

**Coordenador:** Bom dia senhoras e senhores, sejam bem-vindos à conferência da ClearSale onde serão discutidos os resultados do 1T24.

Todos os participantes estão conectados apenas como ouvintes. Para fazer perguntas, basta enviá-las no chat localizado no lado esquerdo da tela, que elas serão respondidas mais tarde na Sessão de Perguntas e Respostas.

O vídeo e a apresentação estão sendo transmitidos simultaneamente pela internet via *webcast*. A gravação estará disponível no website de RI da Companhia, no endereço [ri.clear.sale](http://ri.clear.sale). A apresentação dos slides que será utilizada está disponível no site de Relações com Investidores da Companhia, além do site da CVM.

Antes de prosseguir, gostaria de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta conferência sobre as perspectivas dos negócios são previsões baseadas nas atuais expectativas da administração. Essas expectativas estão sujeitas a mudanças em função das condições macroeconômicas, riscos de mercado e outros fatores.

Considerações futuras não são garantias de desempenho, envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. As condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais podem afetar os resultados futuros da empresa e podem conduzir a resultados que diferem, materialmente, daqueles expressos em tais considerações.

Conosco hoje estão os senhores Eduardo Mônaco, CEO da ClearSale, Alexandre Mafra, CFO, e Renan Ikemoto, Diretor de Relações com Investidores.

Inicialmente, o Sr. Mônaco fará comentários sobre os destaques estratégicos operacionais no decorrer do período, e na sequência, o Sr. Mafra fará comentários sobre os resultados financeiros da ClearSale. Após isso, ambos estarão disponíveis, juntamente com o Sr. Renan, para responder às questões que eventualmente sejam formuladas.

Agora, portanto, eu gostaria de passar a palavra ao Sr. Eduardo Mônaco. Por favor, Mônaco, pode prosseguir.

**Eduardo Mônaco:** Bem-vindo a todos para mais uma divulgação de resultados da ClearSale. Um grande prazer recebê-los novamente aqui. E nessa divulgação falaremos do 1T24.

# clearsale

Queria começar lembrando como terminamos o ano passado, divulgando a todos a evolução da nossa estratégia, mostrando para o mercado que nós somos parceiros e colaboramos com a nossa *expertise* única para resolver a fraude em qualquer mercado e método de pagamento.

Todos os investimentos e esforços da empresa ao longo dos últimos *quarters* têm sido feitos para “*draivar*” e garantir que a estratégia seja bem-sucedida para que a gente possa viabilizar cada vez mais a criação de novos produtos, diversificação de produtos na nossa base e, mais importante ainda, a entrada em diversos segmentos, que seria impossível sem a toda modernização tecnológica que a ClearSale fez ao longo dos últimos anos.

E como nós fazemos isso? Através, primeiro, da nossa fortaleza em dados, somos a empresa que mais conhece o consumidor digital brasileiro; segundo, através do nosso parque de componentes tecnológicos cada vez mais amplo e moderno e; terceiro, através dos nossos especialistas em fraude, que são capazes de combinar todos os nossos componentes para ajudar a atender a cada demanda de cada segmento e de cada momento de cada um dos nossos parceiros estratégicos.

Internamente, a gente continua focado na diversificação do nosso negócio, seja através da diversificação da receita dos nossos clientes; como a diversificação de produtos; simplificação da nossa estrutura e dos nossos processos, para ter cada vez mais agilidade na entrega de valor para os nossos clientes, sem deixar de esquecer o principal, que é uma empresa cada vez mais escalável e em busca de rentabilidade. Rentabilidade que vocês vão ver na divulgação deste trimestre, uma evolução clara em relação ao 1T do ano passado.

E tudo isso, pessoal, nos permite estar em toda a jornada digital do nosso cliente. Desde o primeiro momento, onde aquelas ameaças cibernéticas geram links maliciosos, a ClearSale tem produto para isso, quando você cadastra um *seller* ou um parceiro PJ dentro do seu ecossistema, a ClearSale tem soluções para isso. Quando você vai fazer o *onboard* do seu cliente através de uma identidade digital ou qualquer componente tecnológico, a ClearSale tem inúmeras soluções para isso.

Crédito, uma avenida importante de crescimento da ClearSale, democratizando o acesso a crédito para a população através de informações positivas de consumo. Transacional, de onde nós viemos e temos crescido muito, não só em novos segmentos de *e-commerce*, mas também criando e desenvolvendo produtos para todo o processo transnacional, seja ele para ajudar os emissores, para o PIX ou diversas outras frentes. E vamos até o final da cadeia, no processo de disputa, classificação e buscando evitar que as contestações sejam abertas, contestações indevidas sejam abertas no mercado.

E com isso, vocês cada vez mais verão no mercado a nossa campanha e o nosso novo posicionamento demonstrado. A gente vai dizer cada vez mais que a fraude é dinâmica, ela se transforma, os fraudadores se especializam e evoluem sempre e, por isso, cada vez mais é necessário a gente se antecipar

aos fraudadores, aos atos maliciosos e aos criminosos e evoluirmos sempre as nossas tecnologias no combate à fraude, e para isso nada melhor do que uma empresa que está há 20 anos lidando com isso, e o nosso novo mote, a nossa nova assinatura é *ClearSale One Step Ahead*: Um passo à frente da fraude, um passo à frente na inovação, um passo à frente nos riscos de crédito.

E para terminar a minha primeira fala, eu gostaria de reforçar nossas prioridades para 2024. Fundamentos importantes para que tenhamos cada vez mais uma empresa que, sim, foca na geração de valor para os nossos acionistas, nossos clientes e nossos parceiros de médio prazo e para isso a gente precisa crescer com geração de caixa. E o foco deste ano é que a gente consiga fazer vendas novas, vendas saudáveis, de alta rentabilidade, com novos produtos e um grande foco na gestão de caixa líquido. Esses são dois grandes incentivos que toda empresa tem e dois compromissos que a gente tem com os nossos investidores.

Queria agora convidar o Alexandre Mafra para passar com bastante detalhes as informações dos nossos resultados do primeiro 1T24.

**Alexandre Mafra:** Obrigado, Mônaco. Olá a todos e muito obrigado pela presença. Agora vamos passar pelos resultados financeiros do primeiro 1T24.

Indo para o slide 10, indicadores operacionais. Em primeiro lugar, eu gostaria de dar mais detalhes do nosso negócio e aproveitar que a gente fez vários investimentos em implementação de sistemas realizados ao longo de 23, nós trazemos uma abertura dos indicadores operacionais com um nível muito maior de detalhes, principalmente em *churn* e venda nova.

Em relação ao *churn*, passamos a incorporar o mercado internacional. Sendo assim, a companhia manteve o indicador controlado no 1T24 no patamar de 2,6%, o que significa um *lifetime* teórico de 39 anos. Vale citar que a limpeza de base no internacional proporcionou uma queda relevante de *churn rate* do internacional, saindo do patamar de 23,4% no 1T23 para 4,3% no 1T24.

Logo abaixo, em clientes, fechando o trimestre com 7.092 clientes ativos, sendo 75% no transacional Brasil, 21% no transacional internacional e 4% em *application fraud*. Comparando com o mesmo período do ano passado, tivemos uma perda líquida de 240 clientes, explicado por um processo de sanitização de bases, bloqueio massivo por inadimplência pós Black Friday, um processo de consolidação de empresas e limpeza de base do internacional.

Em relação ao MRR de venda nova, tivemos uma atualização de critério utilizado para a apuração do indicador. No novo critério, deixamos de anualizar a venda nova e segregamos entre recorrente mensal e recorrente não mensal. Exemplos de recorrente não mensal são: consultas em *batch*, contratos em lote sem previsão de consumo e consultas para limpeza de base.

O MRR de venda nova total no 1T24 foi de 3,7 milhões, apresentando um crescimento anual de 64,3%, puxado pela performance do MRR de venda nova recorrente mensal do transacional Brasil e pelo MRR venda nova recorrente

# clearsale

não mensal no *application fraud*. O MRR venda nova do transacional Brasil foi de R\$ 1 milhão, crescimento de 102,6% contra o ano anterior, enquanto o transacional internacional foi de R\$ 0,3 milhões, crescimento anual de 33,5%.

Por fim, em *application fraud*, tivemos R\$ 2,4 milhões no MRR venda nova, um crescimento de 55,5% contra o mesmo período do ano anterior. Trouxemos aqui também um conceito bastante interessante de venda nova bruta realizada e reconhecida nos nossos resultados contábeis. No 1T24 a gente teve uma venda nova bruta realizada e reconhecida com um crescimento de 71,4% no total, onde o transacional Brasil possui um crescimento de 106,6%, a gente apresenta uma queda no mercado internacional de 27,6% e traz um crescimento de *application fraud* de 73,7%.

Esse conceito é bastante interessante para ajudar no acompanhamento das nossas receitas e no impacto da venda nova durante o ano ocorrente.

Indo agora para o slide 11, vamos falar um pouco da nossa receita líquida. A receita líquida consolidada no 1T24 totalizou R\$ 11,6 milhões, uma redução de 10,4% em relação ao 1T23 e uma redução de 16,4% em relação ao trimestre passado, lembrando do efeito sazonal do Black Friday e Natal. No 1T24, a receita transacional brasil totalizou R\$ 63,5 milhões, uma queda anual de 14,1%, explicado pelo processo de componentização e reposicionamento de soluções, tendência de GMV e redução da nossa receita em grandes varejistas.

Enquanto as receitas em grandes *marketplaces* caíram 43,9% no 1T24, em outros clientes o crescimento foi de 4,2%. Ainda estamos em um processo transitório de receita pressionada, porém, com efeitos importantes para redução da dependência de grandes varejistas e aumento da nossa exposição a segmentos com diferentes ciclos econômicos, tornando a receita mais resiliente no longo prazo, e também uma venda muito focada em novos componentes.

No transacional internacional, a receita líquida atingiu R\$ 15,1 milhões no 1T24, uma queda anual de 16,4% em reais e 12,2% em dólares. A queda anual é explicada pela variação cambial, limpeza da base de clientes e foco em regiões e vendas novas mais rentáveis.

Em *application fraud*, a receita foi de R\$ 33 milhões no primeiro 1T24, um crescimento trimestral de 5,4% e anual de 1,2%. Vale destacar que a componentização e o redesenho de produtos de clientes-base ocasionou um aumento de 48,5% no volume de consultas se comparados ao 1T23.

Nesse gráfico, é possível observar a captura de benefícios nos diversos planos implementados ao longo dos últimos trimestres. Os custos e despesas, incluindo o ELP, atingiram R\$ 115,3 milhões, uma queda anual expressiva de R\$ 23 milhões, ou 16,6%. No trimestre, a queda foi de R\$ 6,4 milhões, ou 5,2%.

# clearsale

Vamos falar do nosso lucro bruto e EBITDA recorrente. Como resultado de tudo que abordamos, atingimos uma margem bruta de 42,5% no Brasil e de 29,6% no internacional, consolidando uma margem bruta de 40,8% no 1T24, uma evolução de quase 6 pontos percentuais em relação ao mesmo período do ano anterior.

Adicionalmente, nosso lucro bruto atingiu R\$ 45,5 milhões, um aumento anual de R\$ 1,8 milhões. A margem EBITDA no Brasil atingiu 1,7%, enquanto a margem EBITDA internacional apresentou uma melhora anual de 41,3 pontos percentuais. No 1T24, nosso EBITDA ficou negativa em R\$ 3,7 milhões, uma melhora de R\$ 10 milhões comparada ao mesmo período do ano anterior.

Fluxo de caixa, investimento e endividamento. Começando com o fluxo de caixa, temos uma geração de caixa operacional de R\$ 29,5 milhões no 1T24. Abaixo, no fluxo de caixa de investimentos, reduzimos os investimentos da ordem de 12,7 milhões em comparação com o mesmo período do ano anterior, sendo R\$ 2 milhões por redução de M&A, 3,7 milhões em imobilizado – lembrando que tivemos uma mudança de sede no ano passado – e uma redução de desenvolvimento de 7,1 milhões pela reestruturação estratégica realizada em setembro do ano passado, sem abrir mão nos investimentos em tecnologia e no futuro da companhia.

À direita superior, encerramos o 1T24 uma dívida bruta de R\$ 17,7 milhões, com uma amortização de R\$ 7 milhões em dívidas no 1T24.

Por fim, gostaria de destacar a geração de caixa líquida de R\$ 10 milhões no ano, uma geração de caixa bruta de R\$ 2,6 milhões, finalizando o 1T24 com uma posição saudável de caixa e aplicações financeiras que totalizam R\$ 396,8 milhões, ou 379,1 milhões descontando a dívida bruta. Isso acho que é uma vitória extremamente importante para a empresa que, desde o IPO, é a primeira vez que a gente tem um trimestre onde a gente gera tanto caixa bruto quanto caixa líquido.

Gostaria de chamar agora o Mônico para as considerações finais.

**Eduardo Mônico:** Obrigado Maíra, eu queria encerrar com quatro mensagens. Primeiro, em função de todo o trabalho que nós fizemos ao longo dos últimos trimestres de evolução tecnológica, criação de novos componentes, componentização de nossa solução, fazia parte de uma estratégia estar apto a divulgar ao mercado nosso novo posicionamento. Nós já começamos a fazer isso e vocês verão novas mensagens a mercado contando cada vez mais para todo mundo o que é a nova ClearSale, o que nós estamos fazendo de mais moderno neste momento.

Segundo grande recado, nós continuamos comprometidos com a diversificação da nossa receita, desde a alavancagem operacional da empresa, escalabilidade do nosso negócio, seja tecnológica ou seja de processos, e a rentabilidade crescente e consistentemente melhor *quarter over quarter*.

# clearsale

Em terceiro lugar, queria destacar fortemente o avanço em vendas novas, que é um dos nossos compromissos prioritários para esse ano, para que possamos empilhar safra saudáveis dentro do nosso portfólio de clientes e ter crescimentos sustentáveis de médio prazo, tivemos números bastante expressivos de crescimento em vendas novas reconhecidas esse ano.

E, por fim, não menos importante, uma melhoria anual de 10 milhões no EBITDA ex ILP, uma geração de 2,6 milhões de caixa bruto, 10 milhões de caixa líquido e quase 30 milhões de caixa operacional, reforçando o nosso compromisso em ter uma empresa cada vez mais preparada para ser rentável e com crescimento.

Queria agora chamar vocês para a parte de perguntas e respostas e estaremos à disposição. Muito obrigado.

## Sessão de Perguntas e Respostas

**Coordenador:** Obrigado, Edu. Bom, pessoal, como ele já adiantou aí, então a gente tem aberta agora a nossa sessão de perguntas e respostas para investidores e analistas. Vocês já viram na introdução, para enviar uma pergunta é só mandar pelo botão localizado aí no lado esquerdo da tela de vocês, e eu peço a gentileza que coloquem o nome, o sobrenome e se puder também a empresa que representam.

Eu vou dar um tempinho para que vocês possam fazer as perguntas e aí eu volto aqui para começar a fazê-las aqui para o nosso corpo diretivo.

Pessoal, como a gente não recebeu nenhuma, imagino que não tenha nenhuma pergunta. Eu já vou chamar o pessoal que está do nosso corpo diretivo ali a postos para as considerações finais.

É com vocês, pessoal.

**Eduardo Monaco:** Legal, Felipe, obrigado. Bom dia a todos. Eu queria mais uma vez agradecer a presença. Primeiro, me desculpar porque eu não estou presencialmente na sede da ClearSale hoje, eu estou em um evento em Seattle, da Microsoft, sobre inteligência artificial, que ocorre durante toda a semana, mas queria agradecer e reforçar nosso compromisso com um ano onde a gente tem buscado e demonstrou nesse 1T24 um forte foco em busca de vendas novas para que a gente possa continuar a nossa jornada de diversificação através de novos componentes tecnológicos, sendo parceiro dos nossos clientes e, além disso, uma gestão do fluxo de caixa de forma muito séria, responsável, mostrando e continuando a demonstrar passos consistentes na busca de ter uma empresa cada vez mais com crescimento sustentável e geração de caixa quando a gente olha para o médio e longo prazo da companhia.

Também queria destacar que nesse trimestre e no próximo a gente vai começar a ver cada vez mais a divulgação do nosso posicionamento de marca, isso aliado à nossa revisão de estratégia que a gente conversou com vocês no

# clearsale

último *quarter*, vai proporcionar à ClearSale divulgar tudo que a gente tem feito para muito mais gente.

Mais uma vez obrigado pela paciência, pela atenção e por ter estado aqui conosco.

**Alexandre Mafra:** Obrigado pessoal. Acho que a gente está bem feliz com a evolução dos nossos resultados, acho que é o trimestre onde a gente muda a tendência de queda, tem uma queda menor de receita e isso é muito fruto da transformação que a gente vem fazendo ao longo do período e que vocês podem continuar esperando, contínuo foco e disciplina nos nossos resultados e na nossa geração de caixa.

A gente se vê no próximo trimestre. Até mais pessoal. Obrigado.

**Coordenador:** Bom, pessoal, então está encerrada a conferência da ClearSale. Obrigado pela participação de todos e todas. Tenham um ótimo dia. Até a próxima!