxo de receita e assina novos contratos, é possível esperarmos algum registro de receita diferida no balanço? Obrigado.

Gilsomar Maia:

Bom dia, Michel. Começando pela segunda pergunta, com relação às receitas diferidas no nosso balanço, o assunto não está em discussão no momento. Eu entendo o seu ponto, já que há um registro interno de vendas e sabemos o quanto da receita anual recorrente nós adicionamos com a venda de novas subscrição.

Mas em nossas práticas de reconhecimento de receita, nós não divulgamos isso em nossos balanços. Eventualmente, o que podemos fazer é fornecer esses dados como informação suplementar em nosso earnings release. Temos uma situação parecida quando falamos de projetos de serviços, já que temos um “backlog” de projetos vendidos a serem realizados e então é mais uma questão de execução para reconhecer esses serviços em função do progresso da conclusão (*percentage of completion*).

Podemos eventualmente fornecer isso como informação suplementar, mas eu não acho que venha a ser divulgado nas demonstrações financeiras auditadas. Pelo menos nesse momento, eu não vejo uma chance de isso vir a acontecer.

Com relação à sua primeira pergunta, sobre os incentivos à força de vendas, primeiro nós temos duas forças de venda diferentes: uma é a equipe direta que nós temos... O que nós tentamos preservar é a remuneração total dos executivos de vendas e então por consequência nós temos um descasamento entre as nossas despesas e receitas, porque temos um grande diferimento de receita e não podemos diferir a remuneração dos executivos da mesma maneira.

E como estamos fazendo um esforço importante para redução do investimento inicial dos nossos clientes, estamos “facilitando a vida” dos nossos executivos de venda. Então eles devem conseguir vender um pouco mais do que se fosse um modelo baseado 100% em licença. O que eu quero dizer com isso? No fim das contas, se os nossos vendedores vendem um pouco mais do que venderiam em um modelo exclusivamente de licenças, então eles podem alcançar uma remuneração também um pouco maior. Então, no final, estamos procurando incentivar as pessoas a trazer mais clientes, porque no futuro poderemos ter uma maior diluição dos nossos custos e despesas.

Em termos de franqueados, o exercício é um pouco diferente, pois os franqueados são incentivados, são comissionados pela receita recorrente e com isso são muito atraídos também pelo modelo de subscrição, já que também os beneficia

No curto prazo, temos de ser inteligentes o bastante para identificar as melhores oportunidades para oferecer subscrição. Na minha opinião, o modelo de subscrição provavelmente não será a melhor opção para todas as oportunidades de venda, e estamos ajudando os nossos franqueados e vendedores a trabalhar de maneira inteligente nessa composição do pipeline de vendas, buscando identificar

oportunidades em que o modelo de subscrição é o mais adequado, o que pode eventualmente destravar conversas e acelerar o processo de vendas, e em outras, que realmente dependem do perfil do cliente potencial, em que o modelo de licença é o mais adequado.

Então, no fim, os nossos franqueados estão muito alinhados conosco. Eles ganham mais dinheiro com subscrição e entendemos que a transição para subscrição será... Não será disruptiva no curto prazo e isso traz um bom equilíbrio entre licenças e subscrição até para os nossos franqueados. Então eles não sofrerão uma ruptura em seus fluxos de caixa também. Não sei se respondi adequadamente, mas nós temos públicos diferentes para incentivar de maneiras diferentes.

Michel Morin:

Isso é interessante, muito boa a abertura. Prossiga, Mafra.

Alexandre Mafra:

Buscamos a todo o tempo alinhar os incentivos, pois sabemos que especialmente no cenário econômico de hoje o modelo de subscrição é muito bom para a nossa força de vendas, força comercial. Então combinamos esses incentivos e no fim é a escolha do cliente, OK?

Gilsomar Maia:

Na verdade, é bem útil para a nossa equipe de vendas, quanto a de franqueados, pois acreditamos que uma parte de todas as vendas não seria fechada sem a subscrição e não ter vendas é o pior cenário para vendedores, então no final das contas eles veem que a TOTVS está fazendo um esforço para ajudá-los a vender mais é isso.

Michel Morin:

Ótima explicação, obrigado, e se eu puder só fazer um follow up: vocês estão mesmo tentando converter alguns dos atuais assinantes para o novo modelo de subscrição ou isso é voltado mais para novos assinantes/clientes?

Gilsomar Maia:

Neste momento, Michel, estamos direcionando mais para novos clientes. Acreditamos que não podemos perder o foco com diversas mudanças ao mesmo tempo e, neste momento, estamos instruindo a nossa equipe a se concentrar mais em novos clientes.

Os clientes existentes podem eventualmente optar pelo modelo de subscrição, mas achamos que isso tende a ser mais lento, um processo menos rápido e eu acho que em um segundo momento, eventualmente poderemos estudar uma abordagem também aos clientes existentes.

Michel Morin:

Faz sentido, obrigado.

Gilsomar Maia:

De nada.

Operadora:

Senhores e senhores, gostaria de lembra-los que para realizar uma pergunta, basta pressionar as teclas estrela e um.

Nossa próxima pergunta vem do Sr. Ge Sun, da Invesco.

Ge Sun:

Olá. Só uma pergunta rápida sobre impostos: eu sei que ainda é cedo, mas com relação ao potencial aumento da alíquota de imposto de 2 para 4,5% para o setor de TI, qual o plano da companhia nesse sentido? Talvez seja ainda muito cedo para dizer, mas você conseguiria repassar o aumento de imposto ao cliente final ou... Você simplesmente absorveria o aumento?

Gilsomar Maia:

Desculpe, foi um pouco difícil ouvi-lo, se você puder repetir sua pergunta um pouco mais alto, por favor.

Ge Sun:

Claro, desculpe, desculpe por isso. Com relação à questão fiscal. Sobre o aumento potencial da alíquota de imposto de 2 para 4,5%, se a companhia planeja repassar o aumento ao cliente final. Você conseguiria repassar o aumento de imposto ou ele seria absorvido pela companhia?

Gilsomar Maia:

Olha, na verdade nós estamos esperando um pouco mais para ver qual será o desfecho desta discussão no Congresso. O aumento de 2 para 4,5% é a proposta do Executivo. Após acompanharmos as últimas propostas encaminhadas ao Congresso, vemos que as propostas acabam não saindo exatamente como foram feitas inicialmente.

Mas, tentando responder mais objetivamente sua pergunta, temos contratualmente alguma condição de fazer isso, mas preferimos não assumir uma posição neste momento, já que há algumas variáveis, como as condições de mercado envolvidas, então preferimos aguardar o texto final da nova lei após a análise do Congresso e a sanção presidencial.

Talvez seja ainda cedo demais para assumir um posicionamento definitivo, mas tentamos ser muito claros... sempre definindo quais são os elementos sendo discutidos e então a partir destes elementos você pode estimar qual seria o impacto no pior cenário, caso não seja possível repassar nada. Então qualquer repasse representará um ganho, no caso desse exercício.

Alexandre Mafra:

Criamos diversos cenários possíveis, mas agora temos que aguardar a aprovação final do Congresso.

Ge Sun:

OK, eu entendo a análise de diversos cenários, mas nos seus contratos, nos termos contratuais, não há cláusula contratual de repasse de uma porcentagem de um eventual aumento de impostos ao cliente final para demonstrar o custo ou não é assim...? É ainda cedo para dizer, né?

Gilsomar Maia:

Sim, veja, contratualmente, nós temos elementos para fazer isso. Mas temos que considerar as condições de mercado e o momento atual da economia, então não basta

dizer “sim, nós temos os instrumentos disponíveis”, pois temos que considerar a realidade prática, certo?

Ge Sun:

Eu compreendo, obrigado.

Gilsomar Maia:

De nada.

Operadora:

Mais uma vez, para realizar uma pergunta, basta pressionar as teclas estrela e um.

Isso conclui a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Alexandre Mafra para as suas considerações finais. Sr. Alexandre, pode prosseguir.

Alexandre Mafra:

Gostaria de agradecer a todos por participarem da teleconferência, e gostaria de dizer que continuaremos trabalhando para aumentar a nossa receita recorrente, mantendo disciplina sobre custos e despesas e melhorando a eficiência das nossas operações. Muito obrigado.

Operadora:

Isso conclui a teleconferência da TOTVS de hoje. Muito obrigado por participar, tenham um bom dia.