

GetNinjas

DIVULGAÇÃO DE **RESULTADOS** | 2T2022

AGOSTO DE 2022

RESU

TELECONFERÊNCIA DOS RESULTADOS 2T22

TRADUÇÃO SIMULTÂNEA PARA O INGLÊS

16 de agosto de 2022

11:00 (horário de São Paulo) / **10:00** (horário de NY)

Plataforma Zoom: [**Clique Aqui**](#)



Des taques

Operacional



Base de PROs:

4,3 MM

no 2T22
[+1,1MM vs 2T21]



**Profissionais
Ativos (UDM):**

188 MIL

no 2T22
[+5% vs 2T21]



**Solicitações
de Clientes :**

1,1 MM

no 2T22
[-14% vs 2T21]



**Satisfação
Profissionais
e Clientes:**

ReclameAqui: **9,2**
App Store: **4,1**
Play Store: **4,2**

Financeiro



**Receita
Líquida:**

R\$ 13,4MM

no 2T22
[-13% vs 2T21]



**Lucro
Bruto:**

R\$ 11,8 MM

no 2T22
[-16% vs 2T21]



**Lucro (Prejuízo)
Líquido:**

-R\$ 8,8 MM

no 2T22
[vs -R\$17,8MM
no 2T21]



**Variação
do Caixa:**

-R\$ 5,8 MM

no 2T22
[vs -R\$ 3,1 MM
no 1T22]

Mensagem da administração



Mantivemos no segundo trimestre de 2022 o **foco na rentabilização das bases construídas nos anos anteriores.**

Este foi um trimestre muito desafiador, onde houve **uma redução geral de ~20% na busca por serviços na internet (para todo mercado).** Somado a isso, também tivemos alta nos custos em geral (IPCA +12% nos últimos 12 meses) e nos custos da construção civil (INCC +15% nos últimos 12 meses, que afeta diretamente nossa principal categoria “Reformas e Reparos”).

Isso impactou nossas **métricas operacionais, com redução de 14% no volume de pedidos.** O aumento no custo das reformas pode ser sentido através da leve redução da representatividade da categoria de “Reformas e Reparos” no total dos pedidos. Por outro lado, podemos ver a o aumento na recorrência dos Clientes.

A redução nos investimentos em Marketing e a redução do volume de pedidos impactou a Receita, principalmente na quantidade de “Leads” vendidos que tiveram uma redução de 17% em relação ao 2T21. As ações implementadas nos permitiram ter uma redução na quantidade de pedidos monetizados de 4,5%, **demonstrando uma maior eficiência da plataforma.**

A base de **Profissionais Ativos nos últimos 12 meses teve um crescimento de 5% comparado ao 2T21,** mesmo com um investimento menor do que aquele realizado no ano anterior.

A Margem Bruta apresentou uma redução de 3p.p. (2T22 x 2T21, devido à revisão no preço de algumas categorias que levou a um incremento na quantidade de transações na plataforma e uma reclassificação dos custos (que no 2T21 foi contabilizado em despesas).

A redução do volume total de buscas aumentou a competição por clicks, o que resulta em um aumento do CPC e CPA. **A respeito do aumento no custos, conseguimos manter nossas despesas estáveis.**

As despesas Gerais e Administrativas no 2T22 apresentaram um aumento de 56% em relação ao 2T21. Excluindo efeitos não recorrentes (contratação de consultoria estratégica), a variação foi de 31%. **Esse efeito não recorrente se encerra neste trimestre, aliviando a estrutura de custos para os próximos meses.**

A redução das receitas combinada com uma manutenção das despesas resultou em um **EBITDA Ajustado de (R\$ 12,0) milhões no 2T22,** vs. -R\$19,0 milhões no 2T21r.

Mantivemos nossa nota no ReclameAqui, atingindo 9,2 no final do 2T22. Melhoramos os indicadores de satisfação e tempo de resposta, promovendo um serviço de maior qualidade para todos os usuários.

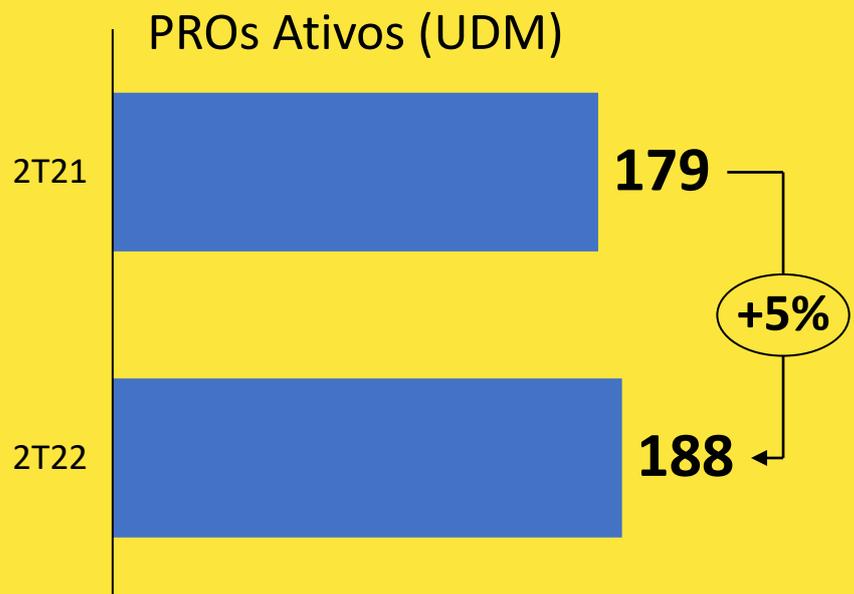
A quantidade de colaboradores reduziu de 255 no 1T22 para 240 colaboradores no 2T22. Esse é o primeiro trimestre com redução na quantidade total de colaboradores, refletindo uma gestão mais criteriosa de custos sem prejudicar o funcionamento das atividades.

Mantivemos a certificação Great Place to Work (GPTW), que reforça nosso compromisso em desenvolver e engajar um time robusto para sustentar o futuro da Companhia.

PROs

Mantivemos no segundo trimestre de 2022 o **foco na retenção e monetização dos Profissionais**.

A quantidade de Profissionais Ativos (aqueles que efetivamente compraram leads no período) teve um crescimento de 5% em relação ao 2T21. Isso demonstra que as ações de ativação e retenção da base de Profissionais estão cada vez mais eficientes.



76% Recorrência dos profissionais

A maior retenção de PROs Ativos é resultado de diversas iniciativas que foram intensificadas em 2022

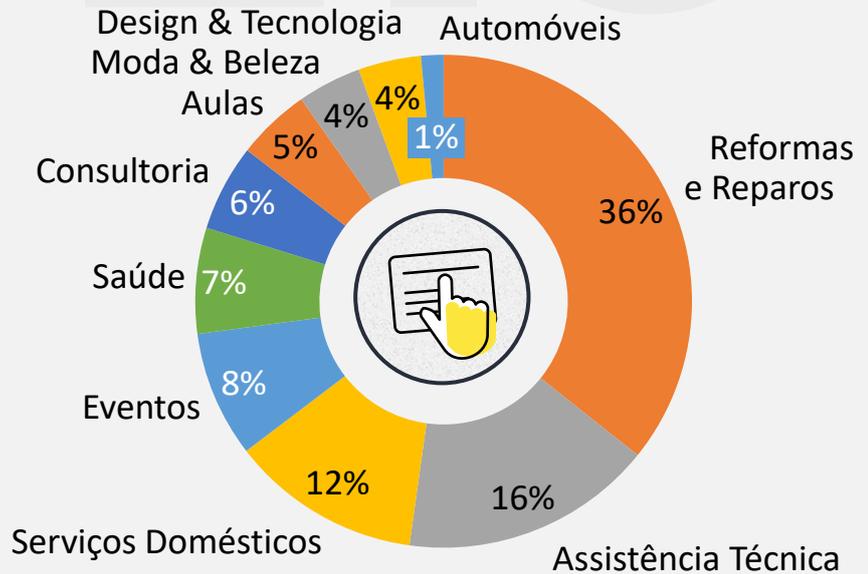
CLIs

No 2T22 os clientes realizaram **1,1 milhão de solicitações de serviços, uma redução de 14% em relação ao 2T21**. O cenário econômico, com alta da inflação e da taxa de juros, reduziu o volume de buscas por serviços, impactando diretamente no volume de solicitações feitas na plataforma.

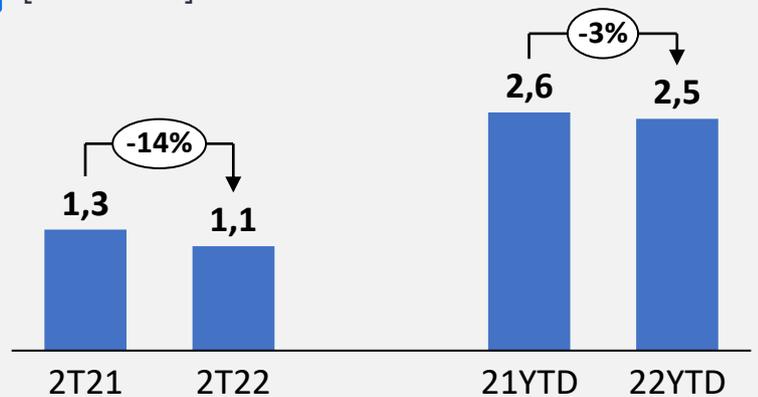
As categorias que concentraram o maior volume de solicitações continuam sendo **Reformas e Reparos, Assistência Técnica e Serviços Domésticos**, com pouca variação no mix entre categorias.

55% dos clientes eram recorrentes no 2T22, ou seja, já tinham realizado anteriormente outra solicitação de serviço na plataforma. Importante destacar a evolução contínua na recorrência dos Clientes.

Solicitações por Categoria (2T22 - % do total de solicitações)

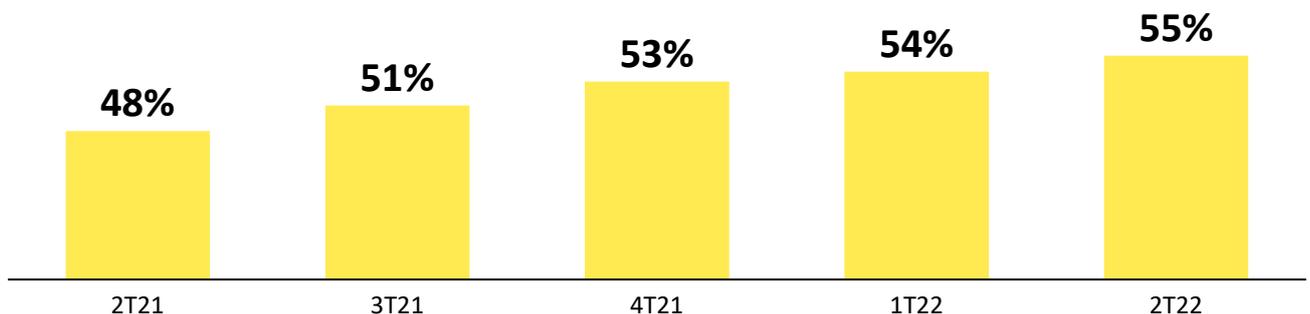


Solicitações de clientes [# milhões]



Recorrência de Clientes

(% clientes que já fizeram solicitações anteriormente)



GetNinjas Labs



Direct Sales ○○○

Iniciamos a operação de Direct Sales no primeiro trimestre de 2022, com o objetivo de aumentar a ativação dos PROs e promover o desenvolvimento durante sua jornada, além de gerar maior eficiência no processo de recompra. Resultados preliminares demonstram que esse projeto irá contribuir para o crescimento da companhia no médio e longo prazo, com taxas de conversão maiores na compra de bundles, mais receita por Profissional e uma taxa de recompra (retenção) elevada.



Proteção Ninja ○○○

No primeiro trimestre de 2022 disponibilizamos a Proteção Ninja para clientes da região Sul (PR, SC, RS). A Garantia Ninja é uma proteção adicional para os clientes, atualmente oferecida sem custos, que oferece suporte caso o serviço realizado não esteja de acordo com o contratado. Os resultados iniciais foram positivos, com uma boa aceitação pelos Clientes, volume de requisições da proteção dentro do previsto e alta taxa de resolução, aumentando a satisfação. Como próximos passos, devemos aumentar a comunicação sobre essa funcionalidade, incluir divulgação na pós-request para download do App do CLI e ampliar regiões em que a Proteção Ninja é oferecida. No longo prazo, acreditamos que a Proteção Ninja pode se tornar uma alavanca relevante para incentivo do uso do App e envolvimento dos Clientes nas demais etapas da jornada de contratação.



Academia Ninja ○○○

A Academia Ninja, plataforma de capacitação profissional do GetNinjas, atingiu cerca de 50 mil usuários únicos na plataforma e mais de 38 mil visualizações dos conteúdos no 2T22. No período, houve a criação e implementação de 6 novos conteúdos em vídeo sobre benefícios do GetNinjas, Empreendedorismo e Gestão de Negócio e mais 6 novos conteúdos de 2 parceiros estratégicos (Pado e Hubs Contabilidade) sobre formalização, abertura de MEI e capacitação para a subcategoria de Marcenaria. Além de estarem disponíveis na plataforma, alguns desses conteúdos do Academia Ninja foram implementados dentro do nosso bot de atendimento ao profissional, colaborando para que haja um melhor entendimento sobre diversos pontos do produto do GetNinjas, o que resultou numa retenção de 44% desses atendimentos, não necessitando de um atendimento humano após assistirem os vídeos e esclarecerem dúvidas..

Financeiro

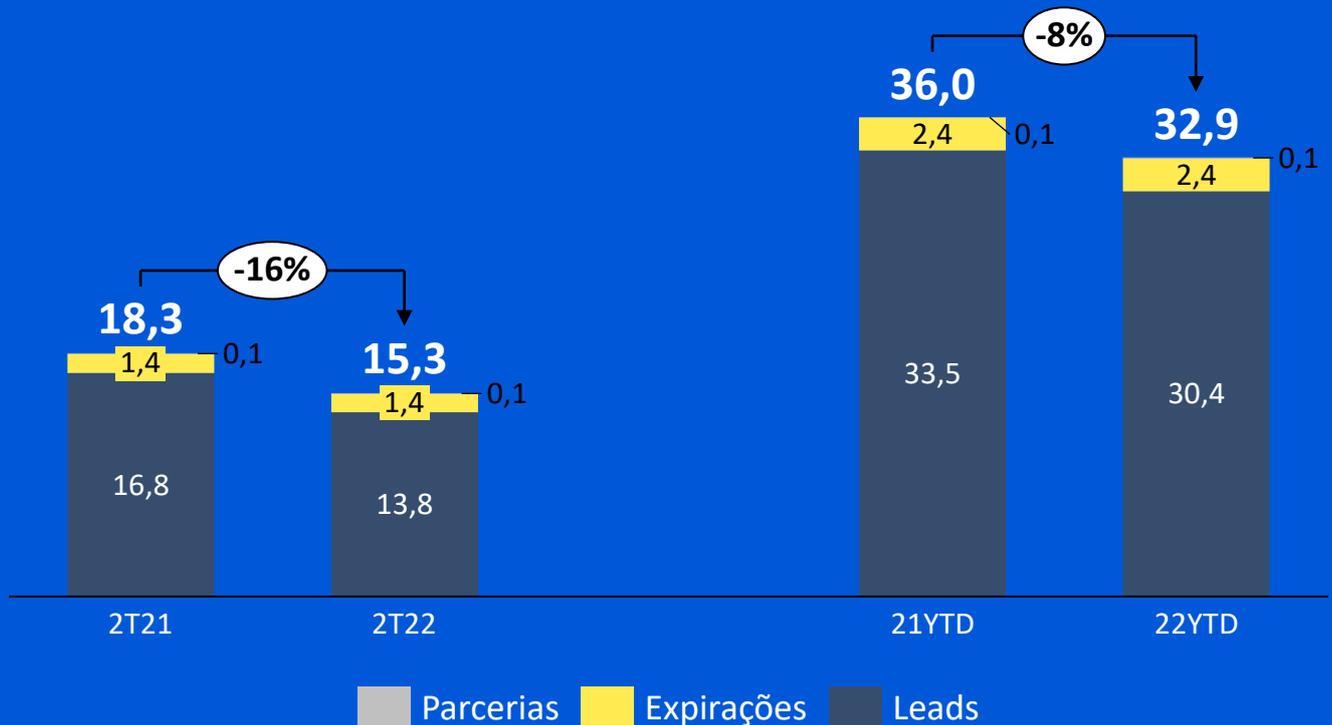
A Receita Bruta apresentou redução de -8% em relação ao 1S21 e -16% vs 2T21, principalmente pela redução na receita gerada pela venda de leads. A composição da receita bruta:

Vendas de Leads: representam 92% do total da receita, com variação de -17% vs 2T21; é através dos leads que os Profissionais têm acesso às informações para entrar em contato com os Clientes.

Expirações: 8% do total da receita, em linha com o 1S21 e com redução de 6% em relação ao 2T21. A expiração das moedas acontece quando os PROs não utilizam as moedas por um período de 12 meses ou por inatividade no App após 3 meses (este critério foi implementado no 1T22).

Parcerias: ~1% do total; a contribuição das parcerias estratégicas vai além das receitas, gerando visibilidade para o GetNinjas e trazendo Clientes e Profissionais com um custo de aquisição reduzido.

Receita Bruta [em R\$ milhões]



O aumento de Leads está relacionado com o crescimento das vendas de moedas



A maior retenção de PROs resulta em uma queda no número de expirações.



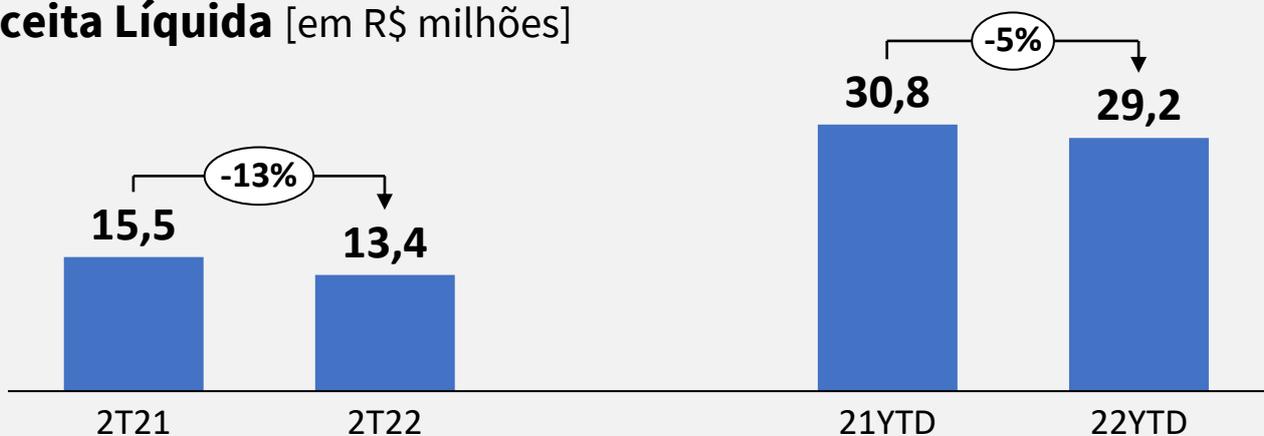
Isso significa que os PROs cadastrados estão mais ativos, comprando mais leads e expirando menos suas moedas.

Financeiro

Receita Líquida

A **Receita Líquida** apresentou redução de **-5% vs. 1S21** e **-13% vs. 2T21**. Esse movimento é reflexo da estratégia da Companhia em reduzir os investimentos de Marketing (-40% vs 1S21) e de um contexto econômico adverso (redução nas buscas por serviços na internet, aumento de inflação e juros). Além disso, revisamos o preço de algumas categorias com o intuito de aumentar a quantidade de leads adquirida pelos profissionais.

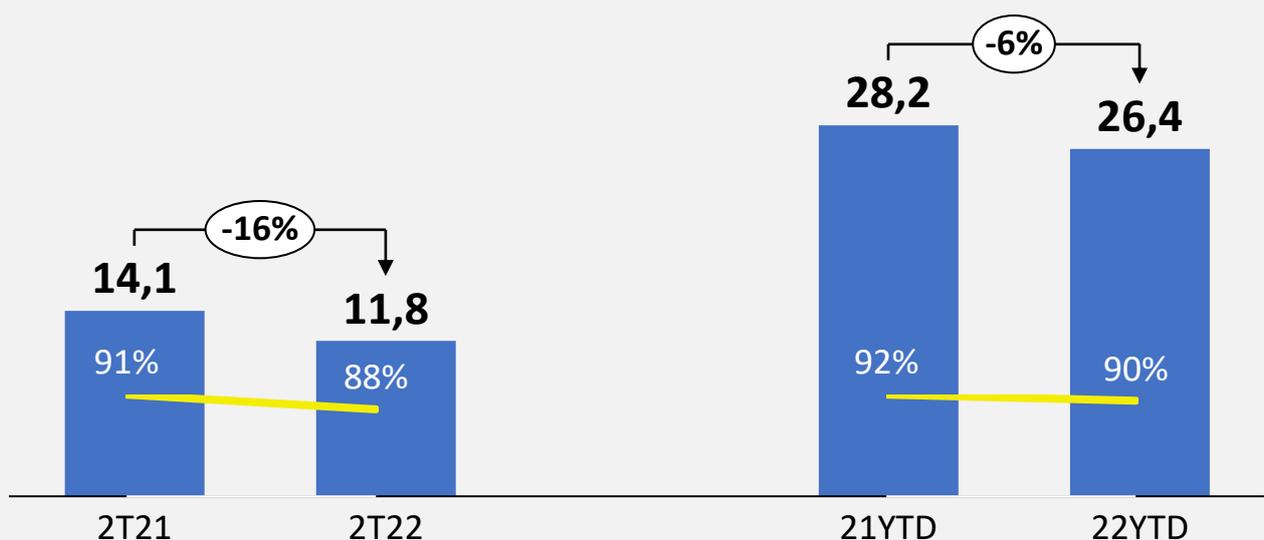
Receita Líquida [em R\$ milhões]



Lucro Bruto

A **Margem Bruta** apresentou uma redução de **3p.p. no 2T22** comparada ao 2T21. Tivemos uma reclassificação dos custos de cartão e boleto (2T21 foi contabilizado em despesas) e a partir desse exercício, serão contabilizados como custo direto no resultado (o que representa uma redução estimada em 3 pontos percentuais efetiva). A revisão no preço de algumas categorias levou a um incremento na quantidade de transações na plataforma e por isso o crescimento nos custos operacionais.

Lucro Bruto [em R\$ milhões] e **Margem Bruta** [% da Receita Líquida]



Financeiro

Despesas Comerciais e Marketing

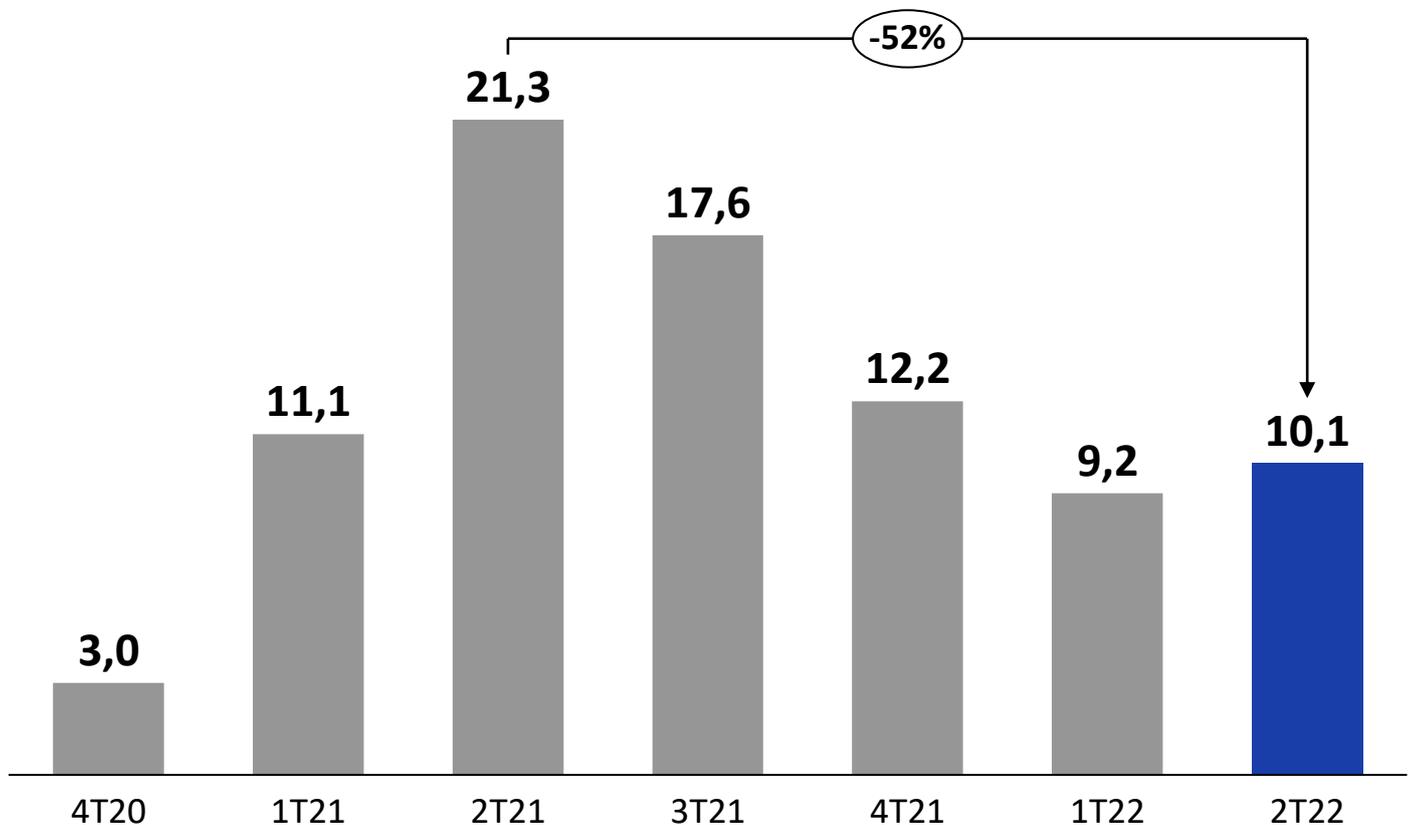
Os investimentos em Marketing tiveram uma redução de -52% vs 2T21 e -40% vs 1S21.

Vimos neste trimestre uma redução ~20% no volume total de buscas por serviços na internet. **A competição mais acirrada por clicks implicou em um aumento do CPC e CPA.**

A respeito do aumento no custo unitário das buscas, conseguimos manter nossas despesas estáveis e ter um impacto menor (proporcionalmente) nas receitas.

Acreditamos que o patamar atual de investimentos seja mais saudável para um desenvolvimento sustentável do nosso negócio.

Despesas Comerciais e Marketing [em R\$ milhões]



Após o período de otimização, estamos retomando gradativamente os investimentos

Financeiro

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas Gerais e Administrativas tiveram um aumento de 56% no 2T22 em relação ao 2T21.

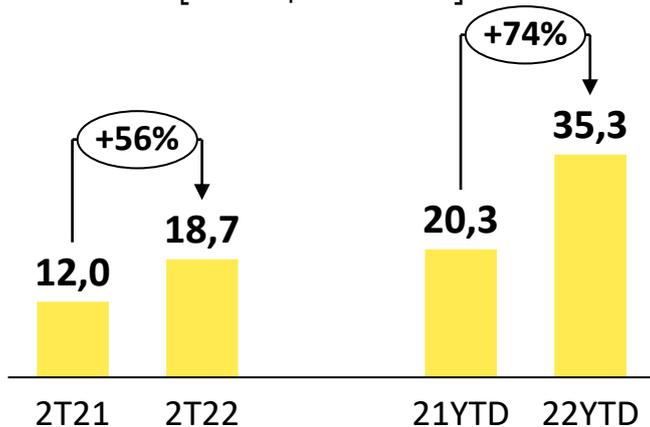
Excluindo efeitos não recorrentes (contratação de consultoria estratégica), a variação foi de 31% vs 2T21. Esse efeito não recorrente se encerra neste trimestre, aliviando a estrutura de custos para os próximos meses.

Em relação ao 2T21, tivemos um **aumento de 28 colaboradores, em Tech e Produto.**

Neste trimestre estamos mais rigorosos com as contratações e reposições de vagas, controlando os custos sem prejudicar o funcionamento da companhia. Este é o primeiro trimestre com redução da quantidade total de funcionários.

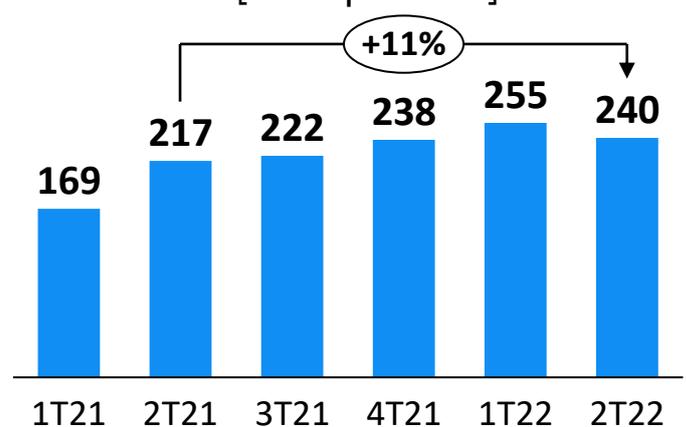
Despesas Gerais e Adm.

[em R\$ milhões]



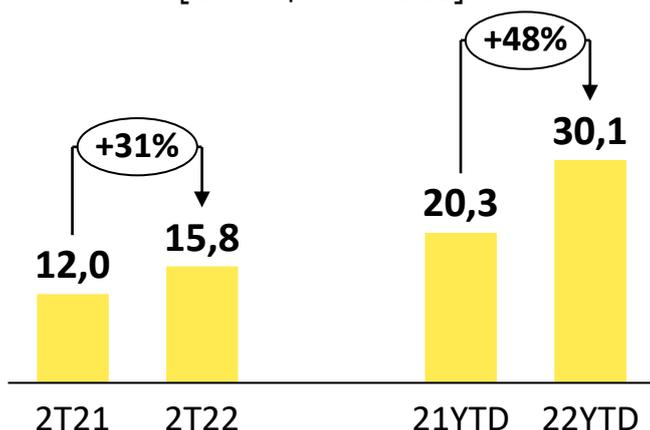
Colaboradores (Total)

[em # pessoas]



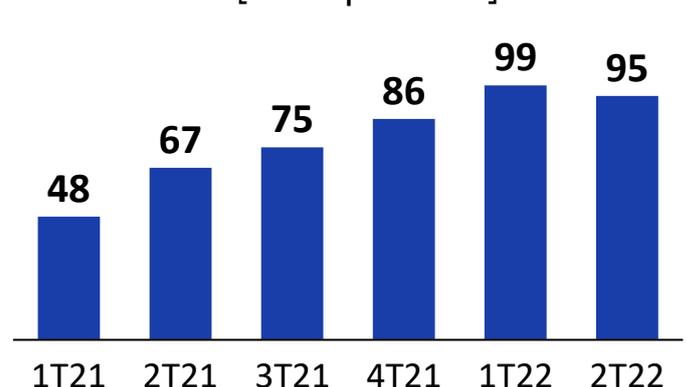
G&A (recorrente)

[em R\$ milhões]



Colaboradores Tech e Produto

[em # pessoas]



Financeiro

EBITDA e Lucro Líquido

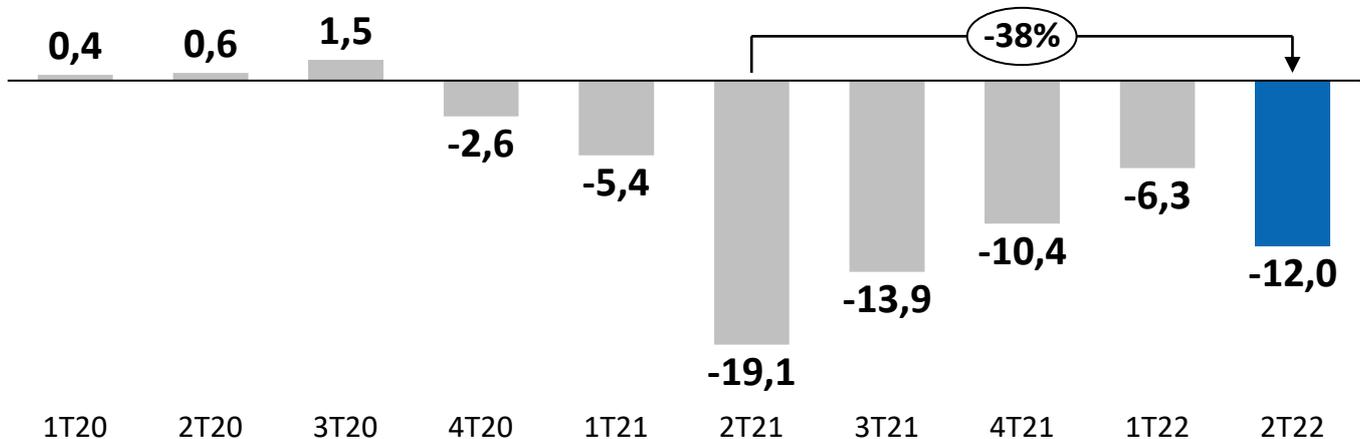
Tivemos um EBITDA Ajustado de -R\$12,0 milhões no 2T22, 38% menor que o apresentado no 2T21, que foi de -R\$19,1 milhões.

O resultado financeiro líquido variou positivamente em R\$ 6,8 milhões na comparação entre o resultado positivo de R\$ 1,4 milhão no 2T21, atingindo um resultado positivo de R\$ 8,2 milhões no 2T22.

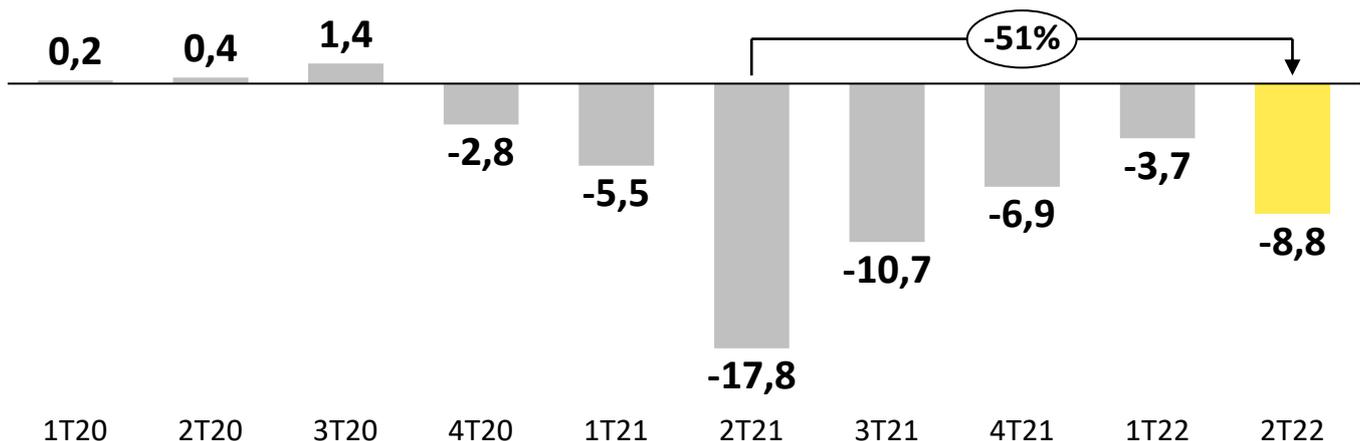
Tivemos prejuízo líquido de R\$ 8,8 milhões no 2T22, comparado a um prejuízo de R\$ 17,8 milhões no 2T21, o que representa uma melhoria de 51%.

A redução nas despesas comerciais (investimentos em Marketing) e o aumento no resultado financeiro líquido foram os principais direcionadores na variação vs. 2T21.

EBITDA Ajustado [em R\$ milhões]



Lucro Líquido [em R\$ milhões]

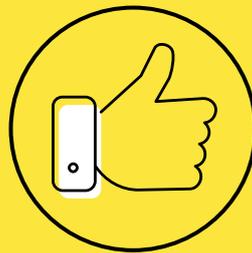


Aprovação do Usuário

ReclameAQUI

O GetNinjas continua mantendo índices de destaque no Reclame Aqui. Atualmente, **o GetNinjas possui um índice de solução de mais de 95%, com nota de reputação de 9,2 (destaque entre grandes empresas de diversos setores), 85% dos respondentes indicaram que voltariam a fazer negócios e mantivemos o SELO RA1000.**

Além disso, evoluímos os processos internos para trazer mais facilidade e agilidade para nossos usuários, com **otimização dos SLAs de backoffice para 2 dias** (segundo nível de atendimento), **redução de 33% no tempo de solução nos canais de mídia social e First Call Resolution (FCR) de 82%.**



9,2/10

Nota
de Reputação
(ReclameAqui)



95%

Índice
de solução



85%

Clientes voltariam
a fazer negócio



ESG

Ambiental, Social e Governança

O modelo de negócios do GetNinjas, que conecta Profissionais e Clientes por meio da tecnologia, é em sua essência um gerador de impacto social, econômico e ambiental.

No 2T22, Continuamos com o foco em trazer mais diversidade para dentro do GetNinjas. Além das vagas que disponibilizamos em nosso site de recrutamento desde o último ano, criamos bancos de talentos focados em pessoas pretas, pessoas com deficiência, pessoas +50 anos e pessoas que fazem parte da comunidade LGBTQIA+. Hoje, mulheres representam 48% e pessoas pretas e pardas representam 30% do total de colaboradores da Companhia.

Outro projeto de impacto social importante é o Academia Ninja, que disponibiliza conteúdos em vídeos disponíveis em um ambiente exclusivo para os

profissionais cadastrados na plataforma, e de forma gratuita. Tivemos mais de 700 mil acessos aos conteúdos e foram incluídos 19 conteúdos novos para a plataforma neste semestre.

A parceria firmada com a Pado no trimestre contará também com mais de 10 conteúdos novos para o Academia Ninja com foco em capacitação sobre conserto e instalação de fechaduras digitais ao longo de 2022.

Contamos ainda com a iniciativa com a Fundação Dom Cabral, que desde o final de 2021 capacitou mais de 1.000 profissionais na plataforma Pra>Frente Play - uma forma de oferecer desenvolvimento profissional gratuito aos profissionais da base do GetNinjas com conteúdos de alta qualidade desenvolvidos pela FDC.



1 - Demonstração Resultados

DRE (R\$'000)	2T22	1T22	Δ	2T21	Δ
RECEITA LÍQUIDA	13.413	15.828	-15%	15.485	-13%
CUSTO	(1.599)	(1.244)	29%	(1.370)	17%
LUCRO BRUTO	11.814	14.584	-19%	14.115	-16%
MARGEM BRUTA	88%	92%	-4p.p.	91%	-3p.p.
DESPESAS	(28.814)	(25.472)	13%	(33.347)	-14%
COMERCIAIS	(10.136)	(9.163)	11%	(21.319)	-52%
GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(18.735)	(16.592)	13%	(12.016)	56%
OUTRAS RECEITAS E DESPESAS, LÍQUIDAS	57	283	-80%	(12)	-557%
RESULTADO FINANCEIRO	8.202	7.215	14%	1.386	492%
RESULTADO ANTES DOS IMPOSTOS	(8.798)	(3.673)	140%	(17.847)	-51%
IR+CS	-	-	-	-	-
RESULTADO LÍQUIDO	(8.798)	(3.673)	140%	(17.847)	-51%

2 - EBITDA

RECONCILIAÇÃO EBITDA (R\$'000)	2T22	1T22	Δ	2T21	Δ
LUCRO LÍQUIDO (PREJUÍZO)	(8.799)	(3.673)	140%	(17.846)	-51%
(-) RESULTADO FINANCEIRO	(8.202)	(7.215)	14%	(1.386)	492%
(-) DEPRECIÇÃO	225	133	69%	92	144%
(-) IMPOSTO DE RENDA	-	-	-	-	-
EBITDA	(16.776)	(10.755)	56%	(19.140)	-12%
(-) DESPESAS COM PLANO DE OPÇÃO DE COMPRA DE AÇÕES	1.835	2.202	-17%	-	-
(-) DESPESAS NÃO RECORRENTES	2.981	2.223	34%	-	-
EBITDA AJUSTADO	(11.960)	(6.330)	89%	(19.140)	-38%

3 - Balanço Patrimonial

Balanço Patrimonial			
Ativo (R\$'000)	2T22	2T21	Δ
Circulante	292.135	333.370	-12%
Caixa e equivalentes de caixa; Titulos e valores mobiliários	284.398	325.728	-13%
Contas a receber	3.988	5.515	-28%
Impostos a recuperar	2.982	1.628	83%
Adiantamentos a fornecedores	34	23	50%
Outros ativos	733	477	54%
Não Circulante	10.736	1.494	619%
Outros ativos	5	59	-92%
Imobilizado	2.256	1.434	57%
Direito de uso	1.225	-	0%
Intangível	7.250	-	-
Total Ativo	302.871	334.864	-10%
Passivo e Patrimônio Líquido (R\$'000)			
Circulante	23.285	30.026	-22%
Fornecedores	9.650	19.030	-49%
Obrigações tributárias	471	776	-39%
Obrigações trabalhistas	7.011	4.795	46%
Adiantamentos de clientes	4.110	4.324	-5%
Contas a pagar	2.006	1.102	82%
Arrendamento a pagar	37	-	-
Não Circulante	1.275	19	6568%
Provisão para ações judiciais	7	19,12	-63%
Arrendamento a pagar	1268	0	-
Patrimônio Líquido	278.311	304.818	-9%
Capital social	364.666	368.051	-1%
Prejuízos acumulados	(93.329)	(63.233)	48%
Outras reservas	6.974	-	-
Total Passivo e Patrimônio Líquido	302.871	334.864	-10%

4 - Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa (R\$'000)	2T22	2T21	Δ
Resultado do período	(8.799)	(17.847)	-51%
Itens que não afetam o caixa operacional:	2.103	97	2067%
Depreciação e amortização	225	93	143%
Provisão para contingência	6	5	33%
Baixa de Imobilizado	-	-	-
Resultado da variação cambial e monetária	-	-	-
Plano de opção de compra de ações	1.835	-	-
Juros sobre empréstimos e arrendamentos	37	-	-
Aumento/(diminuição) das contas de ativo e passivo	3.182	14.011	-77%
Contas a receber	1.239	1.369	-9%
Impostos a recuperar	(715)	(1.023)	-30%
Adiantamento a fornecedores	(2)	(4)	-55%
Outros ativos	(58)	2.025	-103%
Fornecedores	1.098	9.188	-88%
Obrigações tributárias	(195)	486	-140%
Obrigações trabalhistas	815	1.438	-43%
Adiantamento de clientes	120	127	-5%
Contas a pagar	880	405	117%
Outros passivos	-	-	-
Fluxo de caixa das atividades operacionais	(3.514)	(3.739)	-6%
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	-	-	-
Fluxo de caixa das atividades de investimentos	(2.258)	(444)	409%
Aquisição de imobilizado	(372)	(444)	-16%
Aquisição de Intangível	(1.886)	-	-
Fluxo de caixa das atividades de financiamentos	-	293.839	-
Partes relacionadas	-	-	-
Pagamentos de arrendamento	-	-	-
Aumento de capital	-	321.285	-
Custo Captação Ações (IPO)	-	(27.446)	-
Acréscimo líquido no caixa e equivalentes de caixa	(5.763)	289.656	-102%
Caixa e valores mobiliários no início do período	290.161	36.073	704%
Caixa e valores mobiliários no final do período	284.398	325.728	-13%

GetNinjas

DIVULGAÇÃO DE **RESULTADOS** | 2T2022

AGOSTO DE 2022

RESU

