

Operadora: Bom dia. Sejam bem-vindos à teleconferência de resultados do 2T18 da TOTVS. Estão presentes os senhores Gilsomar Maia, CFO; Eros Jantsch, Vice-Presidente de Negócios para o segmento de Micro e Pequenos Negócios; e Sérgio Sérico, Gerente de Relações com Investidores.

Informamos que todos os participantes estarão 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, por favor, digite *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. 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. Dou início à apresentação comentando os principais eventos recentes no **slide 3**.

O primeiro evento é o AUMENTO DE PARTICIPAÇÃO SOCIETÁRIA NA RJ PARTICIPAÇÕES pela Bematech, que adquiriu mais 20% do capital social da RJ por R\$4,350 milhões. Com isso, a Bematech passou a deter 80% de participação na RJ e a opção de compra dos remanescentes 20% foi prorrogada para 2021, seguindo o plano de negócios e de sucessão da RJ.

O segundo evento a se destacar é A MANUTENÇÃO DO SETOR DE TI NA DESONERAÇÃO DA FOLHA DE PAGAMENTO até 2020, com base na Lei Federal Nº 13.670, sancionada em 30 de maio de 2018. A Lei estabelece que, a partir de 2021, a contribuição

previdenciária patronal deixará de incidir sobre o faturamento à alíquota de 4,5% e voltará a incidir sobre a folha de pagamento à alíquota de 20%.

Os reflexos desse tema se concentram na operação de serviços, dada a predominância da folha de pagamento como componente de custo. Os prazos estabelecidos pela lei contribuem para a operação de serviços se preparar, tanto em termos de eficiência, quanto em precificação de projetos, para mitigar possíveis efeitos a partir de 2021.

E, o terceiro evento é a deliberação do Conselho de Administração pela distribuição de DIVIDENDOS E JUROS SOBRE CAPITAL PRÓPRIO relativos ao primeiro semestre de 2018 no montante total de R\$32,7 milhões, correspondente a R\$0,20 por ação, dos quais R\$18,0 milhões são referentes a dividendos, correspondentes a R\$0,11 por ação, e R\$14,7 milhões são referentes a Juros sobre Capital Próprio, correspondentes a R\$0,09 por ação. O pagamento, tanto dos dividendos, quanto dos juros sobre capital próprio, será realizado em 3 de outubro de 2018 aos acionistas detentores de ações da Companhia em 1º de agosto de 2018.

Passando agora para o **slide 4**, destacamos também o estudo “Enterprise Application Software” divulgado pelo Gartner no mês de junho, que reitera a liderança da TOTVS no mercado de ERP no Brasil, com 50,5% de participação em 2017, o que representa um aumento de 0,9 ponto percentual frente a 2016, e 0,2 ponto percentual frente a 2014, período anterior à mudança para o modelo de subscrição.

O mesmo estudo também aponta a TOTVS na primeira posição na América Latina com 31,6% de participação no mercado de ERP, o que representa um avanço de 0,7 ponto percentual frente a 2016.

Agora, passo a apresentação ao Eros, que comentará o desempenho de receita do trimestre a partir do **slide 5**. Por favor Eros, dê seguimento à apresentação.

Eros Jantsch: Obrigado Maia. Muito bom dia a todos.

O crescimento trimestre contra trimestre de 2% da receita líquida foi causado pelo aumento sazonal das vendas de hardware e pelo avanço dos projetos de serviços no segundo trimestre.

Além da evolução sazonal, o aumento das vendas de serviços em períodos anteriores também contribuiu para o crescimento ano contra ano de 11% da receita de serviços que, somado ao avanço da receita de software, levou ao crescimento de 4,4% da receita líquida ano contra ano.

Já, a redução trimestre contra trimestre de 3,9% da receita de software se deu principalmente pela queda de 33% da receita de licença apresentada no **slide 6**, em especial pelo incremento da receita de licença do modelo corporativo no primeiro trimestre, que também é um item sazonal como fica evidente nos crescimentos ano contra ano do trimestre e do acumulado de 12 meses.

Aliás, na comparação ano contra ano, vemos que o crescimento da receita de software tem sido gerado pela Receita de Subscrição, que cresceu 31% no trimestre e quase 35% no acumulado dos últimos 12 meses.

No gráfico à esquerda do **slide 7**, isso fica mais claro. Podemos observar que as barras azuis do gráfico, que representam a soma da receita de licenciamento e de manutenção, não cresceram nos últimos 3 trimestres e todo crescimento da receita de software resultou da receita de subscrição apresentada pelas barras cor de laranja.

A receita de subscrição cresceu 2,7% neste trimestre, passando dos R\$94,6 milhões, no trimestre passado, para R\$97,2 milhões neste trimestre. Esse desempenho da subscrição foi negativamente afetado pela maior concentração de vendas no mês de junho, em decorrência da greve dos caminhoneiros na última semana de maio. Essas vendas de junho contribuirão para a receita do 3T18 e estão contempladas no exercício de subscrição anualizada no gráfico à direita do slide.

Adicionalmente a esse fator, o crescimento da receita e da ARR de subscrição também foi negativamente impactado por dois fatores ligados a ajustes no modelo de vendas do Bemacash: (i) maior volume de cancelamentos por inadimplência oriunda de unidades vendidas antes do 1T18, quando foi implementada a venda a prazo por meio de cartão de crédito; e (ii) pela redução de vendas decorrentes da mudança implementada com a cobrança da subscrição de software desde o primeiro mês.

A despeito desses fatores, a Receita Recorrente Anualizada de Subscrição (ARR) totalizou R\$425,6 milhões no 2T18, montante que representa 40% de crescimento ano contra ano e 5,7% de crescimento trimestre contra trimestre.

Agora passo a apresentação ao Sérgio Serio, que comentará sobre o resultado de software no **slide 8**.

Sérgio Sérgio: Obrigado Eros. Muito bom dia a todos.

A redução ano contra ano da Margem de Contribuição de Software Ajustada é resultado da combinação do crescimento dos investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento e dos Custos com Suporte.

A despeito da redução dos custos recorrentes com pessoal realizado em 2017, o crescimento dessas linhas reflete os reajustes salariais decorrentes dos acordos coletivos, somados aos novos investimentos em inovação feitos pela Companhia no período.

Já a redução de trimestre conta trimestre da Margem de Contribuição de Software Ajustada está associada à redução da Receita de Software comentada pelo Eros, ao aumento dos custos decorrente do maior volume de participantes em férias no 1T18, e aos custos adicionais de Suporte para atender aumento de demanda oriunda dos novos clientes adicionados no período, por conta de novas regulamentações que entraram em vigor no primeiro semestre deste ano, como por exemplo o e-Social.

Falando agora sobre serviços, no **slide 9**, a Margem de Contribuição de Serviços ajustada cresceu 600 pontos-base ante 2T17, e 310 pontos-base ante 1T18. O crescimento da Receita de Serviços se deu principalmente por conta do maior ritmo de vendas de serviços observado nos últimos trimestres e da maior alocação dos profissionais de serviços no trimestre.

Quando tomamos como base a comparação dos últimos 12 meses a redução de 2,1% nos custos de serviços é consequência da readequação de estrutura promovida ao longo do 2S17. Essa redução levou a uma margem de 5,6% nos 12 meses de 2018, 340 pontos base superior ao apresentado no mesmo período do ano passado.

Passando agora para hardware, no **slide 10**, a Margem de Contribuição Ajustada de Hardware foi 580 pontos base menor no 2T18 versus 2T17 e 570 pontos base menor no comparativo dos últimos 12 meses. Os principais fatores que resultaram nessa diminuição foram o aumento em Pesquisa e Desenvolvimento, resultado de gastos com os institutos contratados para atendimento à Lei de Informática e da queda de vendas de soluções fiscais, que possuem maior margem bruta.

Quando comparamos trimestre contra trimestre, o aumento de 240 pontos base da margem de contribuição ajustada reflete, o aumento de vendas de soluções fiscais no 2T18, motivado pela manutenção da legislação fiscal em Minas Gerais e pelo incentivo por parte do Governo de Santa Catarina para regularizar o uso de impressora fiscal e também a retomada do volume ante a sazonalidade negativa do 1T18.

Tal sazonalidade negativa do 1º trimestre pode ser verificada no gráfico à esquerda no **slide 11**. No gráfico à direita do mesmo slide, apresentamos o aumento da participação das soluções fiscais no mix de produto, causado pela demanda comentada no slide anterior. O aumento das vendas de soluções fiscais, conforme demonstrado, que possuem maior margem, levou ao incremento da margem do resultado de hardware no 2T18.

Adicionalmente, no 2T18, as vendas de Bemacash totalizaram 691 unidades, ante 1.093 no 2T17. Como comentado anteriormente pelo Eros, essa redução é consequência das mudanças no modelo de venda de Bemacash, que visam simplificar o processo de venda e reduzir a inadimplência.

Para falar agora sobre as despesas comerciais e administrativas, peço a todos para irem para o **slide 12**.

No trimestre, o percentual de despesas com vendas e comissões sobre a receita líquida, apresentou uma queda em relação ao trimestre anterior relacionada ao mix de vendas entre canais próprios e franquias e ao mix de receitas.

Quando comparada com o 2T17, a redução de 5,7% das Despesas de Vendas é explicada pelo efeito da redução dos custos recorrentes com pessoal realizado no 4T17 e pelo diferimento da remuneração variável como consequência do IFRS-15.

Com relação as despesas gerais e administrativas, honorário e outras, a redução ano contra ano, está relacionada ao patamar de Provisão para Contingências do 2T17, inferior à média trimestral registrada no mesmo ano, e também aos gastos adicionais com a incorporação da PC Sistemas realizada no 2T17 e à integração das operações administrativas da Bematech ao longo do ano passado, que contribuíram para a redução dos custos recorrentes com pessoal realizado no 4T17.

Passando para a linha de propaganda e marketing, as variações destas despesas sobre a receita líquida, frente ao 2T17 e 1T18, estão associadas ao plano anual de marketing da Companhia.

Já, a provisão para crédito de liquidação duvidosa representou 1,9% da Receita Líquida do 2T18, ante 2,3% do 1T18 e 1,4% do 2T17. Esse patamar de provisão retrata o maior nível de inadimplência atual, que resultou no efeito negativo de R\$3,2 milhões com a aplicação da nova norma de IFRS-9. Desconsiderando os efeitos do IFRS-9, a provisão representou 1,4% da receita líquida, mesmo patamar observado no segundo trimestre de 2017.

Agora, retorno a apresentação ao Maia que comentará o EBITDA no **slide 13**.

Gilsomar Maia: Como podemos notar nos gráficos, a redução no EBITDA, trimestre contra trimestre, se deu pela redução no resultado de Software, parcialmente compensado pelo aumento dos resultados de serviços e de hardware e pelas reduções das despesas comerciais e administrativas.

Com relação ao 2T17, o crescimento do resultado de software, juntamente com o de serviços, superior à queda do resultado de Hardware, impactaram positivamente o EBITDA. A mudança no mix de produtos ainda continua a reduzir o resultado de hardware, com a descontinuação da impressora fiscal em estágio mais avançado, quando comparado ao desenvolvimento de soluções como Bemacash e os dispositivos inteligentes para Internet das Coisas.

Na comparação entre os acumulados dos 12 últimos meses, o aumento dos resultados de software e de serviços, mesmo parcialmente neutralizados pela redução do resultado de Hardware, ainda não resultaram em crescimento de EBITDA, devido ao montante ainda demandado pelas provisões para créditos de liquidação duvidosa, parte das despesas comerciais, e das provisões para contingências, são parte das despesas administrativas.

Indo agora para o **slide 14**, esse desempenho de EBITDA é o principal elemento que, mesmo com a melhora do resultado financeiro e do pagamento de imposto de renda e contribuição social, levou a redução de lucro líquido trimestre contra trimestre.

Na comparação ano contra ano, o crescimento de 7% do lucro líquido veio principalmente da melhora do EBITDA, uma vez que a redução das despesas de amortização, ligadas a menores gastos relacionadas aos ativos intangíveis oriundos de aquisições de empresas, foi mais do que compensada pelo aumento do resultado financeiro negativo e aumento da taxa efetiva de Imposto de renda deste trimestre.

Agora, passo para o fluxo de caixa e endividamento no **slide 15**.

Ano contra ano, a geração livre de caixa cresceu 20%, principalmente por conta do crescimento do lucro antes do Imposto de Renda e Contribuição Social e da redução de recursos investidos em capital de giro.

Quando a comparação é feita trimestre contra trimestre, a geração livre de caixa cresceu 66%, tendo a geração operacional crescido 53%, explicada pela redução nos

investimentos em capital de giro, pelo menor volume de pagamento de juros, dada a amortização de juros das debêntures ocorrida no 1T18; e pelo menor patamar de CAPEX. Adicionalmente, a dívida líquida caiu quase 50% ano contra ano e 23,5% trimestre contra trimestre, mesmo com o pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio refletido no fluxo financeiro do 2T18. Essa redução levou a dívida líquida ao patamar de 0,7x o EBITDA Ajustado dos últimos 12 meses, o menor patamar desde o 2T15.

Agora, passo para as considerações finais no **slide 16**.

Ao longo desta conferência vimos que:

A receita líquida cresceu 4,4%, impulsionada pela receita de software e de serviços que cresceram 4,4% e 11% respectivamente ano contra ano.

A receita de subscrição cresceu 31% ano contra ano, já representando mais de 25% da receita de software.

O EBITDA Ajustado cresceu ano contra ano 4,5%, com margem estável.

A geração livre de caixa cresceu 66% e a dívida líquida caiu pela metade ano contra ano, atingindo 0,7x EBITDA.

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.

A primeira pergunta vem de Fred Mendes, Bradesco.

Sr. Fred Mendes: bom dia a todos, obrigado pelo call. Eu tenho duas perguntas, a primeira em relação a Bemacash, se vocês pudessem falar um pouquinho mais sobre esse business desde estratégia porque teve a mudança ali que agora as vendas são feitas pela Totvs Store até a performance de vendas atual, se vocês estão felizes com essa performance, se vocês acham que tende a melhorar, enfim, até também em termos de estrutura como estaria Bemacash hoje - mas a parte de micro, falando de micro como um todo, o micro varejo, como está essa estrutura dentro da Totvs, essa seria minha primeira pergunta.

A segunda pergunta acho que a linha que mais chamou a atenção foi a linha de P&D, e é difícil do nosso lado fazer uma leitura. Então acho que eu sei que para vocês também não é tão simples, mas se tivesse uma maneira de dar qualquer tipo de breakdown ou visibilidade de quanto foi para novas iniciativas vis-à-vis quanto é para atualizações. Eu não sei se é possível fazer isso, mas qualquer visibilidade seria ótimo, obrigado.

Sr. Eros Jantsch: bom dia, Eros falando, obrigado pela pergunta. Então vou dar uma repassada geral nessa iniciativa. Acho que de fato é importante e depois eu entro um pouquinho na parte da estrutura. Importante começar dizendo que esse movimento que Bemacash está puxando aqui no Brasil ele é um movimento mundial.

Basicamente micros e pequenos varejistas ao redor do mundo eles estiveram tradicionalmente software e hardware para a gestão do negócio deles totalmente separado dos meios de pagamento, e com as tecnologias atuais é possível ter uma solução que entregue uma experiência muito melhor para o cliente, uma solução integrada já utilizando tecnologias dos grandes clientes, cloud, mobilidade e assim por diante.

Esse movimento mundial está testando vários modelos de negócio, então tem modelos de negócio que precificam para o cliente puxando mais a parte de pagamentos, tem subscrição de software subsidiando hardware muitas vezes, existem players trabalhando mensalidades do software e do hardware que era o modelo que a Totvs estava praticando antes dessa mudança, e existem também players que praticam a subscrição do software e a venda do hardware em separado. Então tem uma série de modelos ao redor do mundo sendo testados.

O fato é que faz muito sentido para o cliente esse tipo de solução já integrada com o pagamento. As tecnologias estão disponíveis e acho que a grande mudança que vem no médio prazo é a questão de dados. Nunca foi possível ter acesso aos dados desses perfis de cliente e no futuro isso certamente será possível.

Nós temos acompanhado esse movimento e para dar alguma referência de bases instaladas a gente está falando hoje de bases instaladas de 20.000 clientes, de 50.000 clientes. Esse é o patamar de algumas referências que a gente enxerga nos EUA de empresas que estão com o projeto um pouco mais maduro do que o nosso momento.

No Brasil a Totvs lidera esse movimento. É nosso terceiro ano de operação. A gente fez recentemente essa mudança no modelo de negócios. Ele entrou em maio, nós mudamos em abril; mas ele entrou de fato em maio porque a gente acredita que tem um modelo melhor frente a tudo o que a gente aprendeu.

O que a gente viu basicamente? Os clientes que já estavam há mais tempo na base, clientes que entraram no primeiro ano da operação, eles começaram em alguns casos a perguntar "Poxa, mas eu vou ficar pagando esse valor mensal pelo contrato inteiro?" Eram mensalidades mais altas que consideravam o hardware e o software, começaram a se perguntar e isso apareceu um pouco mais. A gente viu que isso escalando poderia ser um problema, ou seja, uma própria rejeição ao modelo.

A outra coisa é que a gente entende que precisa ter a flexibilidade no hardware que é utilizado na solução. O Bemacash nasceu muito baseado em tablet, nós recentemente lançamos e estamos iniciando agora o Bemacash rodando num smart POS, uma máquina de cartão Android que é um produto trazido pela Bematech para o mercado, e certamente em algum momento esse Bemacash ele pode rodar até no smartfone do próprio cliente. Então a gente precisava no modelo ter mais flexibilidade na escolha desse hardware.

E por fim é um mercado que tem uma certa mortalidade, tem uma inadimplência característica dele. Nós estávamos operando 100% das vendas em boleto na mensalidade e a gente mudou 100% desse negócio para pagamento em cartão de crédito ou boleto à vista e algumas formas de financiamento. Então a gente entende que a gente tem um modelo que protege muito mais negócio para a Totvs, um modelo que está mais adequado para o cliente e o modelo que permite flexibilizações na escolha desse hardware.

Importante ressaltar que nessa fase, nessa mudança de modelo nós avançamos também bastante na store. Então hoje existe uma página Bemacash que leva para uma store que permite uma venda digital. A gente está avançando no deploy do produto, na instalação digital e nós já praticamos suporte digital. Então ao mesmo tempo a gente veio trabalhando essa jornada digital da venda ao suporte.

O momento que nós estamos é o momento de escalar esse modelo. Os resultados que nós tivemos foram melhores do que os resultados que nós planejamos apesar de haver uma queda comparada com os períodos anteriores, mas a gente está num momento de escalar esse negócio. Julho já mostrou uma reação, a gente está entrando no terceiro mês de operação em julho.

E um pouco em relação aos canais nós continuamos trabalhando com os canais desenvolvidos. Esse é um canal que não existia no Brasil, então teve que ser criado. Nós continuamos trabalhando com ele mas nós também estamos vendo outras formas de distribuição, por exemplo canais mais focados em pagamentos. Existe um canal de

pagamentos no Brasil e a gente tem trabalhado cada vez mais com esse perfil de canal, assim como as próprias adquirentes. Já desde o ano passado a gente tem bastante iniciativas com as adquirentes, a gente vem melhorando as interações com as adquirentes e a gente entende que em algum momento isso deve fechar no modelo de distribuição final do Bemacash.

Na estrutura, a estrutura eu tenho foco muito grande em pequenos negócios e principalmente no Bemacash. Toda a estrutura de desenvolvimento de produto e suporte, vendas de canais ela é exclusivo para micro e pequenos negócios. Em nas áreas mais de back office a gente tem áreas que fornecem serviços como o centro de serviços compartilhados para o micro e pequeno negócio. Então a gente tem uma equipe focada nisso e a gente está investindo cada vez mais principalmente na parte de produto e de vendas.

Sr. Fred: perfeito obrigado Eros.

Sr. Maia: bom dia Fred é o Maia falando. Com relação à segunda pergunta relacionada à P&D, P&D a gente tem alguns temas que estão sendo trabalhados, alguns até a gente já tem mencionado em períodos anteriores. Eu acho que um que eu posso recuperar é o investimento que a gente tem feito no desenvolvimento de uma plataforma de software para a gestão de infraestrutura em nuvem. Isso é parte da estratégia que a gente chama de cloudificação dos nossos softwares, das nossas soluções, que originalmente foram soluções pensadas para o mundo on premise e parte da estratégia se refere a alterar um pouco os produtos tanto em termos de interface quanto também em termos de arquitetura de algumas soluções para que elas tenham comportamento mais eficiente em nuvem.

Mas por outro lado também nós temos desenvolvido uma camada intermediária entre essas aplicações e as infraestruturas cloud para que a gente consiga ter uma boa independência da arquitetura das nossas soluções para a arquitetura de software dessas nuvens públicas hoje disponíveis no mercado. Então isso vai dar um nível de autonomia e de automação também quando a gente opera nossas aplicações tanto na nossa nuvem própria quanto na nuvem de parceiros, é algo que a gente tem colocado força.

Parte também do investimento em P&D ele tem se relacionado também algumas inovações mais ligadas à atividade vertical, uma delas inovações que a gente tem trazido das nossas soluções mais voltadas para manufatura e ligadas com o que está sendo apelidado pelo mercado manufatura 4.0, que é uma nova vertente, uma nova onda de inovação tecnológica mais voltada para um segmento mais tradicional como o de manufatura, mas que também tem criado bastante oportunidade para a gente.

E por último que eu listaria em termos de inovação aí é um pouco continuação já do plano que a gente trouxe ano passado com Carol que é cada vez mais trazer para dentro das nossas soluções recursos ligados à inteligência artificial. O próprio Bemacash é um exemplo que o Eros estava comentando. No ano passado a gente chegou a também dar alguns exemplos de utilização de Carol com Bemacash, mas isso também tem evoluído no dia-a-dia.

Essas iniciativas são as iniciativas de P&D mais ligadas à inovação, e fora isso tem as melhorias incrementais de produtos que também são ligadas a questões mais do dia-a-dia como regulação, obrigações acessórias. Esse ano as empresas estão tendo uma demanda bastante forte em termos de obrigações acessórias e muitas delas ligadas a E-social, Reinf, agora a gente tem nota fiscal eletrônica 4.0 entrando.

Então é um ano que também tem de mandado bastante da equipe de P&D e especialmente de suporte também para poder acompanhar esse ritmo de mudança da regulação, até porque muita coisa foi disponibilizada também pelo governo no início desse ano e ao longo desse semestre também.

Então a Totvs e várias empresas também do setor que a gente tem conversado tem feito bastante esforço para conseguir acompanhar essas modificações.

Sr. Fred: perfeito Maia obrigado. Se só puderem fazer um follow up muito rápido voltando na parte da Bema. Nesse novo modelo de vendas - não sei se dá para chamar de novo - mas talvez enfim uma nova estratégia pelo menos através do Totvs Store como a que fica o papel dos revendedores? Vocês ainda acham que eles são uma vantagem competitiva? Enfim vocês estão tentando adaptar eles para algum outro serviço? Como é que fica hoje estrategicamente o papel dos cinco mil revendedores que vieram com a compra da Bema?

Sr. Eros: Fred esses revendedores eles têm papel importante. A gente entende que como todo o business SaaS tem uma tendência muito forte de cada vez mais a venda ser digital. Mas o Bemacash especificamente ele é um conceito que os clientes não conhecem, então você ainda precisa de muito investimento em vendas e marketing para divulgar o conceito e então os canais tem papel muito importante.

E a gente acredita que os canais eles têm papel muito importante mesmo no futuro pela questão de instalação e setup do produto até que o produto atinja uma maturidade de instalação e de suporte 100% digital. Então a gente continua acreditando que esse é um

canal importante - mas nós estamos avançando bastante na venda digital para permitir um processo mais fluido e mais digital para os clientes.

Sr. Fred: perfeito pessoal muito obrigado.

Operadora: a próxima pergunta vem de Valder Nogueira, Santander.

Sr. Valder Nogueira: bom dia turma. A gente teve nesse trimestre um bom alinhamento de receita na maioria das frentes, mesmo com o negativo, o efeito colateral negativo da greve. Na verdade, essa greve deve ter afetado de formas diferentes a dinâmica do recebimento dos seus diferentes segmentos, o cliente menor, o cliente SMB.

O que vocês podem falar do que foi o efeito colateral dessa greve tanto positivo quanto negativo e o que a gente pode esperar de represamento de receita? Como vocês falaram teve muita coisa que acabou sendo fechadas só em junho e na verdade pode acabar descambiando para o 3T - e claro, olhando também o 2S, essa a primeira pergunta.

Sr. Maia: bom dia Valder é Maia falando. Bom, a greve dos caminhoneiros acho que em termos de recebimento diretamente o impacto que ela teve no trimestre foi ter ocorrido na última semana de maio. Acho que a grande maioria de vocês já conhecem o comportamento do nosso mercado, que tem nível de concentração forte de vendas na última semana dos meses, e certamente isso impactou.

O que ocorre também é que parte disso migrou para junho. Junho foi um mês de vendas bom, maio que deveria ser um mês bastante forte de vendas não foi e parte disso a gente atribui à questão da greve. Mas o que a gente teve de venda em junho consequentemente não foi suficiente para fazer o que se fazia em junho mais do que deveria ter sido feito em maio. Junho foi um mês bom, muito bom; mas não o suficiente para compensar isso.

O que a gente pode ver isso se propagando em receita para frente, porque o que foi vendido em junho não implicou em recebimento dentro do tri, eu acho que fica mais visível quando a gente olha a taxa de crescimento do ARR de um tri para outro e o crescimento da própria receita de subscrição de um tri para outro. A gente vê que a receita de subscrição cresceu coisa de 2,7%, um pouco menos de 3% enquanto o ARR andou mais de 5% nesse período. Então acho que essa diferença entre a evolução do ARR e da receita de um tri para outro dá um pouco a medida do descasamento que a gente teve por conta desse movimento de maio para junho.

O fato concreto também Valder que a gente olha em termos relativos - eu acho que é um pouco mais sentimento, porque isto também está baseado até no próprio mês de julho - o sentimento do time comercial é que o efeito da greve específico que foi relacionado àqueles dez dias da greve, mas pós- greve a sensação é que o humor do mercado não está tão bom quanto no começo do ano.

Não é que ele esteja ruim, acho que em termos relativos ele continua ainda melhor do que ano passado, a melhora é clara; mas frente ao que a gente tinha no início do ano a gente vê uma certa deterioração.

A venda de licença, a despeito da gente poder ter volatilidade trimestral como vem comentando já há vários trimestres, na medida que o modelo vai migrando para subscrição o que remanesce de vendas no modelo de licenças cada vez mais tende a se concentrar pouco a depender mais de grandes contas. Se você olhar nesse trimestre nós tivemos um tíquete de licença também substancialmente menor, o que demonstra que também as contas grandes não tiver uma boa dinâmica nesse tri.

Então acho que só estou falando isso para te dar um exemplo do que eu quero dizer exatamente com o humor pós-greve e antes de greve. A dinâmica de vendas com as empresas menores ela continua a boa, porém a gente sente que no geral, inclusive quando a gente soma as grandes a dinâmica não é a mesma do começo do ano.

Pontualmente a gente também está observando com um pouco mais de cuidado empresas de transporte. A gente é líder nesse mercado, é um segmento que acho que tem valor estratégico enorme no setor de logística. Não é um dos grandes segmentos nossos em termos de composição de receita - a companhia tem uma receita bastante diversificada setorialmente - mas é um nicho que a gente tem observado de perto por que essas empresas, pelo que a gente tem acompanhado, elas têm sofrido mais. Eu acho que os efeitos da greve atingiram mais em cheio essas empresas.

Sr. Valder: obrigado e a gente teve uma surpresa positiva na margem de contribuição da receita de serviços. Quão sustentável esse 7,7 é olhando para frente?

Sr. Maia: olha Valder serviços têm um natural descasamento, um lag entre vendas e receitas, e resultado. Então leva tempo normalmente da venda do projeto para a gente poder de fato startar o projeto com o cliente e executar o serviço. Então parte dos frutos que a gente tem colhido agora como os serviços são resultantes de vendas que nós fizemos em trimestres anteriores.

O 4T e o 1T são trimestres pouco favoráveis para serviços por que você tem período de festas de final de ano, férias de final e início de ano, muitas empresas fechando balanço

no início do ano e então que não começam projetos nesse período. Então são momentos que não favorecem a gente mostrar o benefício das vendas que a gente tem realizado de serviço.

Então agora o 2T talvez tenha sido o primeiro trimestre mais oportuno para isso. A gente continua com bom nível de projetos que a gente vendeu. O ritmo de venda de projetos acho que ele tem se mantido em patamares que dão condições para a gente continuar tendo bom volume de entrega de serviços nos próximos períodos e acho que a gente tem que continuar observando as vendas de serviços. Pelo menos curto e médio prazo acho que o volume de serviços vendidos e proporciona para a gente boas condições.

Sr. Valder: mesmo você não tendo nesses trimestres a vir algumas externalidades que levaram seus clientes a contratarem serviços seja de consultoria, seja de implementação meio em cima do laço para poder fazer a implementação dessas externalidades, principalmente coisas de governo, não?

Sr. Maia: sim, sim. Isso também ajuda, traz fluxo adicional para a gente. Nós estamos falando nesses casos específicos que você mencionou, são projetos mais de tiro curto, coisa bem rápida e emergencial - mas certamente isso também contribui. Mas o fato é que as vendas de períodos anteriores elas de fato geraram um "estoque" a bom para a gente de serviços, que acho que pelo menos no curto prazo, e cria boas condições para o time de serviços. Obviamente a gente tem que comentar, como comentei há pouco, observando como as vendas vão se dar para frente, porque isso pode comprometer olhando um pouco mais para frente.

Sr. Valder: tá bom obrigado Maia.

Sr. Maia: de nada.

Operadora: a próxima pergunta vem de Susana Salaru, Itaú.

Sra. Susana Salaru: oi pessoal bom dia e obrigada pelas perguntas, pela pergunta. Na verdade, nós temos duas perguntas, o primeiro se pudessem falar um pouquinho para a gente sobre como foi o churn de subscrição, de manutenção - não precisa falar o número se não puderem - mas só como foi o delta em relação ao trimestre anterior e ao ano anterior.

A segunda pergunta sobre Bemacash o Eros mencionou que tem três formas de pagamento atualmente: tem o boleto à vista, tem o cartão e mencionou também formas

de financiamento. Se pudessem elaborar um pouquinho o que seriam essas formas de financiamento.

E se eu puder uma terceira rapidamente: a discussão do R&D, do P&D que veio um pouquinho acima do que a gente imaginava, dá para se considerar que daqui para frente vai ser esse patamar um pouco mais alto dadas essas iniciativas que o Maia descreveu? Obrigada pessoal.

Sr. Maia: Susana eu vou começando, vou começar pela primeira do churn. O churn no global ele não teve nenhuma melhora. Ele ainda se manteve num patamar alto próximo de 9% nesse trimestre. Nós tivemos nível um pouco mais alto de subscrição, de churn nesse trimestre específico, e de manutenção até um pouquinho menor do que a gente observou nos trimestres anteriores.

O churn de subscrição fora outros fatores acho que um que posso conectar até com o próprio comentário do Eros é relacionado também a Bemacash, inclusive as mexidas no modelo que ele comentou e ele pode te falar um pouco mais sobre essa questão de financiamento, também foram para endereçar questões relacionadas à inadimplência. Isso tem um efeito tanto de receita pós IFRS 15 quanto de ARR. Eu temo que talvez não possa ser bem compreendido aqui, mas em termos de ARR lá atrás quando nós vendemos o Bemacash nós olhamos os doze meses forward e a gente incorporou no ARR a expectativa que a gente tinha de receber as mensalidades de Bemacash. Então para os casos da inadimplência de Bemacash na hora que eu cancelo esses contratos eu retiro isso tudo de uma vez do ARR e isso penalizou meu ARR.

Pós-virada do ano de 2017 para 18 com a implementação do IFRS 15 eu tenho também com um efeito um tanto quanto parecido na receita de subscrição, porque a regra contábil pede que nós linearizemos a receita ao longo do ciclo da vida do contrato. Então o que eu quero dizer em termos práticos - e talvez o exemplo do Bemacash me ajude a explicar o que quero dizer exatamente - o se a gente pegar as vendas de Bemacash lá atrás a gente falava de um contrato de 36 meses que não tinha pagamento de software nos dez primeiros meses.

Com a implementação do IFRS 15 o que a gente teve que fazer? A gente calculou olhando os 36 meses de vida do contrato nós pegamos as receitas de software a partir do 11º mês até o 36º mês e nós dividimos em 36 meses, e a gente reconheceu receita desde o momento zero do contrato. Então se você olhar na virada do ano um dos ajustes que a gente fez contra o patrimônio também foi reconhecimento de receita de subscrição.

Então da mesma forma que o ARR na hora que eu tenho o cancelamento desse contrato aquela receita que eu reconheci nos primeiros dez meses sem ter faturamento e que depois se reverteria em ter um faturamento maior do que a receita que eu reconheceria porque eu devolvo aquela receita que eu reconheci nos primeiros dez meses, quando eu tenho o cancelamento do contrato eu estorno, eu devolvo toda aquela receita que eu reconheci de uma vez só.

Então isso teve reflexo tanto na receita de subscrição quanto no ARR e isso também computou como parte da elevação do churn também de subscrição. Não foi o único evento naturalmente, acho que a gente está até estudando um pouco melhor, entendendo os motivos; mas o fato concreto foi esse.

Em termos de P&D eu penso que o patamar que a gente tem de P&D e ele é um patamar que é um referencial sim para o resto do ano, porque é um ano que ainda tem bastante demanda para ser cumprida e as frentes de inovação que eu elenquei para o Fred da pergunta anterior que ele me fez são frentes que a gente vai continuar trabalhando ainda por um bom tempo. Então eu não vejo possibilidade da gente ver recuo em P&D agora no médio prazo.

A terceira que é relacionada às formas de financiamento de Bemacash eu vou deixar para o Eros.

Sr. Eros: perfeito. Então Susana com relação à forma de pagamento eu até vou começar repassando como o cliente contrata o Bemacash.

Então o cliente contrata, você tem algumas opções de hardware e o cliente contrata adquirindo esse hardware e pagando pela subscrição do software. Então independente de que hardware seja o cliente pode adquirir desse hardware em até dez vezes no cartão de crédito, só que a gente utiliza o limite das dez parcelas do cartão de crédito dele e então alguns clientes ficaram pouco pressionados por isso.

Nós damos a opção de pagamento desse hardware à vista no boleto - isso tudo via store, automatizado - e nós entendemos que é importante para esse perfil de cliente a gente ter uma forma de financiar a aquisição desse hardware, mas isso é feito através de parceiros, e é aí onde a gente está evoluindo e buscando cada vez mais parceiros porque a gente entende que faz sentido para esse perfil de cliente.

O software ele também é contratado desde o primeiro mês e o software é sempre no cartão de crédito. Então a gente saiu do boleto para essas recorrências de software e no

hardware a gente está buscando essa flexibilidade porque o mercado demanda esse tipo de forma de pagamento.

Sr. Maia: o financiamento do hardware num prazo mais dilatado, Susana, para a gente é algo que a gente está trabalhando para suportar o Eros nessa frente porque a gente entende que o crédito para financiar esse hardware num período mais longo certamente é um fator crítico e pode também contribuir para a gente poder acelerar as vendas de Bemacash.

Então não tenho nada concreto ainda para te falar nesse sentido, a gente está trabalhando em algumas opções - mas é algo que a gente provavelmente vai trazer nos próximos trimestres alguma novidade nesse sentido.

Sra. Susana: perfeito e só uma perguntinha rápida: vocês falaram bastante que o fato do cliente Bemacash ter que pagar o software desde o mês 1 esse é um fator que mudou a dinâmica com o cliente. Só para tentar ter uma ideia da magnitude disso em termos financeiros para o cliente eu não sei quanto exatamente uma parcela do mês 1 quanto vocês dizem que é hardware e quanto é software? Digo é um aumento significativo para o cliente nesse mês 1 ele teve que pagar a subscrição?

Sr. Eros: Susana no modelo anterior que a gente cobrava uma mensalidade pelo hardware e pelo software vou te dar umas referências: então o cliente na média estava pagando R\$ 250/mês na média. No modelo atual ele tem a possibilidade de pagar o hardware em 10x, então o modelo mais acessível do Bemacash hoje a gente vai estar falando em dez parcelas de R\$ 199,00 por exemplo, e ele está pagando R\$ 99,00 no software desde o primeiro mês.

Então ele percebe nos primeiros meses uma parcela maior, mas depois disso obviamente ele fica só com o software. Esse foi o modelo que a gente viu que tem aderência. Não é 100% dos clientes que estavam reclamando, era uma minoria; mas a gente viu que com escala isso poderia virar um problema e a gente decidiu fazer essa mudança já.

Sra. Susana: perfeito obrigada pessoal.

Sr. Maia: de nada.

Operadora: a próxima pergunta vem de Maria Tereza Azevedo, Banco UBS.

Sra. Maria Tereza Azevedo: oi gente obrigada pela pergunta. Na verdade, eu queria entender um pouco sobre canais. Vocês mencionaram que teve impacto em mix de comissionamentos e eu queria entender se vocês estão vendo alguma tendência em mudança de mix daqui para frente e se é possível quantificar um pouco a diferença de margem entre os diferentes canais e se vocês têm sofrido alguma resistência dos franqueados para aderirem de forma mais agressiva ao modelo de subscrição.

E pegando uma carona nessa primeira pergunta a segunda pergunta é sobre a estratégia de migração de base, se vocês acham que com eleições e com o macro ainda um pouco instável se tem algum risco de uma postergação desse processo de migração e de conclusão dessa transição, obrigada.

Sr. Maia: bom dia Maria Teresa, Maia falando. Falando primeiramente da parte de canais quando a gente se refere à flutuação da comissão no período o mix de venda entre canais franqueados e força de venda própria ele interfere no nível de comissão. Então se eu vendo mais por franquias eu tendo a ter patamar de comissão mais alto e provavelmente nível de despesa de vendas um pouco mais baixo.

No agregado provavelmente a gente não vai ter mudança muito grande. Quando a gente faz referência ao mix de canais é muito nesse sentido. No mês a mês, no tri a tri, é muito normal a gente ter uma volatilidade entre a distribuição de venda que se dá por um tipo de canal ou por outros, ou seja, por franquias ou por equipe própria - mas isso não representa nenhum tipo de resistência com relação a SaaS.

O simples fato da gente ter tido uma licença, por exemplo, mais forte no 1T ele carrega a comissão do 1T um pouco mais frente ao 2T. Então tem uma combinação do mix de vendas por canais versus também o mix de receita que a gente tem no período. Então o fato de eu ter tido menos "contribuição" da receita de licença no 2T também faz com que eu tenha menos comissionamento.

E a participação das vendas das franquias nas vendas SaaS elas continuam evoluindo bem. A gente ainda continua vendendo mais pela nossa força própria, mas como comentei acho que no trimestre passado, atrasado a gente entende que isso olhando um pouco mais para frente a gente vê a franquias em algum momento provavelmente acompanhando a relevância da nossa equipe própria de vendas.

Tem algumas razões também ligadas a características regionais. A gente vê que a aceitação da modalidade de subscrição é maior nos grandes centros do que nas regiões mais afastadas, e nossas operações próprias estão concentradas nos grandes centros. Então tem a ver também com o perfil de clientes.

É claro que isso é uma questão de tempo, a gente entende que esse comportamento dos clientes nos grandes centros ele tende a também se espalhar pelo resto das regiões e em algum momento a gente vai ter uma diferença muito pequena - talvez nem haja diferença entre os clientes - mas hoje ainda há. A gente ainda vê uma visão em algumas regiões um pouco mais tradicionais de alguns clientes preferindo ainda o licenciamento.

Com relação à segunda pergunta se você puder repetir para mim?

Sra. Maria Tereza: seria mais sobre o processo de migração da base.

Sr. Maia: de migração. A migração ela não teve nenhuma novidade nesse trimestre. A gente não fez nenhum movimento nesse sentido. Tua questão foi relacionada ao processo eleitoral agora no 2S, se isso pode levar a gente a segurar um pouco mais e eu penso que sim.

Eu acho que a gente precisa de uma clareza um pouco maior sobre o nível de confiança dos clientes. Talvez, Maria Teresa, se a gente vê um cenário que fique mais clara ainda esse ano a gente possa talvez startar alguma coisa até para ter uma sensibilidade dos clientes; mas hoje eu te diria que a gente está no modo de espera ainda.

Sra. Maria Tereza: perfeito obrigada Maia.

Sr. Maia: de nada.

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

Sr. André Baggio: bom dia pessoal. A primeira pergunta Maia talvez em relação à manutenção. Pelos nossos cálculos, uma estimativa aqui, o churn de manutenção continua rodando no patamar mais alto talvez perto de 8%. A que vocês atribuem isso... se para o Brasil já não está mais com aquele PIB... que teve em 2016, 2017... realmente o churn está alto em subscrição e o que vocês acham que pode estar causando isso?

Sr. Maia: bom dia Baggio. Se vocês puderem só repetir o percentual de manutenção que eu não consegui ouvir?

Sr. André: a gente estimou em torno de 8% ao ano de churn, mas não sei se é um número razoável.

Sr. Maia: sim é razoável, e a segunda parte da sua pergunta...

Sr. André: o que faz o churn estar em um percentual alto dado que o PIB está bem melhor do que já esteve nos últimos dois anos?

Sr. Maia: Baggio eu acho que conversam pouco como a dinâmica de vendas. A despeito da licença ter tido um ano de 2017 melhor frente ao que a gente viveu em 16 e 15 foram vendas especialmente em 17 que elas se concentraram mais em vendas maiores, e a taxa de "conversão" das vendas de licenças em manutenção ela tem conversão mede um pouco menor em termos de manutenção.

O que quero dizer com isso? O pagamento percentual da manutenção nas grandes contas é um pouco menor do que a gente normalmente obtém no SMB. Então eu vejo que está mais relacionado à dinâmica desse público.

Com relação aos clientes, e você certamente tem isso em mente também por que você já acompanha há um bom tempo, a venda na base também sempre foi componente bastante importante, e ela ainda não voltou a ter uma dinâmica muito forte. Então essa venda na base também é outro fator que poderia contribuir bastante para um desempenho mais forte de manutenção, e a gente ainda não tem visto isso acontecer.

Então os clientes em 2016 especialmente fizeram redução de contrato por readequação de tamanho de empresa e de estrutura. A gente não viu ainda essas empresas recompondo essa redução, digamos assim, de usuários que eles fizeram. Talvez em um momento que isso aconteça possa inclusive ser momento oportuno para a gente discutir a migração deles para subscrição, e conectado um pouco com a última pergunta da Maria Tereza.

Sr. André: obrigado. Em relação a essa migração de receitas tanto de novos clientes como de bases para subscrição possivelmente alguma pressão de clientes maior preço, ou seja, eu entendo que hoje vocês estão conseguindo um preço de subscrição numa base... clientes menores que vocês conseguem, digamos, ditar o preço.

Quando vocês estão falando agora de clientes maiores já fala que tem uma questão que é o cliente maior que quer pagar menos manutenção para frente em relação ao preço da licença. Esse, digamos assim, maior poder de barganha de um cliente grande a gente pode em algum momento começar a notar isso na subscrição também?

Sr. Maia: Baggio você tem razão. Esse poder de barganha do cliente grande não é algo novo, ele sempre existiu. É por isso que quando a gente comentava que o cliente do SMB era um cliente mais lucrativo para a companhia um dos fatores além de ter menor componente de serviço envolvidos no SMB também é o percentual médio de

manutenção, porque como o cliente grande normalmente compra grandes volumes de usuário, na média ele consegue ter um percentual um pouco menor.

Ele é um cliente que às vezes até está disposto a pagar patamar mais alto de licenciamento, mas ele não se dispõe a pagar um patamar mais alto de manutenção, inclusive porque os players que competem nesse mercado praticam taxas de manutenção bem baixas também.

Com relação a eles praticarem a mesma coisa em subscrição eu acho que a gente vai ter que viver um pouco essa realidade ainda, Baggio. A gente não viveu isso. É provável que sim, que eles tenham uma pressão de preço pelos volumes; mas o fato concreto também é que no modelo em que você não tem a licença e você discute simplesmente a mensalidade muitas vezes a percepção para o cliente, mesmo grande, que ele consiga de ganho em base mensal é pequeno.

Então talvez eu acho que vá continuar sim existindo esse perfil do cliente grande de querer barganhar preço médio menor, mas talvez com a agressividade um pouco menor porque o ganho em termos absolutos que o cliente vai chegar a não seria tão grande. Enfim é isso que a gente vê, mas talvez a gente vá ter que viver um pouco essa realidade para poder lhe afirmar categoricamente.

Sr. André: obrigado Maia valeu, abraço.

Sr. Maia: abraço.

Operadora: Senhoras e senhores, lembrando que para fazer perguntas basta digitar asterisco um, estrela um. Novamente, para fazer perguntas basta digitar asterisco um.

Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Maia para as considerações finais.

Sr. Maia: Gostaria de agradecer mais uma vez a participação de todos na nossa teleconferência e dizer que a gente com o time de Relações com Investidores continua à disposição de vocês caso vocês queiram tirar mais alguma dúvida adicional e desejo um bom dia a todos, muito obrigado, abraço, tchau tchau.
