

GetNinjas

—
Divulgação dos
Resultados 3T21

→ Novembro de 2021

Divulgação dos Resultados 3T21

São Paulo, 08 de novembro de 2021

O GetNinjas (B3: NINJ3), marketplace de serviços que conecta profissionais, em mais de 500 categorias diferentes, com clientes que buscam contratar serviços, anuncia seus resultados referentes ao 3T21 e 9M21 e convida para teleconferência.

A Companhia, que iniciou sua operação em 2011 com a ideia do empreendedor Eduardo L'Hotellier, continuou investindo em trazer os melhores talentos que promovam o crescimento da plataforma e atualmente conta com 222 colaboradores que acreditam que o propósito de promover melhorias e evoluções no mercado de contratação de serviços no Brasil é um desafio audacioso e estimulante.

Por isso, o GetNinjas possui um time de desenvolvedores que trabalha nos algoritmos (+700 milhões de pontos de dados gerados por mês) para conectar pessoas, de um lado quem precisa dos serviços, os Clientes (Cli) com quem sabe fazer, os Profissionais (PROs). O GetNinjas comemorou 10 anos de história nesse mês de outubro e mostrou que o resultado dessa trajetória é fruto de muito trabalho e dedicação do time para aprimorar a experiência de uso da plataforma e continuar com a sua missão: **conectar cada vez mais quem precisa com quem sabe fazer**.

Teleconferência dos Resultados 3T21 - Tradução Simultânea para o Inglês

Terça-feira, 09 de novembro de 2021

11h30 (horário de São Paulo)

09h30 (horário de NY)

Telefones de conexão:

HD Web Fone: [clique aqui](#).

Participantes no Brasil: +55 11 4090-1621 ou +55 11 4210-1803

Participantes em outros países: +1 412 717-9627 ou +1 844 204-8942

Código de Acesso: GetNinjas

Para acessar a plataforma de **webcast**, [clique aqui](#).

Sumário Ninja

O GetNinjas é um marketplace que busca simplificar e trazer mais agilidade na contratação de serviços, completou 10 anos de operação em outubro deste ano. Nessa época já existiam marketplaces para venda de produtos, mas nada focado em serviços. Dessa dificuldade, surgiu a grande ideia de criar um marketplace de serviços para facilitar a vida das pessoas.

Ao longo dessa primeira década, a companhia evoluiu seus algoritmos para otimizar o processo de contratação de serviços e passou de um site que funcionava como uma listagem online de profissionais para uma plataforma que usa algoritmos proprietários para facilitar a vida de milhares de brasileiros.

A grande virada da plataforma deu-se em 2014, quando Eduardo observou o aumento na penetração do uso de smartphones no Brasil que já estava ultrapassando a barreira de entrada onde grande parte da população já possuía um celular conectado à internet. No mesmo ano, a empresa lançou seu aplicativo, conectando os profissionais cadastrados aos clientes que estavam buscando por contratação de serviços.

Ao migrar a base de profissionais para o app, o GetNinjas permitiu que os prestadores de serviços encontrassem de forma mais rápida, em até 5 minutos, e eficiente os clientes mais próximos, reduzindo tempo e custo de captação de clientes e deslocamento.

Em 2019, a empresa alcançou a meta de 1 milhão de profissionais cadastrados em seu app; e com a pandemia em 2020, os hábitos dos consumidores mudaram e as empresas precisaram inovar para acompanhar as mudanças. Nesse ano, o GetNinjas lançou mais de 130 novas categorias de serviços, que totalizam hoje mais de 500 categorias diferentes de serviços. No mesmo período, dobrou o número de profissionais - chegando a 2 milhões de profissionais cadastrados - e gerou mais de R\$ 960 milhões para o bolso dos profissionais (GMV).

Em maio deste ano, a empresa fez sua Oferta Pública Inicial (IPO), no Novo Mercado da B3, ancorada por grandes fundos, como a Verde, Miles Capital e Indie Capital. Levantou cerca de R\$ 300 milhões para continuar a revolucionar o setor de serviços. Agora, o foco da Companhia é aprimorar o produto, levar o GetNinjas como solução eficiente de contratação de serviços e transformar a empresa na Amazon dos Serviços.

Ainda em 2021, o GetNinjas chegou ao recorde de mais de 1,5 milhão de profissionais cadastrados e 222 colaboradores internos, sendo mais de 40 deles para a área de tecnologia, alcançou a nota 8.8 no Reclame Aqui e foi selecionado como finalista do RA1000.

A listagem da Companhia na Bolsa de São Paulo colaborou ainda para que a empresa conseguisse reforçar sua estratégia com parcerias, incluindo marcas e soluções de peso como Banco Pan, Intercement, Samsung, Sherwin Williams, Eletrolux, Multicoisas, Casa & Vídeo, Pado, Fácil Persianas, O Boticário, Market4u e outras.



Ao analisar essa primeira década da Companhia, vejo o quanto evoluímos na experiência de usabilidade, em governança e estrutura de times, o que promoveu nosso crescimento e posicionamento forte no mercado. As próximas décadas prometem ainda mais, porque estamos ainda arranhando a superfície do mercado de serviços no Brasil e temos muito espaço para crescer”, destaca

Eduardo L’Hotellier, CEO e Fundador



Destaques Operacionais 9M21



Novos profissionais cadastrados:
1,5 milhão
+212% vs 9M20



Profissionais ativos (LTM):
205 mil
+89% vs 9M20



**66% dos PROs ativos eram
recorrentes** - anteriormente já
tinham realizado outra aquisição
de leads



Venda de moedas:
R\$ 54,5 milhões
+55% vs 9M20



Pedidos dos clientes:
3,9 milhões
+30% vs 9M20



Satisfação dos profissionais e
clientes: **Nota 8,8**
Reclame Aqui, 30/09/2021

Profissionais

Em 2021 o GetNinjas seguiu com sua estratégia de investimentos mais concentrados no topo do funil, aumentando a captação de novos profissionais e dessa forma aumentando a densidade de profissionais por categorias, principalmente nas novas categorias criadas desde o começo da pandemia. Dessa forma garantimos uma melhor experiência aos clientes, que terão mais opções de profissionais para a contratação. Como um marketplace – quanto maior o número de profissionais, maior a chance do serviço solicitado ser fechado com o profissional ideal para essa prestação de serviço.

Nos últimos meses houve um aumento dos custos de clique (CPC) e custos por impressão (CPM) nas principais *ad networks* (Google, Facebook, Instagram e outros), impulsionado por uma maior competição de anunciantes nesses espaços de mídia. Como os espaços de divulgação são os mesmos para todos as empresas anunciantes online independente do setor esse aumento impactou a todos indiscriminadamente. Nessa dinâmica, as empresas vencedoras são aquelas que criam um forte canal direto de aquisição; e dessa forma a Companhia vem trabalhando para tornar cada vez mais relevante o seu canal direto, através de diversas iniciativas, tais como, fortalecimento da marca, programa de indicação de usuários e programa de benefícios ao profissional.

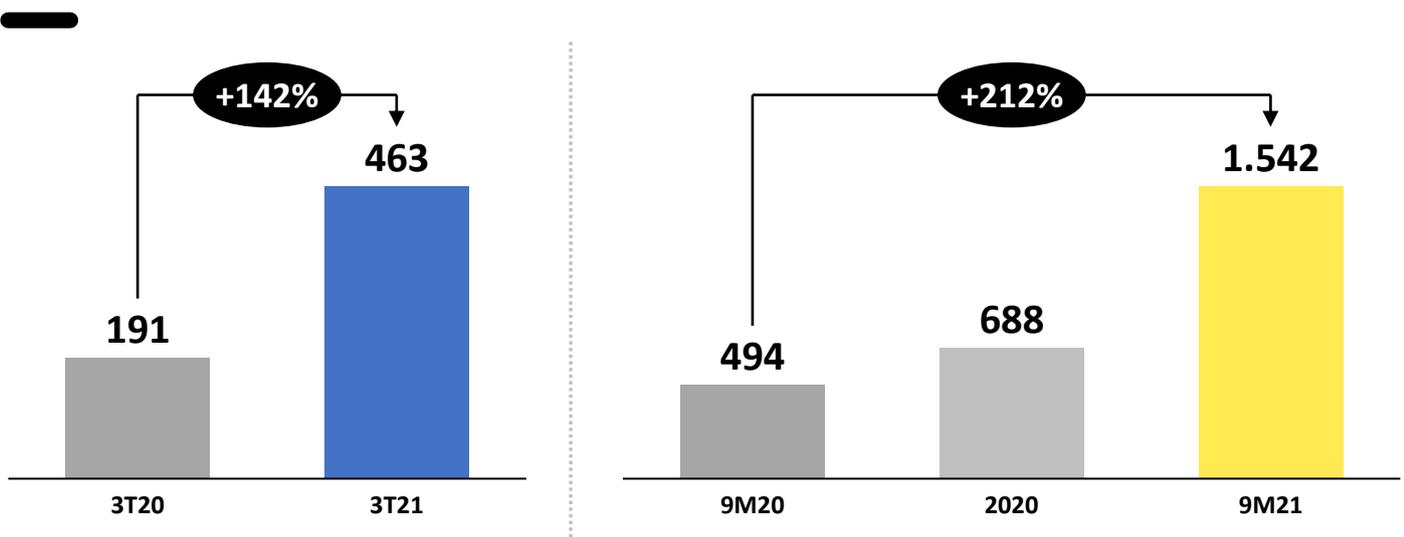
Observando esse cenário, que acreditamos ser passageiro, nesse trimestre investimos R\$ 4,3 milhões a menos que no 2T21.

No 3T21, o número de novos profissionais cadastrados na plataforma cresceu 142% em relação ao 3T20 e atingiu 463 mil novos PROs. No trimestre também foi investido em profissionais nas regiões em que tínhamos menor densidade, como por exemplo, as regiões norte e nordeste que apresentaram um avanço de 227% no número de profissionais cadastrados em relação ao 3T20.

Ao longo dos 10 anos de história do GetNinjas, a Companhia conta com uma base de mais de 3,7 milhões de profissionais cadastrados, sendo que 1,5 milhão de novos cadastros aconteceram nos 9 meses de 2021, um crescimento de 212% em relação ao mesmo período de 2020.

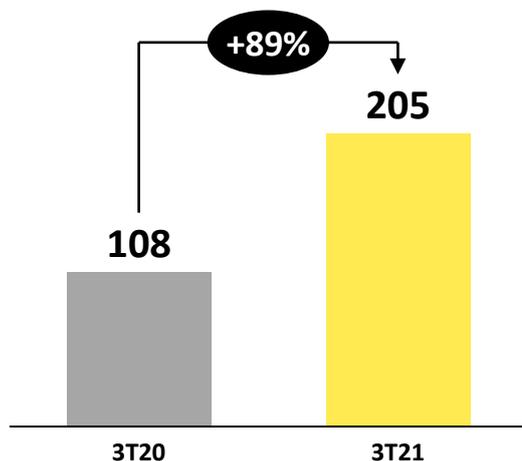
Destaca-se a evolução dos cadastros nas categorias de serviços domésticos, aulas, design & tecnologia e saúde. No GetNinjas é possível encontrar 10 categorias principais de serviços, que no geral correspondem a aproximadamente 540 tipos de serviços oferecidos.

Novos Profissionais Cadastrados ('000)

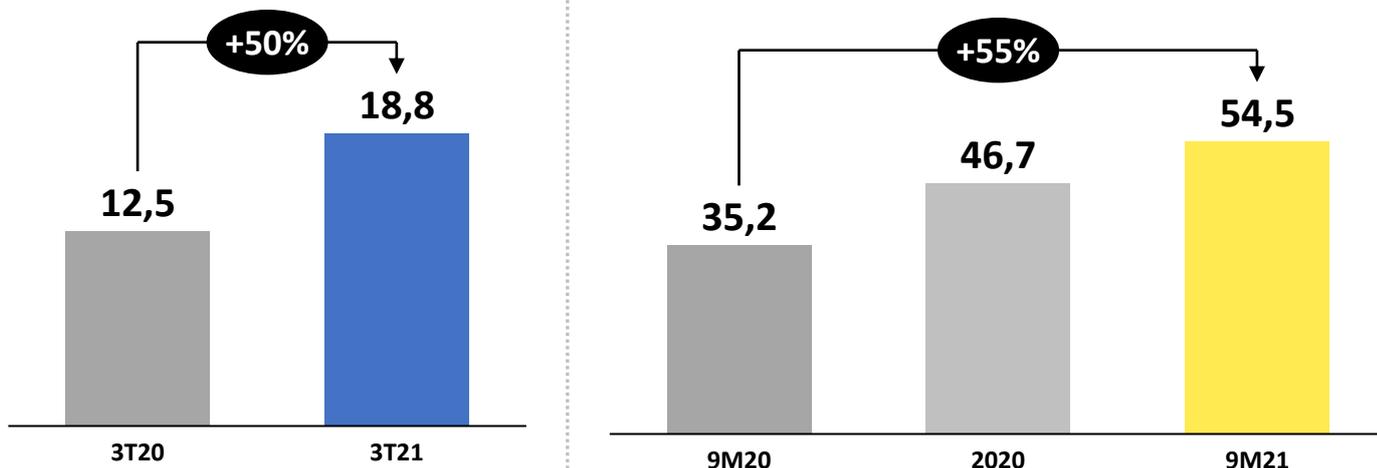


O número de profissionais ativos nos últimos 12 meses encerrados em 30 de setembro de 2021 totalizou 205 mil, 89% superior ao mesmo período de 2020. Cerca de 66% dos PROs ativos já tinham realizado outra aquisição de leads, ou seja, eram recorrentes na plataforma. Para melhorar a experiência dos profissionais ativos na plataforma, no 3T21 foi implementado o atendimento exclusivo via WhatsApp. A venda de moedas no 3T21 cresceu 50% em relação ao 3T20, atingindo R\$ 18,8 milhões. No acumulado do ano de 2021, a venda de moedas totalizou R\$ 54,5 milhões, um incremento de 55% em relação aos 9 meses de 2020.

Profissionais Ativos (LTM) (‘000)



Venda de Moedas¹ (R\$ milhões)



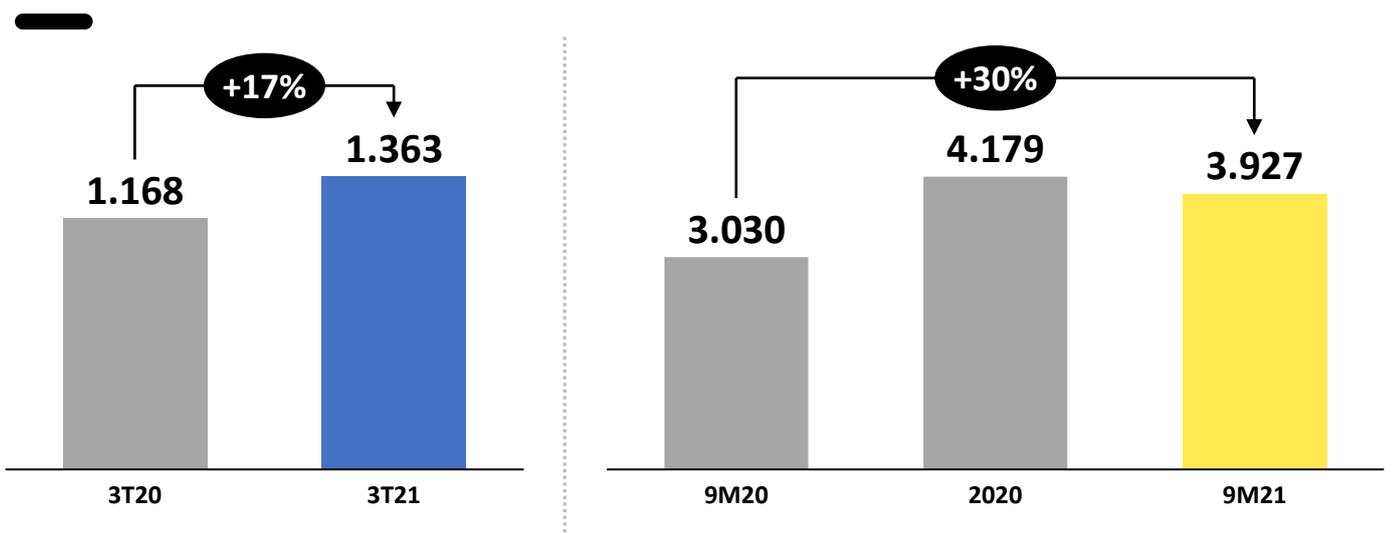
¹Os profissionais adquirem o pacote de moedas por meio de boleto, PIX ou cartão de crédito e dessa forma a receita é reconhecida apenas quando os profissionais utilizam as moedas, comprando as leads.

Cientes

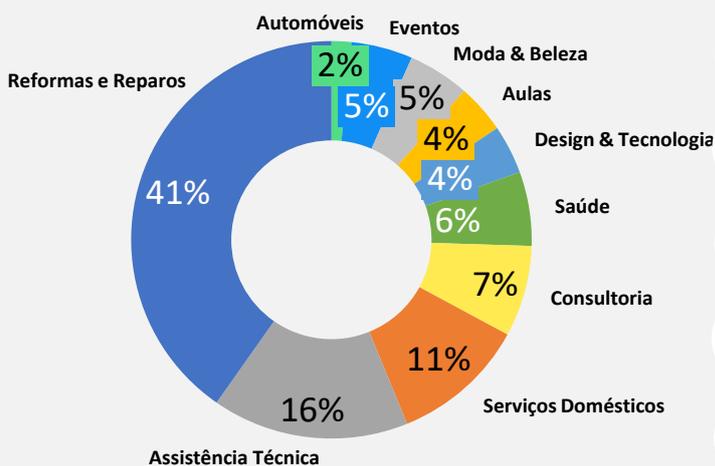
No 3T21, os clientes realizaram 1,4 milhão pedidos, um avanço de 17% em relação ao mesmo período de 2020 sendo que os pedidos se concentraram, principalmente, nas categorias de reformas e reparos, assistência técnica e serviços domésticos.

No 3T21, 51% dos clientes eram recorrentes, ou seja, já tinham realizado anteriormente outra solicitação de serviço na plataforma. Já nos 9M21, as solicitações dos clientes cresceram 30% em relação ao 9M20 e somaram 3,9 milhões de pedidos.

Solicitações dos Clientes ('000)



Pedidos dos clientes por categoria -3T21



Serviços mais solicitados por categoria -3T21



Clientes

Tendo em vista o crescimento na quantidade de categorias e cidades atendidas, o GetNinjas vem trabalhando para diminuir a quantidade de pedidos não monetizados (*zero lead*). Todos os pedidos realizados na plataforma são ofertados a todos os profissionais na região para aquela categoria específica e é esperado que de 1 a 4 profissionais respondam aquele pedido; mais profissionais para serviços complexos, e menos para serviços não complexos. O esperado é que um serviço seja atendido em poucos minutos; se em até 48 horas o cliente não tiver um atendimento o serviço é distribuído de forma gratuita para os profissionais, garantindo assim uma melhor experiência ao cliente, vs ele não ter nenhum atendimento.

Na dinâmica de crescimento em novas categorias e cidades iniciado em 2019, esse processo de pedidos não monetizados se intensificou e nesse trimestre investimos de forma a otimizar os investimentos em clientes e reduzir a quantidade de pedidos não monetizados (*zero lead*).

A Companhia vem trabalhando em iniciativas para aumentar o número de pedidos monetizados através da captação e ativação de novos profissionais, revisão da precificação em algumas categorias e otimizar a distribuição dos pedidos.

Antes de acelerar os investimentos em captações de clientes e pedidos, o GetNinjas precisa garantir uma relação saudável em todas as categorias entre o número de pedidos e o número de profissionais. Dessa forma garantimos uma melhor experiência aos clientes que colocam os seus pedidos na plataforma e têm o seu pedido atendido.

Da mesma forma que comentamos anteriormente sobre a elevação nos custos de marketing digital, na captação de clientes também visamos a priorização e retorno desses investimentos.

Desde novembro, os Clientes podem contar com mais um benefício. Visando melhorar ainda mais a experiência dos Clientes e maior segurança, além da validação com *background check* dos profissionais e avaliação, foi lançada a Proteção Ninja+, que para determinadas categorias, regiões e determinadas condições; caso o serviço prestado não esteja de acordo, garante a substituição do Profissional, sem custos adicionais para prestação do serviço, com valor limitado a R\$ 1.000.

Diariamente o GetNinjas recebe milhares de solicitações de serviços, provenientes de diferentes regiões do país. Presente em mais de 70% dos municípios brasileiros e processando quase 5 milhões de pedidos por ano, dos mais variados tipos, a Companhia utiliza os dados e tecnologia proprietários para viabilizar a conexão entre clientes e profissionais; e neste processo, monitora ativamente tendências de serviços e preços, transformando estes dados em oportunidades dentro da plataforma.

Dessa forma, o GetNinjas vem trabalhando para divulgar índices de preços e diferentes indicadores relativos aos segmentos de serviços em que atua.

Além de agregar ainda mais valor para os clientes e profissionais do GetNinjas, essas informações contribuem para uma maior transparência do mercado de serviços brasileiro.

Destaques Financeiros

(R\$'000)	3T21	3T20	Δ	9M21	9M20	Δ
Receita Bruta	18.852	12.937	46%	54.433	36.027	51%
Receita Líquida	16.344	11.405	43%	47.148	32.200	46%
Custo	(1.338)	(310)	332%	(3.931)	(1.639)	140%
Lucro Bruto	15.006	11.095	35%	43.217	30.561	41%
<i>Margem Bruta</i>	92%	97%	-5 p.p.	92%	95%	-3 p.p.
Despesas	(29.704)	(9.734)	205%	(82.627)	(28.489)	190%
Comerciais	(17.560)	(6.150)	186%	(49.968)	(15.257)	228%
Gerais e Administrativas	(12.130)	(3.584)	238%	(32.458)	(13.232)	145%
Outras receitas e despesas, líquidas	(14)	-	-	(201)	-	-
EBITDA Ajustado¹	(13.860)	1.508	-	(38.412)	2.509	-
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	-85%	13%	-	-81%	8%	-
Lucro Líquido (Prejuízo)	(10.682)	1.355	-	(34.063)	1.859	-

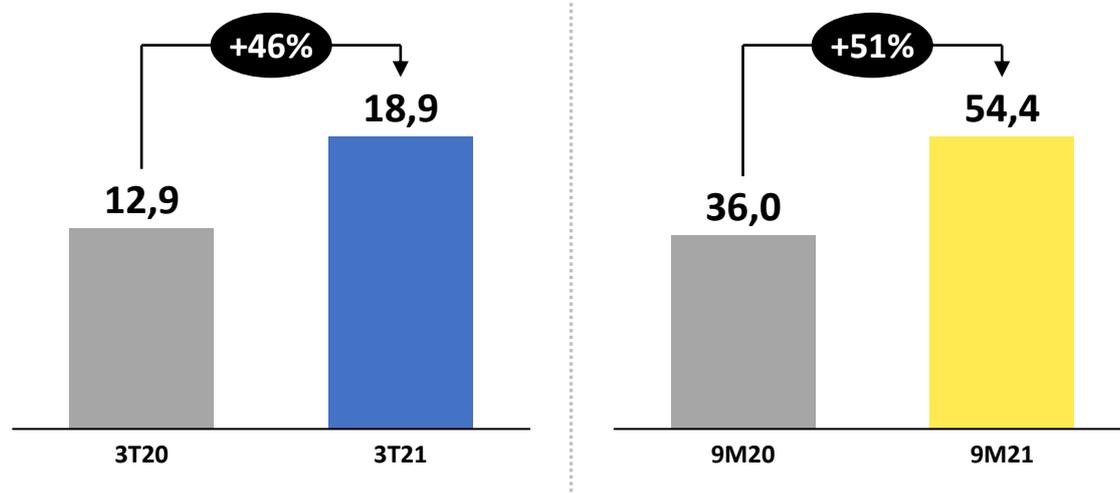
¹ EBITDA Ajustado pelas despesas com plano de opção de compra de ações.

Receita Bruta e Líquida

O avanço de 17% no número de pedidos dos clientes no 3T21 em relação ao 3T20 e um aumento médio de 28% no número de leads resultou em uma receita bruta de R\$ 18,9 milhões no terceiro trimestre de 2021, 46% superior à apresentada no mesmo período de 2020. Nos 9M21, a receita bruta atingiu R\$ 54,4 milhões, um crescimento de 51% em relação aos 9M20, com crescimento de 30% no número de pedidos e 29% na quantidade de *leads*.

Ao deduzir os impostos (ISS – 2,90%, PIS – 1,65% e COFINS – 7,60%) da receita bruta, a receita líquida do 3T21 foi de R\$ 16,3 milhões, 43% superior à receita líquida do 3T20. No acumulado do ano de 2021, a receita líquida apresentou crescimento de 46% em relação ao mesmo período de 2020, totalizando R\$ 47,1 milhões.

Receita Bruta (R\$ milhões)



Lucro Bruto

Os custos operacionais contemplam servidores que são indexados ao dólar e mensagens de SMS. Sempre que um novo profissional se cadastra no GetNinjas, é necessária uma validação de cadastro, feita por SMS. Assim como quando os clientes solicitam serviços pela primeira vez.

Os custos operacionais do 3T21 foram influenciados pelos novos cadastros de profissionais, que foram cerca de 2,5 vezes superiores ao 3T20 e montaram R\$ 1,3 milhão; R\$ 1 milhão superior ao 3T20. Em 2020 negociamos um crédito com fornecedor de servidores em função do impacto do Covid-19 que gerou um impacto positivo nos custos operacionais do 3T20.

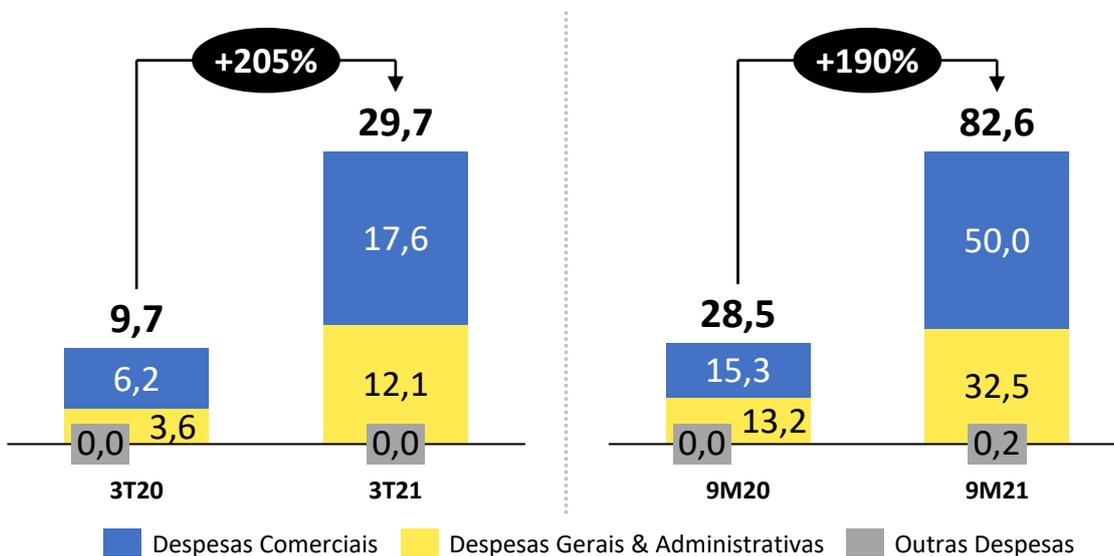
Dessa forma, o lucro bruto do terceiro trimestre de 2021 foi de R\$ 15,0 milhões, um crescimento de 35% em relação ao 3T20 com margem bruta de 92%.

Nos nove meses de 2021 os custos foram 140% superiores aos 9M20 e totalizaram R\$ 3,9 milhões. O lucro bruto foi de R\$ 43,2 milhões, um incremento de 41% em relação ao mesmo período de 2020 com margem bruta de 92%.

Despesas Operacionais

As despesas operacionais totalizaram R\$ 29,7 milhões no 3T21, um incremento de R\$ 20,0 milhões em relação ao 3T20. No acumulado de 2021 as despesas operacionais somaram R\$ 82,6 milhões, 190% superior aos 9M20.

Despesas Operacionais (R\$ milhões)



As **despesas gerais e administrativas** no 3T21 apresentaram crescimento de 238% em relação ao 3T20 e totalizaram R\$ 12,1 milhões, refletindo o (i) aumento no quadro de colaboradores da Companhia que passou de 123 no 3T20, para 222 colaboradores ao final do 3T21, com as novas contratações principalmente para as áreas de tecnologia, produto, atendimento aos clientes e marketing, fundamentais para o processo de crescimento da plataforma; (ii) impacto de R\$ 735 mil, em função do plano de outorga de opções de ações que a Companhia possui.

Em 26 de fevereiro de 2021 foi aprovado na AGE o programa de opção de compra de ações e em 01 de agosto de 2021 o Conselho aprovou o plano de 1.467.641 outorgas de opções que a Companhia possui para atrair e reter talentos; alinhar os interesses dos acionistas ao dos colaboradores e administradores da Companhia; e balancear as formas de remuneração a curto e longo prazo.

O preço de exercício das opções concedidas foi definido com base no patrimônio líquido da Companhia e as opções têm um prazo contratual de quatro anos, sendo exercíveis 25% das ações para cada ano de permanência na Companhia, depois da data de concessão. A despesa é mensurada com base no valor justo na data em que as opções foram outorgadas calculado utilizando-se da metodologia de precificação de opções Black and Scholes. A despesa de R\$ 735 mil é reconhecida em conjunto com um correspondente aumento no patrimônio líquido.

Além disso, conforme Artigo 42 da Lei nº 12.973 de 13 de maio de 2014, as despesas relacionadas ao desenvolvimento de inovação e tecnologia poderão ser contabilizadas no ativo não circulante intangível, no período em que os desenvolvimentos ocorrerem; dessa forma, em setembro de 2021 a Companhia reconheceu R\$ 1,7 milhão como ativo intangível referentes aos projetos para a melhoria da experiência dos profissionais e clientes e SEO, essas despesas visam o crescimento dos resultados orgânicos. Esses projetos de melhoria da plataforma possuem um prazo médio de 10 meses e após a conclusão, as despesas serão amortizadas pelo mesmo prazo de execução dos respectivos projetos.

Já as **despesas comerciais**, totalizaram R\$ 17,6 milhões; R\$ 11,4 milhões superior às despesas comerciais do 3T20, sendo a maior concentração dos recursos em mídia, relacionadas à aquisição de profissionais e clientes.

A estratégia de canais da Companhia baseia-se na constante avaliação das estratégias de mídias disponíveis e na análise de qual traz o melhor retorno de retenção a curto e longo prazo, buscando sempre expandir o alcance orgânico da plataforma. A Companhia também investe em canais pagos online, com ciclos de investimento voltados a aumentar a base de clientes e profissionais. Condição fundamental para o crescimento sustentável do negócio, a Companhia vem realizando investimentos importantes na aquisição de Profissionais, principalmente nas novas categorias. Precisamos garantir uma densidade adequada no número de profissionais por categoria antes de realizar investimentos mais relevantes na captura de clientes/pedidos, dessa forma garantimos uma melhor experiência aos nossos clientes, que terão mais opções de profissionais para a contratação. Desse modo, com mais profissionais teremos uma maior oferta de profissionais para os nossos clientes e dessa forma maior a chance do serviço solicitado ser fechado com o profissional ideal para essa prestação de serviço. Em outras palavras, **quanto maior o marketplace, melhor ele se torna, pois aumentam as chances de *match* entre a demanda do cliente e a oferta de profissionais para a serviço solicitado.**

Com o objetivo de reforçar a presença e o conhecimento da marca GetNinjas, a Companhia assinou contrato com a Jojo Todynho, que conta com uma linguagem ímpar e carregada de brasilidade, para engajar e ajudar na ativação dos Profissionais, explicando de forma descomplicada e irreverente como que funciona a plataforma.



EBITDA Ajustado

No 3T21, o EBITDA Ajustado pelas despesas com plano de opção de compra de ações (despesa não-caixa) foi negativo em R\$ 13,9 milhões comparado com R\$ 1,5 milhão positivo no 3T20. Já no acumulado do ano de 2021, o EBITDA Ajustado foi negativo em R\$ 38,4 milhões.

Lucro líquido (prejuízo)

No 3T21 a Companhia apresentou prejuízo de R\$ 10,7 milhões ante o lucro de R\$ 1,4 milhão no 3T20. No acumulado do ano de 2021, o prejuízo foi de R\$ 34,1 milhões quando comparado ao lucro de R\$ 1,9 milhão nos 9M20. O prejuízo ajustado pelas despesas com plano de opção de compra de ações foi de R\$ 9,9 milhões no 3T21 e R\$ 33,3 milhões nos 9M21.

Parcerias

No 3T21 o GetNinjas fechou parcerias estratégicas com empresas referência em seus respectivos setores, incluindo Sherwin-Williams, Etna, Comgás, MultiCoisas, Casa&Vídeo, CentralAr, VOJO e HomeHub. Destacam-se:

Sherwin-Williams: em julho de 2021 o GetNinjas firmou parceria com a Sherwin-Williams para comunicar a base de profissionais cadastrados na subcategoria de pintores sobre os produtos da marca e o Clube do Pintor Sherwin-Williams, canal onde acessam benefícios, descontos, treinamentos e dicas de aplicação dos produtos. Neste clube, o PRO participa do programa de fidelidade SWPRO, além de encontrar informações úteis para seu desenvolvimento pessoal e profissional, ganha pontos em suas compras, podendo assim, conquistar prêmios interessantes.

Multicoisas e Casa&Vídeo: no 3º trimestre de 2021 o GetNinjas firmou parceria com a Multicoisas e Casa&Vídeo, que passam a oferecer a opção de contratação de serviços aos clientes das parceiras, por meio de seu site e ponto físico das lojas. Ao efetuar compras, os clientes das parceiras poderão também contratar um serviço para fazer a instalação ou aplicação do produto, permitindo que as parceiras ofereçam uma experiência completa de compra no canal digital.

Parcerias

Comgás: por meio de uma régua de comunicação, os clientes contratantes do GetNinjas residentes da cidade de São Paulo são impactados para conhecerem a possibilidade de se tornarem clientes Comgás. A comunicação é voltada para clientes GetNinjas que solicitaram serviços recentemente nas categorias de Assistência Técnica, Reformas e Reparos e Serviços Domésticos.

BancoPan: em abril de 2021 o GetNinjas firmou parceria com o Banco Pan, para oferecer acesso facilitado dos profissionais cadastrados a serviços financeiros, como conta bancária, cartão de crédito e empréstimo pessoal. Proporcionando, dessa forma, uma inclusão financeira a uma população pouco bancarizada e incluindo meios de pagamentos digital ao fluxo da plataforma do GetNinjas.

Em 13 de agosto de 2021, foi celebrado o Acordo Operacional de Parceria com o Banco Pan, estabelecendo os principais termos e condições da parceria, para a oferta de produtos e serviços financeiros, bancários e em geral aos usuários, incluindo pessoas físicas e jurídicas que sejam clientes, parceiros e/ou prestadores de serviços, que acessem o Ambiente do GetNinjas.



Na primeira etapa da parceria, usuários da plataforma ganham moedas para usar no GetNinjas ao abrir uma conta no Banco Pan. Durante o trimestre foram realizados diversos testes A/B para entender a melhor forma de conversar com os profissionais sobre os benefícios da parceria e através de APIs a integração com Pan está sendo finalizada. Já está disponível para os profissionais a funcionalidade de experimentar o app e comprar pedidos de clientes a partir da ação de abertura de uma conta digital do Banco Pan, assim como o direcionamento para a abertura de contas através da plataforma do GetNinjas. A Companhia segue trabalhando na segunda fase, relacionada a meios de pagamento.

ImpactoNinja

O modelo de negócios do GetNinjas, que conecta Profissionais e Clientes por meio da tecnologia, é em sua essência, gerador de impacto social, econômico e ambiental. A Companhia nasceu tendo o conceito ESG (*environmental, social and governance*) integrado nos valores da Companhia e figuram como pilares do modelo de negócio:



Social

Em setembro, o GetNinjas e a Fundação Dom Cabral firmaram parceria para fomentar capacitação profissional por meio da plataforma de streaming da FDC. Cerca de 10 mil profissionais cadastrados no GetNinjas serão beneficiados com conteúdos gratuitos e exclusivos sobre empreendedorismo; e toda metodologia desenvolvida pela instituição. A seleção de profissionais cadastrados no GetNinjas para receberem a capacitação leva em consideração microempreendedores informais e formais (MEI) com renda mensal menor que quatro salários-mínimos, e que tenham dificuldades para administrar seu próprio negócio. Com o projeto, o GetNinjas e a FDC visam auxiliar os profissionais a terem mais sucesso no uso do aplicativo, fechar mais clientes e gerar maior renda.

Governança

A Companhia que faz parte do Novo Mercado na B3, o mais elevado padrão de governança corporativa, possui 2 dos 3 membros do Comitê de Auditoria composto por mulheres e o Conselho de Administração formado por cerca de 60% de membros independentes.

Governança

Em outubro, o GetNinjas anunciou a entrada de Lucas Vargas, CEO da Nomad, como membro efetivo independente do conselho de administração, que possui mais de uma década de experiência no desenvolvimento de negócios inovadores, como Groupon, Viva Real, OLX e Nomad.

A Companhia vem estudando diversos projetos com a finalidade de refletir o impacto econômico, social e ambiental significativo e positivo que quer criar para as partes interessadas, ao mesmo tempo em que muda a maneira de contratar serviço através da tecnologia, caminhando para a estruturação de uma política de sustentabilidade.

Um dos grandes objetivos da Companhia é fornecer um espaço de todos e para todos. O GetNinjas se mantém focado em promover um processo de recrutamento e seleção igualitário e criar condições para que os colaboradores se sintam à vontade e possam trabalhar sem medo de serem vítimas de qualquer tipo de preconceito ou discriminação.

Anexos

1. Demonstração de Resultados

DRE (R\$'000)	3T21	3T20	Δ	9M21	9M20	Δ
Receita Líquida	16.344	11.405	43%	47.148	32.200	46%
Custo	(1.338)	(310)	332%	(3.931)	(1.639)	140%
Lucro Bruto	15.006	11.095	35%	43.217	30.561	41%
<i>Margem Bruta</i>	92%	97%	-5 p.p.	92%	95%	-3 p.p.
Despesas	(29.704)	(9.734)	205%	(82.627)	(28.491)	190%
Comerciais	(17.560)	(6.150)	186%	(49.968)	(15.258)	227%
Gerais e Administrativas	(12.130)	(3.584)	238%	(32.458)	(13.233)	145%
Outras receitas e despesas, líquidas	(14)	-	-	(201)	-	-
Resultado Financeiro	4.016	(6)	-	5.347	(80)	-
Resultado antes dos impostos	(10.682)	1.355	-	(34.063)	1.990	-
IR+CS	-	-	-	-	(132)	-
Resultado Líquido	(10.682)	1.355	-	(34.063)	1.858	-

2. Reconciliação EBITDA

Reconciliação EBITDA (R\$'000)	3T21	3T20	Δ	9M21	9M20	Δ
(-) Lucro Líquido (Prejuízo)	(10.682)	1.355	-	(34.063)	1.858	-
(-) Resultado Financeiro	(4.016)	6	-	(5.347)	80	-
(-) Depreciação	103	147	-30%	263	439	-40%
(-) Imposto de Renda	-	-	-	-	132	-
EBITDA	(14.595)	1.508	-	(39.147)	2.509	-
(-) Despesas com plano de opção de compra de ações	735	-	-	735	-	-
EBITDA Ajustado	(13.860)	1.508	-	(38.412)	2.509	-

Anexos

3. Balanço Patrimonial

Balanço Patrimonial			
Ativo (R\$'000)	3T21	2T21	Δ
Circulante	315.370	333.371	-5%
Caixa e equivalentes de caixa	307.817	325.728	-5%
Contas a receber	5.313	5.515	-4%
Impostos a recuperar	1.731	1.628	6%
Adiantamentos a fornecedores	23	23	2%
Outros ativos	486	477	2%
Não Circulante	3.293	1.494	120%
Impostos a recuperar	-	59	-
Outros ativos	5	-	-
Imobilizado	1.578	1.434	10%
Intangível	1.710	-	-
Total Ativo	318.663	334.864	-5%
Passivo e Patrimônio Líquido (R\$'000)			
Circulante	27.175	30.027	-9%
Fornecedores	14.785	19.030	-22%
Obrigações trabalhistas	6.214	4.795	30%
Obrigações tributárias	522	776	-33%
Adiantamentos de clientes	4.271	4.324	-1%
Contas a pagar	1.383	1.102	26%
Não Circulante	3	19	-84%
Provisão para ações judiciais	3	19	-84%
Patrimônio Líquido	291.485	304.819	-4%
Capital social	364.666	368.052	-1%
Prejuízos acumulados	(73.916)	(63.233)	17%
Reserva de capital	735	-	-
Total Passivo e Patrimônio Líquido	318.663	334.864	-5%

Anexos

4. Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa (R\$'000)	9M21	9M20	Δ
Resultado do período	(34.063)	1.858	-
Itens que não afetam o caixa operacional:	956	489	96%
Depreciação e amortização	263	440	-40%
Provisão para contingência	(42)	14	-
Resultado da variação cambial e monetária	-	5	-
Plano de opção de compra de ações	735	-	-
Juros sobre empréstimos e arrendamentos	-	30	-
Aumento/(diminuição) das contas de ativo e passivo	12.307	930	1223%
Contas a receber	(1.118)	(1.530)	-27%
Impostos a recuperar	(944)	131	-
Adiantamento a fornecedores	58	(24)	-
Outros ativos	403	(235)	-
Fornecedores	9.570	1.482	546%
Obrigações trabalhistas	3.956	1.626	143%
Obrigações tributárias	203	(50)	-
Adiantamento de clientes	(342)	(873)	-61%
Contas a pagar	521	441	18%
Outros passivos	-	(38)	-
Fluxo de caixa das atividades operacionais	(20.800)	3.277	-
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	-	(132)	-
Fluxo de caixa das atividades de investimentos	(2.773)	(231)	1100%
Aquisição de imobilizado e intangível	(1.063)	(231)	360%
Aquisição de Intangível	(1.710)	-	-
Fluxo de caixa das atividades de financiamentos	329.985	(349)	-
Partes relacionadas	-	(181)	-
Pagamentos de arrendamento	-	(168)	-
Aumento de capital	360.817	-	-
Gastos com emissão de ações	(30.832)	-	-
Acréscimo líquido no caixa e equivalentes de caixa	306.412	2.565	-
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	1.405	135	-
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	307.817	2.700	-



-

GetNinjas

→ <https://ri.getninjas.com.br/>

→ ri@getninjas.com.br

