

**Operadora:** Bom dia. Sejam bem-vindos à teleconferência da TOTVS referente aos resultados do 3T16. Estão presentes os senhores Gilsomar Maia, CFO e Diretor de Relações com Investidores, Alexandre Appendino, Diretor Executivo de Vendas, e Douglas Furlan, Gerente de Relações com Investidores.

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](http://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. Maia, que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. Maia, pode prosseguir.

**Gilsomar Maia:** Bom dia a todos. Obrigado por participarem da nossa teleconferência de resultados do 3º trimestre de 2016.

Começando pelo **slide 3** onde temos o evento recente relacionado à integração do aplicativo Fly01 Start para rodar nos smart POS Lio da Cielo e SmartRede, da Rede.

O Fly01 Start é um software que faz parte das nossas ofertas para micro e pequenos negócios, e tem a função de ponto de venda integrado à pagamentos na nova geração de POS das adquirentes. Além de ter as funcionalidades de um ponto de venda, a solução também engloba uma retaguarda na nuvem para cadastro de itens e acesso a informações gerenciais do negócio.

Agora, inicio meus comentários sobre o resultado do trimestre, no **slide 4**, lembrando que, para preservar a comparabilidade, os números consolidados pró-forma (não auditados) do 3T15 incluem os resultados da Bematech daquele período.

Também vale ressaltar que os números do trimestre não incluem os resultados dos meses de agosto e de setembro da TOTVS RO, empresa de prestação de serviços de BPO de RH, vendida em agosto de 2016.

Aliás, a venda dessa operação foi um importante fator para a redução trimestre contra trimestre de 0,4% da receita recorrente total (no gráfico à esquerda) e de 6,7% da receita de serviços (no gráfico à direita).

Ano contra ano, a receita total reduziu 6,9%, influenciada principalmente pela queda de 22% das receitas não recorrentes apresentada no gráfico à esquerda.

Já as receitas recorrentes cresceram 5,8% ano contra ano e atingiram 62,3% da receita total, o que representa 7,5 pontos percentuais acima do patamar do mesmo período de 2015.

Quando analisada por negócio, no gráfico à direita do slide, vemos que a queda ano contra ano da receita total se concentrou nas receitas de hardware e de serviços.

Com relação à receita de software, apresentada à esquerda no **slide 5**, a redução de 1,4% ano contra ano evidencia que a queda de 36,7% da receita de licenças foi quase que totalmente compensada pelo crescimento das receitas recorrentes, em especial pelo crescimento de 22,6% da receita de subscrição.

Já na comparação trimestre contra trimestre, a estabilidade da receita de software evidenciou que o crescimento acelerado do modelo de subscrição já está sendo capaz de mais do que compensar a redução de vendas do modelo de licenciamento.

A redução de vendas de licenciamento em períodos anteriores associada ao churn de contratos de manutenção, seja por inadimplência, ou por cancelamentos parciais em decorrência da crise econômica, tem reduzido a receita de manutenção.

Além desses fatores, 27 clientes de licenciamento migraram para o modelo de subscrição Intera neste trimestre, o que reduziu a receita de manutenção do trimestre em aproximadamente meio milhão de reais.

Aliás, as vendas de Intera têm sido muito importantes para o crescimento da receita de subscrição, que neste trimestre superou a receita de licenças em R\$21,0 milhões. Para comentar sobre essa transição para o modelo de subscrição passo agora a palavra para o Alexandre Apendino.

**Alexandre Apendino:** Obrigado Maia. Bom dia a todos.

Temos ótimas notícias relacionadas às vendas de subscrição de software para apresentar na teleconferência de hoje. O crescimento de 23% de subscrição ano contra ano e de 8% trimestre contra trimestre comentado pelo Maia, foi positivamente impactado pelas vendas no Intera, nosso modelo de subscrição lançado em junho de 2015, no qual o cliente define e gerencia quantas identidades estarão habilitadas a terem acesso irrestrito e simultâneo às nossas soluções de gestão, produtividade e colaboração da TOTVS.

Com pouco mais de 1 ano do lançamento do Intera, estamos ainda mais convencidos de que fizemos a escolha certa. O Intera tem ciclo de vendas mais curto devido ao menor investimento inicial, o que também é muito positivo para novas vendas aos clientes da base, já que o cliente não precisa comprar novas licenças para adicionar mais identidades, apenas o valor da mensalidade Intera é ajustada à nova quantidade de IDs.

Além disso, a mensalidade Intera já contempla infraestrutura *cloud standard*, acesso à plataforma *fluid* e acesso ao *e-learning center*, elementos-chave para a transformação digital que estamos promovendo no mercado. Hoje já contamos com mais de 90 mil IDs ou identidades no Intera.

No trimestre, tivemos números expressivos de novos clientes. Adicionamos 846 clientes de subscrição, principalmente no modelo Intera e do Fly01, e vendemos 998 unidades do Bemacash, número 127% acima do segundo trimestre deste ano.

O Bemacash contempla o Fly01, nossa solução para micro e pequenos negócios contratada no modelo de subscrição, e o equipamento de automação comercial e soluções fiscais da Bematech.

É importante mencionar que as vendas de Bemacash neste trimestre e as vendas de Intera do mês de setembro não afetaram a receita de subscrição do trimestre.

A partir do 8º mês de contratação do Bemacash, o cliente passa a pagar pela subscrição do software de gestão. Já no Intera, o primeiro faturamento é feito no mês seguinte à realização da venda.

Em resumo, a receita recorrente do trimestre não retrata tudo o que tínhamos de subscrição já contratada pelos clientes no encerramento do período.

Para tratar essa questão, a ARR - Annual Recurring Revenue – ou a Receita Recorrente Anual, apresentada no **slide 6**, é a métrica utilizada no mundo SaaS para medir a evolução da receita recorrente nos próximos 12 meses, com base nos contratos firmados até o encerramento do período.

Antes de iniciar meus comentários é importante lembrar que, visando preservar a comparabilidade, apresentamos os resultados consolidados pró-forma (não auditado) do 2T15, que incluem os resultados da Bematech daquele período.

A ARR de software, no gráfico à esquerda, cresceu 9% ano contra ano, ou 3,2 pontos percentuais acima do crescimento da receita recorrente de software do trimestre.

Já a ARR de subscrição, no gráfico à direita, cresceu 25,2% ano contra ano mesmo com a crise, ou seja, 2,6 pontos percentuais acima do crescimento da receita de subscrição do mesmo período, o que demonstra que as vendas de subscrição estão crescendo rapidamente.

Agora passo a apresentação para o Douglas.

**Douglas Furlan:** Obrigado, Apendino. Bom dia a todos.

Ainda no **slide 6**, outra forma de ver a aceleração de subscrição é por meio do crescimento da ARR trimestre contra trimestre, que foi de 3,8% no 2T e de 9,8% no 3T, o que resultou em uma adição líquida de R\$21 milhões neste trimestre, versus R\$7,7 milhões no trimestre passado.

Passando agora para o **slide 7**, a margem de contribuição de software encerrou o trimestre em 62,1%, redução de 310 pontos base ano contra ano, principalmente por conta da combinação da redução da receita de software e da manutenção de investimentos em pesquisa e desenvolvimento, e no processo de atendimento e suporte aos clientes.

Na comparação com o trimestre anterior, a redução de 70 pontos base na margem de contribuição está ligada principalmente aos reajustes salariais ocorridos em Belo Horizonte e no Rio de Janeiro, bem como seus reflexos em provisões para férias e 13º salário, além do alinhamento na classificação dos custos da Bematech com a TOTVS, que impactaram principalmente a linha de pesquisa e desenvolvimento.

Agora convido a todos a passar para o **slide 8**, para falarmos sobre Serviços e Hardware.

Em Serviços, a queda da margem de contribuição ano contra ano se deu pela redução de 8% dos serviços de implementação de software, principalmente pelo menor volume de vendas de projetos em períodos anteriores e pela redução de 29% dos serviços não relacionados à implementação, principalmente de consultoria.

Ambos foram impactados negativamente pelo elevado número de feriados no Rio de Janeiro por conta das Olimpíadas no trimestre.

Estamos também utilizando esse período de menor alocação para intensificar o treinamento dos profissionais de serviços, buscando elevar sua produtividade.

Além disso, os reajustes salariais ocorridos no 3T16 em Belo Horizonte, Rio de Janeiro e Recife também impactaram negativamente a margem de contribuição de serviços.

Em hardware, tivemos um custo extraordinário de R\$2,4 milhões por conta de um ajuste no custo médio dos estoques neste trimestre. Sem esse ajuste, a margem de contribuição de hardware foi de 35,1%, o que representa uma evolução de 230 pontos base frente à margem do segundo trimestre.

Essa margem de 35% ainda representa uma queda ano contra ano, muito e função de 3 principais fatores:

- (i) A redução da subvenção de ICMS no Estado do Paraná a partir de setembro de 2015;
- (ii) A não ativação dos projetos de pesquisa e desenvolvimento a partir do 4T15; e
- (iii) As mudanças nas legislações fiscais estaduais, sobretudo no Estado de São Paulo, onde a impressora fiscal foi substituída pelo equipamento fiscal S@T, que tem menor valor unitário e menor margem, mas por outro lado contribui para o crescimento da receita recorrente de soluções fiscais de software e tem sido vendido como parte do Bemacash, que tem crescido de forma relevante, como já comentado pelo Apendino.

Para falar agora sobre despesas comerciais e administrativas peço a todos para irem para o **slide 9**.

Começando pelo gráfico no canto esquerdo superior, as despesas de vendas e comissões em conjunto caíram 6,1% ano contra ano e 3,9% trimestre contra trimestre.

Na comparação com o trimestre anterior, a queda resulta principalmente do ajuste do modelo de remuneração da equipe de vendas por conta da transição para a subscrição, como comentado em trimestres anteriores, e pela redução de vendas de licenciamento e de serviços no período.

No canto direito superior, as despesas de propaganda e marketing representaram 2,7% da receita total do trimestre, ante 2,2% no 2T, refletindo principalmente a maior concentração de investimentos em marketing observada no 3T por conta do lançamento da nova campanha publicitária.

Na comparação ano contra ano, a queda de 12,2% foi principalmente por conta da revisão do plano geral de marketing da Companhia e da integração das atividades de marketing da TOTVS e da Bematech.

As despesas com provisão para crédito de liquidação duvidosa, no canto esquerdo inferior, representaram 4,8% da receita líquida do trimestre, ante 1,5% no 3T15. Esse aumento foi consequência da provisão adicional de R\$17,2 milhões referente à elevação do risco de crédito de um cliente de grande porte do segmento de Serviços. Desconsiderando essa provisão adicional, a provisão para crédito de liquidação duvidosa representou 1,6% da receita líquida.

E por último, no canto direito inferior, as despesas gerais e administrativas somadas aos honorários da administração e outras despesas caíram 10% trimestre contra trimestre, resultado principalmente do ganho de R\$9,2 milhões, auferido pela Companhia na venda da operação de BPO.

Desconsiderando essa venda, as despesas elevaram sua participação sobre a receita líquida em 90 pontos base, resultado da redução da receita líquida no período e dos gastos adicionais relacionadas à operação assistida posteriormente à migração de sistemas internos realizada no trimestre, além da elevação dos gastos não recorrentes com honorários de advogados.

Agora, volto a apresentação ao Maia para falar sobre o EBITDA no **slide 10**.

**Gilsomar Maia:** O EBITDA do trimestre, ajustado (i) pelo ganho auferido na venda da operação de BPO, (ii) pelo ajuste nos estoques; e (iii) pela provisão adicional para créditos de liquidação duvidosa, totalizou R\$86,5 milhões, que representa uma redução de 26% frente ao mesmo período de 2015 e de 10,7% frente ao segundo trimestre.

Como apresentado ao longo dessa conferência, essa redução do EBITDA ajustado resultou principalmente da combinação da transição para o modelo de subscrição, que reduz a margem de contribuição de software num primeiro momento, com a redução de vendas decorrente do momento econômico, que impactou mais claramente a margem de contribuição de serviços, além das questões fiscais que impactaram a margem de hardware.

Falando agora sobre o lucro líquido no **slide 11**.

A redução do Lucro Líquido ajustado ano contra ano em patamar superior à redução do EBITDA Ajustado é consequência principalmente do endividamento líquido atual da companhia, frente a uma posição de caixa líquido no 3T15.

Na comparação trimestre contra trimestre, o lucro líquido ajustado cresceu 18,9%, devido ao efeito do imposto de renda e contribuição social decorrente dos juros sobre capital próprio declarados e pagos no trimestre.

Passo agora para o **slide 12** para comentar sobre o fluxo de caixa e endividamento.

A despeito da variação positiva de capital giro no trimestre, o Caixa Bruto diminuiu R\$79 milhões, principalmente pelos seguintes desembolsos:

- (i) em ativo imobilizado no valor de R\$19,8 milhões, sendo R\$5,8 milhões relacionados aos pagamentos dos investimentos realizados na nova sede social em São Paulo; e aqui é importante mencionar que o investimento total previsto nas instalações até a entrega, originalmente de R\$90,0 milhões, foi reduzido para R\$80,0 milhões, sendo que aproximadamente 50% a serem financiados em pelo menos 3 anos;
- (ii) de R\$11,8 milhões, também referentes ativos intangíveis, com destaque para os investimento ligados à criação do TOTVS Digital, que é um novo ambiente digital integrado para a interação com clientes, prospects, canais e parceiros, com lançamento previsto para o 1T17;
- (iii) pelo pagamento de R\$43,6 milhões de juros sobre capital próprio relacionados ao primeiro semestre de 2016, como já comentado; e
- (iv) pela amortização no montante de R\$48,0 milhões referentes ao principal remanescente das debêntures emitidas pela Companhia em 2008.

Com isso, a Dívida Líquida totalizou R\$478,4 milhões no 3T16, o equivalente a 1,2x EBITDA ajustado pró-forma dos últimos 12 meses.

Agora passo para o **slide 13** para as considerações finais.

Em resumo, a transição para o modelo de subscrição acelerou nesse trimestre. A receita de subscrição cresceu 22,6% ano contra ano, e atingiu 17,0% da receita de software.

Considerando as vendas de subscrição realizadas no mês setembro, a receita de subscrição anualizada cresceu 25% ano contra ano, e gerou uma adição líquida anualizada de R\$21 milhões trimestre contra trimestre, graças principalmente às vendas do modelo Intera.

As vendas de Bemacash cresceram 126% trimestre contra trimestre, com 998 unidades vendidas. Já a margem de contribuição de hardware, excluído o ajuste de estoques, encerrou o trimestre em 35%, o que representou 230 pontos base de evolução frente ao 2T.

E, mais recentemente, tivemos a integração do Fly01 Start nos smart POS Lio e Smart Rede.

Continuamos cientes de que essa transição acelerada para o modelo de subscrição nos impõe desafios de margem no curto prazo, especialmente em um ambiente econômico ainda recessivo e de elevada inflação de custos.

Mas, também continuamos convictos que essa transição gera valor de forma relevante e torna a TOTVS e nossos clientes muito mais preparados para a recuperação do mercado brasileiro.

Agora ficamos à disposição para a seção de perguntas e respostas.

**Operadora:** Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta por favor digitem asterisco um e para retirar a pergunta da lista digitem asterisco dois.

Nossa primeira pergunta vem do Sr. Fred Mendes, Bradesco.

**Fred Mendes:** Bom dia a todos obrigado pelo call. A minha primeira pergunta é se vocês pudessem falar um pouquinho mais do ambiente competitivo. É claro que a gente tem visto outros players crescendo dois dígitos e eu queria entender se esse resultado um pouco mais desafiador da Totvs é mais macro, eventualmente transição do modelo ou se a competição também tem sido... tem tido um impacto um pouco mais forte, essa é a primeira pergunta.

E a segunda se vocês pudessem falar um pouquinho da área de suporte técnico, se a gente obviamente com o crescimento do número de players dos últimos anos eu imagino que tem um desafio também nessa área, a gente viu o custo aumentando. Então se vocês já veem algum benefício desse desembolso maior principalmente na parte de satisfação dos clientes, é isso, obrigado.

**Gilsomar Maia:** Bom dia Fred aqui é o Maia falando. Começando pela segunda pergunta relacionada com suporte o suporte técnico a gente tem dois fatores que tem influenciado essa linha de despesas: a primeira delas a gente já até mencionou em alguns trimestres anteriores que foi um investimento que nós fizemos para modernização da nossa ferramenta de suporte como também treinamento das nossas equipes de atendimento ao cliente.

Isso no curto prazo traz um custo adicional, mas olhando a médio prazo pelo menos a gente vê que isso tende a dar um ganho de produtividade para a equipe de atendimento além de melhorar a própria qualidade do atendimento. Essas ferramentas novas elas vão proporcionar mais

integração com várias ferramentas inclusive sociais e um atendimento mais digitalizado também para os clientes.

Por outro lado a gente tem também o crescimento do número de clientes em subscrição que também faz com que a gente tenha o mesmo nível de atendimento no suporte a esses clientes, a despeito da gente não ter um fluxo de receita da mesma forma.

Então nesse sentido é um custo que ele segue uma trajetória natural muito parecida com o que a gente teria no cenário exclusivamente de licenciamento, mas a receita como a gente já comentou ela tem um fluxo diferente.

Com relação à primeira pergunta relacionada com o cenário competitivo não temos nenhuma grande novidade frente aos últimos trimestres. É claro que quando a gente compara com outras empresas você sempre tem diferentes comportamentos, algumas por conta de serem mais inchadas e aí consequentemente tem um comportamento mais voltado àquele nicho específico; e alguns players internacionais reportam desempenho diferente também por conta de ações específicas que eles estão fazendo na base deles.

Mas em geral cenário competitivo a gente não viu nenhuma grande mudança desde o último quarto pelo menos que a gente conversou.

**Fred Mendes:** Perfeito Maia muito obrigado.

**Operadora:** nossa próxima pergunta vem de Diego Aragão, Morgan Stanley.

**Diego Aragão:** Olá bom dia a todos obrigado por receberem minha pergunta. São duas perguntas do meu lado, a primeira com relação à transição do seu modelo de negócios no modelo de receita. Eu gostaria de saber se essa transição para subscrição ela está acontecendo conforme o planejado ou se isso está sendo pior de alguma forma do que aquilo que vocês tinham esperado.

E a segunda pergunta com relação à aquisição da Bematech eu queria só entender se a aquisição não está se provando ou criando de alguma forma uma distração para vocês dado o modelo de transição... desculpa, dada essa transição que está acontecendo no modelo de negócios.

E se fosse possível também só comentar e tentar quantificar os principais ganhos de sinergia que vocês já conseguiram extrair até o momento dado que a aquisição acabou de completar um ano, obrigado

**Gilsomar Maia:** bom dia Diego é o Maia falando. Eu vou começar a responder pela sua segunda pergunta relacionada à Bematech. A gente não vê a integração com a Bematech como uma distração. Eu acho que não seria nem justo nem correto da nossa parte alegar alguma coisa dessa natureza.

Primeiro porque durante a trajetória da companhia as aquisições são parte da nossa operação; segundo porque se você avaliar o que a gente tem de mais diferente da operação da Bematech frente à operação da Totvs é a operação de hardware que isso é muito autocontido lá na Bematech

e ali é uma frente que a gente não vai interferir muito para justamente não causar nenhum tipo de distração.

Gradualmente até pelo que a gente já comentou em outros trimestres a gente vê uma evolução acontecendo nesse... e algumas dessas melhorias também têm a ver com as próprias soluções e que são montadas com o próprio Bemacash. Então nesse sentido soluções como o próprio Bemacash demonstram que essa solução ela é uma solução que tem que ajudar a vender mais software no final do dia.

Com relação a sinergias boa parte das sinergias da aquisição da Bematech também estão depositadas no top line. Então é claro que o ambiente ele não é tão favorável assim para gente mostrar mais claramente sinergias de top line.

Quando a gente entra nos segmentos de atuação da Bematech como o segmento hoteleiro, área de serviços de varejo e em específico a gente tem conseguido ter uma boa performance, tem conseguido ganhar boas contas nesse segmento e a integração de produtos também têm se dado de maneira bastante interessante.

Então eu não vejo nenhum tipo de distração e eu acho que a sinergias elas vão claramente ser evidentes ao longo do tempo nos próximos trimestres.

Com relação à sinergia de administração eu também já comentei acho que nos dois últimos trimestres que a gente têm alguns desafios de integração agora na frente administrativa ligados aos sistemas internos. Até no último quarto eu comentei que na nossa programação a gente vai endereçar esse assunto dos sistemas internos da Bematech no próximo ano, uma vez que a gente já tinha uma programação de migrar os sistemas internos dentro da própria Totvs este ano. Então não seria prudente da nossa parte conduzir essas duas... internamente.

Passando para a tua primeira pergunta ligada a transição para SAS, se ela está indo em linha com nosso plano ou não, é bem importante também lembrar que quando a gente tomou essa decisão lá atrás a gente sabia dos reflexos que isso teria no nosso negócio, nos nossos resultados, mas também obviamente por nunca ter vivenciado essa experiência antes era difícil também a gente ter estimativas também com um grau de precisão muito alto.

Mas comparado aos nossos planos o que eu poderia te dizer é que a queda de licenciamento tem sido bastante acima do que a gente imaginou mesmo em nossos cenários mais conservadores. Por outro lado o desempenho de subscrição especialmente nesses últimos trimestres ele tem superado a nossa curva que a gente desenhou lá atrás. Então o Intera completado um ano ele tem trazido até algumas surpresas positivas para gente.

Então a gente vê que o nosso time comercial ele de fato está bastante engajado na venda de subscrição, ele viu benefícios, a gente comentou também algumas vezes em trimestres anteriores que é uma venda que tem um caminho mais rápido como o próprio... comentou na fala dele agora há pouco até pelo próprio contexto, por exigir menos investimento inicial.

Um outro benefício que a gente tem nesse modelo que talvez agora não fique tão evidente é que a base instalada desse modelo à medida que ela tende a adicionar novas identidades, novos usuários, ela tende a fazer isso com mais naturalidade uma vez que ela não precisa fazer investimento também de licenciamento.



E se você se recorda bem ao longo da nossa trajetória até pelo perfil de mercado que a gente tem uma dominância são empresas que não fazem investimento muito grande no início, mas que tem investimento bastante consistente ao longo do tempo, o que no nosso histórico demonstra que as vendas na base sempre representaram algum entre 70% e 80%, ou seja a gente construiu uma base de subscrição e a gente tendo um ambiente também um pouco mais favorável para as empresas pensarem em crescimento é possível que as vendas na base também sejam beneficiadas por esse modelo de subscrição.

**Diego Aragão:** Perfeito Maia obrigado e bom dia.

**Operadora:** Nossa próxima pergunta vem de Valder Nogueira, Santander.

**Valder Nogueira:** Bom dia. Maia vocês deram disclosure no press release na apresentação do conceito de que ARR na receita recorrente anual. Você está fazendo uma variação 3T16 contra 3T15 de 9% e isso é uma base bem interessante para olhar o que pode ser receita recorrente daqui aos próximos doze meses.

O que você olha aí dentro sendo um nível razoável dessa métrica daqui para frente, ou que os resultados recentes podem estar te mostrando dado que a economia de alguma forma está começando a colocar a cabeça para fora, eu acho que alguns contratos devem estar tendo algum tipo de conversa um pouco mais construtiva do que existia até então.

O que está mostrando essa métrica daqui para frente?

**Gilsomar Maia:** Bom dia Valder. ARR a gente até comentou sobre ela em trimestres anteriores, mas a gente não tinha trazido numericamente. Então esse trabalho que a gente fez foi recompor essa métrica pelo menos até o 3T15 porque ele vai capturar o crescimento principalmente do modelo interno.

O que a gente tem visto é que as vendas de subscrição elas têm crescido mês após mês, trimestre após trimestre. É claro que subscrição é muito difícil você produzir grandes pulos em um espaço de tempo muito curto; mas o que a gente vê por exemplo nesse último trimestre é que quando a gente coloca em base anual a adição líquida de subscrição do 2T para o 3T ela representou R\$ 21 milhões.

Se a gente conseguir manter ou até mesmo acelerar esse ritmo a gente vai adicionar o mesmo volume nos próximos trimestres - e isso em base anual - e isso vai aos poucos recompondo o nosso comportamento de receita elevando o patamar de receita recorrente na composição da receita total, e como eu falei há pouco para o Diego construindo uma base instalada também que traz um potencial de vendas adicionais nessa base de uma maneira mais espontânea uma vez que não requer um investimento inicial.

Nesse momento o foco de subscrição tem sido muito voltado para clientes novos e ele tem tido uma aderência muito mais natural para clientes de médio ou para pequeno porte: empresas de

dono que veem um casamento bastante interessante entre pagamento com a utilização da solução. Então fluxo de caixa, um casamento de fluxo de caixa e clientes novos também eu percebo que tem uma tendência de ver um fator adicional até na oferta cloud também que é a parte da subscrição interna porque uma vez que eles são novos eles estão pensando investimento e a partir do zero.

Para o cliente da base isso a gente deve aguardar um pouco mais para tentar fazer alguma abordagem mais estruturada que pode também ser uma outra alavanca a ser explorada mais à frente desse modelo de subscrição

**Valder Nogueira:** ok. A segunda pergunta é em cima de como é que tem se comportado o componente inflação no ajuste da receita de manutenção, dado que aí você tem um vento de cauda que vem do IGPM... custo IPCA. Como é que está nos contratos esse repasse do IPM? Você está conseguindo repassar tudo, não está? O que você pode dizer para a gente disso?

**Gilsomar Maia:** em termos do repasse ele se dá de forma automática. O que eu comentei pelo menos nos dois últimos trimestres foi que a gente viu uma queda quarter over quarter é que a efetividade dessa transferência é que é difícil de mensurar porque eu transfiro automaticamente o IGPM, mas a gente tem visto por inúmeras razões redução em termos de número de usuários, de clientes. Alguns clientes por questões de inadimplência, lembrando que em média após três meses a gente desconecta o serviço de suporte, as atualizações, e então uma vez que eu paro de faturar e de cobrar a manutenção do cliente a efetividade dessa cobrança também do IGPM ela cai por terra, porque aí esse repasse ele entra no meu churn do período.

Há também clientes que por questão de razão de redução do próprio negócio, pelas demissões que a gente tem visto ainda acontecendo nas empresas, tem reduzido a base de usuários e inevitavelmente as empresas especialmente médias para grandes, que tem um contingente maior de pessoas e de usuários, levam o cliente fazer uma redução do contrato. Então mais uma vez eu aplico a redução do IGPM mas depois reduzo o tamanho do contrato e eu não consigo mostrar para vocês de fato a transferência se efetivando.

E em muitas situações clientes menores a gente infere que alguns deles podem reduzir alguns usuários para tentar de alguma maneira offsetar pelo menos parte do reajuste inflacionário, mas nenhum cliente... usuários alegam esse tipo de coisa. Então é muito difícil a gente associar claramente uma redução de usuários à aplicação do reajuste de inflação. Mas em termos práticos e como a inflação tem crescido abaixo do reajuste de inflação do período a efetividade da transferência de inflação não tem se confirmado na integridade.

**Valder Nogueira:** Obrigado Maia.

**Gilsomar Maia:** De nada.

**Operadora:** nossa próxima pergunta vem de André Baggio, J. P. Morgan.

**André Baggio:** Olá Maia, bom dia a todos. Maia eu queria entender melhor você está vendo nesses números algum sinal de recuperação? Ou seja é claro, eu vi esse software... anual recurring... eu não consegui entender matematicamente como é que vocês chegaram a esse número, esse é um ponto.

E o segundo ponto é como é que vocês analisam a empresa somando vendas de licenças com vendas de subscrição para ver se a empresa está vendendo bem ou não?

**Gilsomar Maia:** bom dia Baggio. Eu acho que é importante até eu só repassar um pouco o que o ARR captura. Essa é uma métrica que é bastante recebida pelas empresas que utilizam o modelo de software como serviço.

Na prática o que essa métrica retrata é com base nos contratos que a gente tem vigentes no fechamento do trimestre quando a gente olha doze meses para frente as mensalidades desses contratos que já estão dentro de casa qual o volume de receita recorrente que elas nos trazem, e nesses efeitos já foi descontado os cancelamentos que a gente já tem conhecimento.

Então não é uma projeção em si porque eu não estão incorporando nessa métrica por exemplo vendas que a gente venha a realizar nos próximos doze meses. Na realidade o que eu estou simplesmente olhando o booking do contrato que eu já tenho dentro dos próximos doze meses, ou seja as vendas que eu faço por exemplo de Intera no mês de setembro hoje elas terminam não contribuindo para o meu 3T no resultado, porque o primeiro faturamento da mensalidade de subscrição ele se dá no mês de outubro. Quando eu analiso essa receita, essa métrica de receita recorrente anual eu capturo inclusive as vendas realizadas dentro do próprio trimestre.

Então essa métrica ela tem esse papel importante de mostrar não só o que aconteceu dentro do quarter, mas o que a gente já carregou para dentro da companhia. Por exemplo o que a gente vender agora no 4T ele provavelmente vai ter uma contribuição um pouco mais lincada ao resultado do tri e certamente o resultado do ano. Mas o que a gente vender dentro desse 4T já carrega para gente todo o benefício cheio para o ano que vem.

Então quando a gente olha essa métrica do ARR para dentro do próximo trimestre a gente vai ter essa visibilidade de quanto de receita recorrente a companhia já está carregando para o ano seguinte e sem computar as próprias vendas que ela fará no próximo ano.

Com relação à medição de receita hoje de vendas hoje na prática o que a gente faz, Baggio, mesmo quando a gente vende licenças a gente converte tudo para subscrição para ter uma "equidade" de avaliação das vendas realizadas tanto por um modelo quanto por outro. Mas quando a gente converte tudo para subscrição a gente tem conseguido ainda trazer algum crescimento de vendas, mas obviamente a queda de licenciamento na casa de quase 37% é muito difícil de incutir isso no prazo e a gente offsetar completamente.

Tem um outro fator também que é ligado ao Bemacash que as sete primeiras mensalidades de Bemacash está relacionada à venda do hardware, e somente a partir da oitava que hoje o cliente de Bemacash passa a contribuir também para a venda de subscrição. Então hoje o que eu vendo de Bemacash tem um leg para que isso se reflita também na minha venda de subscrição, então quando você olha hoje para a receita de subscrição você também não consegue capturar essa

receita gerada pela venda de Bemacash também nessa análise, é por isso que às vezes a gente tem uma percepção quando olha para os números do quarter que essa conta talvez não esteja sendo positiva para a companhia no curto prazo.

Com relação à última parte da sua pergunta relacionada ao sinal de recuperação a gente tem sinais nítidos, Baggio, sendo bastante realistas: a gente tem sinais bastante positivos nessa aceleração que a gente tem visto como comentei a pouco com o Diego que nível de subscrição a gente não vai provavelmente ser capaz de mostrar grandes saltos de um tri para outro, de um mês para outro, porque é o próprio comportamento de recorrência; mas a gente ver trimestre após trimestre a taxa de crescimento aumentando é uma boa indicação de que o mercado mesmo que de uma forma bastante gradual ele tem mostrado algum sinal de recuperação, e por outro lado também a nossa equipe interna e comercial também ganhando cada vez mais familiaridade com a forma de venda desse modelo.

Por outro lado a gente tem alguns sinais também que não são tão fortes também de recuperação especialmente ligados à venda de serviços, mais claramente consultoria. A consultoria do meio para o final do trimestre passado para este trimestre a gente viu um certo grau de frustração de vendas que para o business de consultoria por exemplo preocupam pouco.

E isso traz um nível de alocação mais baixo desses profissionais que em média tem uma remuneração mais alta do que o que a gente tem na média da companhia, como também as próprias vendas de licenças que normalmente estão associadas a um perfil do cliente de um tamanho um pouco maior, mais concentrado nas regiões onde a gente tem as nossas operações diretas que são os grandes centros, São Paulo, Rio, BH por exemplo. Quando a gente tem uma queda dessas vendas nesse perfil de clientes que geralmente gera bastante projeto de serviço também abre um gap ali na minha venda de serviço que reflete na alocação de profissionais.

Esses são hoje os dois principais pontos fora o que eu descrevi para o Valder agora há pouco de manutenção que eu acho que chamam a atenção para a gente em termos de preocupação, de ver os sinais mais claros de recuperação. Não sei se eu consegui endereçar direito a tua pergunta?

**André Baggio:** Sim, eu só queria entender então o anual recurring revenue a gente deve mais ou menos considerar como se fosse quase como a venda do último mês já garantida para o mês seguinte está embutido dentro das vendas de vocês e o que não está estão explícitas? É mais ou menos isso então?

**Gilsomar Maia:** Pegar todos contratos, Baggio, que eu tenho firmados até o fechamento do trimestre e converter aquilo em receita recorrente nos próximos doze meses, ou seja é o que eu já tenho dentro de casa.

**André Baggio:** Mesmo que o contrato vá começar a ser pago Bemacash daqui a seis meses?

**Gilsomar Maia:** Nesse caso você tem um contrato que ele tem um período que eu não cobro dentro dessa janela de doze meses eu só vou considerar os meses que eu cobro. Então essa

métrica de fato ela dá uma visibilidade em uma janela de doze meses do que eu já vou colocar para dentro de casa de receita.

**André Baggio:** Tá bom obrigado Maia, um abraço.

**Gilsomar Maia:** Abraço bom dia.

**Operadora:** Lembrando que para fazer perguntas basta digitar asterisco um, estrela um. Novamente, para fazer perguntas basta digitar asterisco um.

**Gilsomar Maia:** Eu agradeço a todos pela participação na nossa teleconferência. Como comentei antes da abertura do Q&A a gente sabe que esse é um momento que requer alguma cautela adicional nossa em termos de margem, mas a gente está bem focado que a gente está no caminho certo no nosso modelo de subscrição. Mas isso não vai tirar a nossa atenção de gestão de custos e de buscar vendas inclusive em todos os modelos que a gente tem dentro da companhia.

Eu agradeço novamente pela atenção e bom dia a todos.

**Operadora:** A áudio conferência da TOTVS está encerrada. Agradecemos a participação de todos, tenham um bom dia e obrigada por usarem Chorus Call.