

GetNinjas

DIVULGAÇÃO DE **RESULTADOS** | 4T2022

MARÇO DE 2023

RESU

TELECONFERÊNCIA DOS RESULTADOS 4T22

TRADUÇÃO SIMULTÂNEA PARA O INGLÊS

30 de março de 2023

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

Plataforma Zoom: [Clique Aqui](#)



Des taques

Operacional



Base de PROs:

4,6 MM

no 4T22
[+0,7MM vs 4T21]



**Profissionais
Ativos (UDM):**

172 MIL

no 4T22
[-20% vs 4T21]



**Solicitações
de Clientes :**

1,0 MM

no 4T22
[-22% vs 4T21]



**Satisfação
Profissionais
e Clientes:**

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

Financeiro



**Receita
Líquida:**

R\$ 13,5MM

no 4T22
[-12% vs 4T21]



**Lucro
Bruto:**

R\$ 12,2 MM

no 4T22
[-14% vs 4T21]



**Lucro (Prejuízo)
Líquido:**

-R\$ 0,7 MM

no 4T22
[-R\$6,9MM 4T21]



**Varição
do Caixa:**

-R\$ 5,0 MM

no 4T22
[R\$14,5MM 4T21]

Mensagem da administração



O ano de 2022 foi bastante desafiador, marcado por uma evolução relevante na eficiência e rentabilidade dos investimentos em Marketing. Viemos de um 2021 com alto crescimento, impulsionado por um investimento relevante em Marketing (da mesma ordem de grandeza da Receita Líquida daquele ano). Em 2022, priorizamos a rentabilidade dos investimentos de Marketing e a preservação do nosso caixa, o que trouxe mais eficiência e sustentabilidade para nosso modelo de negócios e reduziu o prejuízo apresentado no ano.

No 4T22 os clientes realizaram 1,0 milhão de solicitações de serviços e 4,5 milhões de solicitações em 2022, uma redução de apenas 13% em relação a 2021 comparada à uma redução de 43% nos investimentos de Marketing no mesmo período. Apesar da redução do volume de solicitações, tivemos um aumento na quantidade de pedidos monetizados e um aumento na receita gerada por cada pedido.

A redução dos investimentos de Marketing também impactou a base de PROs, que desacelerou seu crescimento. **Ainda assim, a quantidade de PROs Ativos permaneceu estável nos últimos trimestres, demonstrando uma melhoria na conversão e retenção dos PROs.**

A Receita Líquida em 2022 apresentou redução de 9% vs. 2021 (e redução de 12% no 4T22 vs. 4T21), muito impactada pela redução dos investimentos em Marketing. Apesar disso, as melhorias estruturais desenvolvidas permitiram uma melhor monetização das solicitações e um aumento na receita gerada por cada solicitação.

O Lucro Bruto em 2022 apresentou uma redução de 10% em relação ao ano anterior (e redução de 14% no 4T22 vs. 4T21). Ainda assim, **a Margem Bruta em 2022 se manteve constante em relação ao ano anterior (90,3% em 2022 vs. 90,2% em 2021).**

Os investimentos em Marketing em 2022 tiveram uma redução de 43% em relação à 2021, de R\$ 62,1 milhões em 2021 para R\$ 35,6 milhões em 2022. No 4T22 a redução foi de 43% comparado ao 4T21, de R\$ 6,9 milhões em 2022 vs. R\$ 12,2 milhões em 2021.

As despesas Gerais e Administrativas no 4T22 (de R\$ 14,8 milhões) voltaram ao mesmo patamar do 4T21 (de R\$ 14,6 milhões, aumento de 1%). No ano de 2022 houve um aumento de 37% em relação a 2021 (de R\$ 47,3 milhões em 2021 para R\$ 64,6 milhões em 2022). Excluindo os efeitos não recorrentes (contratação de consultoria estratégica) e Outorga de Ações, o aumento foi de 19%.

Tivemos um EBITDA Ajustado* de -R\$7,1 milhões no 4T22, 32% melhor que no 4T21 (que foi de -R\$10,4 milhões). **No acumulado do ano, tivemos um EBITDA Ajustado* de -R\$34,6 milhões em 2022, 29% melhor que o apresentado em 2021 (que foi de -R\$48,8 milhões).**

Apresentamos um prejuízo líquido de R\$ 0,8 milhão no 4T22, o que representa uma melhoria de 89% em relação ao 4T21, que foi de -R\$10,4 milhões. **No acumulado do ano, tivemos um prejuízo de -R\$ 15,9 milhões em 2022, 61% melhor que o apresentado em 2021, que foi de -R\$41,0 milhões.**

Ganhamos pelo segundo ano consecutivo o prêmio ReclameAqui, melhorando nossos indicadores e promovendo um serviço de maior qualidade para todos os usuários. **Também mantivemos a certificação Great Place to Work (GPTW), pelo segundo ano consecutivo,** mesmo com ajuste no tamanho do time e reforçando nosso compromisso em desenvolver e engajar o nossos colaboradores.

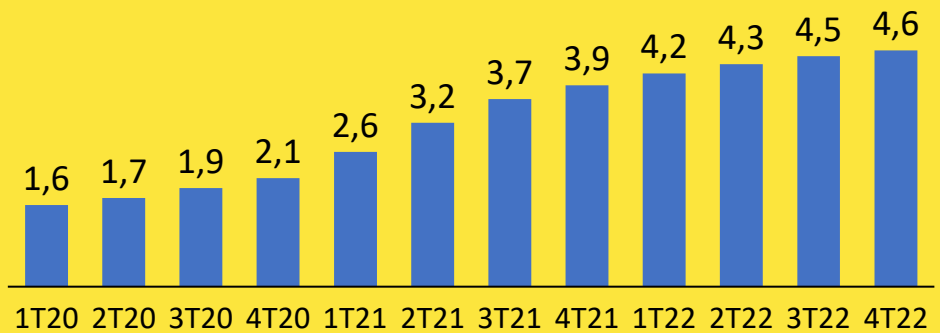
PROs

O foco de 2022 foi na retenção e monetização dos Profissionais.

A redução dos investimentos de Marketing também impactou a base de PROs, que desacelerou seu crescimento. **Ainda assim, a quantidade de PROs Ativos permaneceu estável nos últimos trimestres, demonstrando uma melhoria na conversão e retenção dos PROs.**

Com isso, a quantidade de PROs Ativos variou em função da quantidade de solicitações, para manter o equilíbrio da plataforma.

Base de Profissionais [# milhões]



PROs Ativos [mil; últimos 12 meses]

96 101 108 112 141 179 205 215 207 188 175 172

78% Recorrência
PROs (4T22)

CLIs

No 4T22 os clientes realizaram 1,0 milhão de solicitações de serviços, uma redução de 22% em relação ao 4T21 e de 13% se compararmos o ano todo de 2022 em relação a 2021.

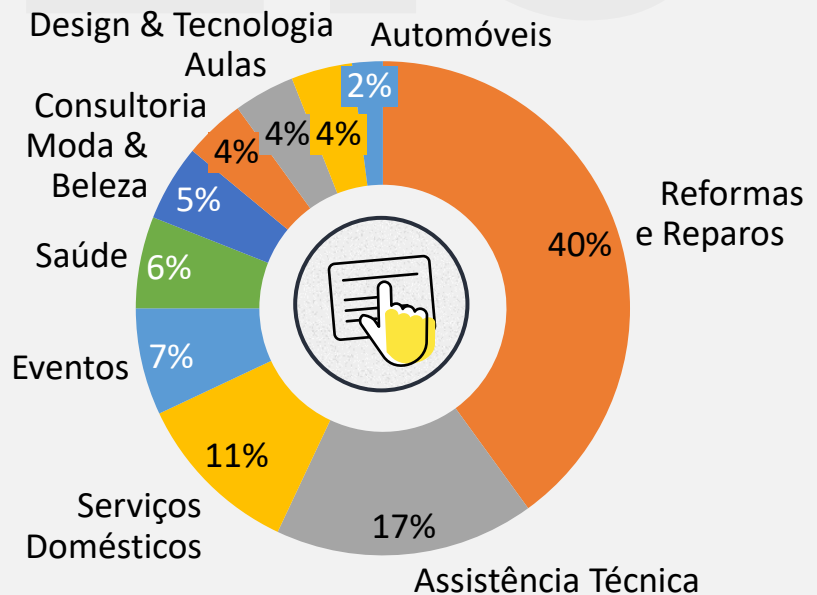
Apesar da redução do volume, tivemos um **aumento na receita gerada por cada pedido**. A receita por pedido teve um crescimento de 14% no 4T22 (R\$13,69) em relação ao 4T21 (R\$12,03).

Trabalhamos para melhorar a atratividade dos pedidos para os PROS e, assim, aumentar a relação de leads por pedido. Dessa forma, aumentamos as opções para o cliente, aumentando também a taxa de fechamento.

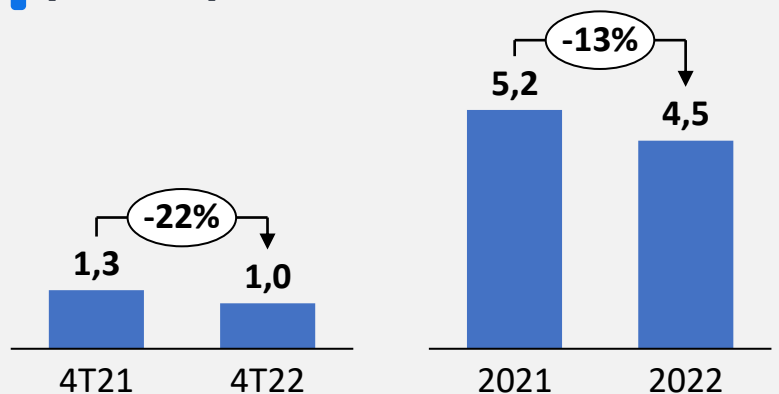
As categorias que concentram o maior volume de solicitações continuam sendo Reformas e Reparos, Assistência Técnica e Serviços Domésticos.

57% dos clientes eram recorrentes no 4T22, ou seja, já tinham realizado anteriormente outra solicitação de serviço na plataforma. O novo App de Clientes vem ajudando a aumentar a recorrência.

Solicitações por Categoria [4T22 - % do total de solicitações]

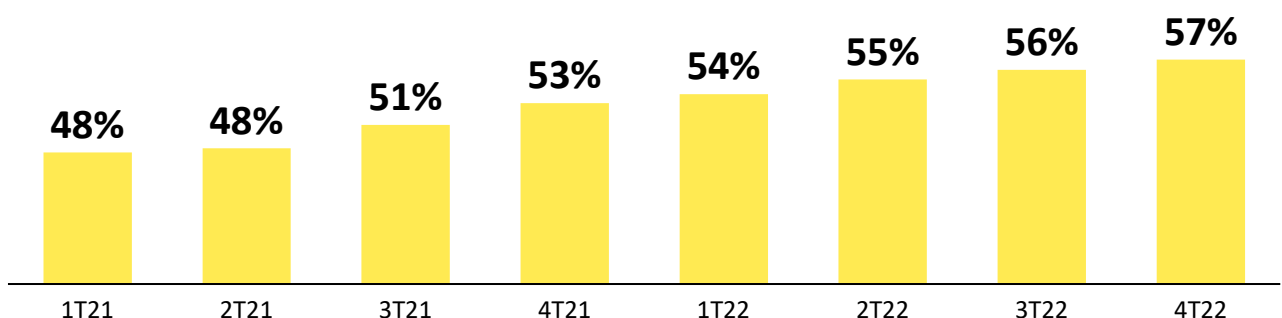


Solicitações de clientes [# milhões]



Recorrência de Clientes

(% clientes que já fizeram solicitações anteriormente)



Financeiro

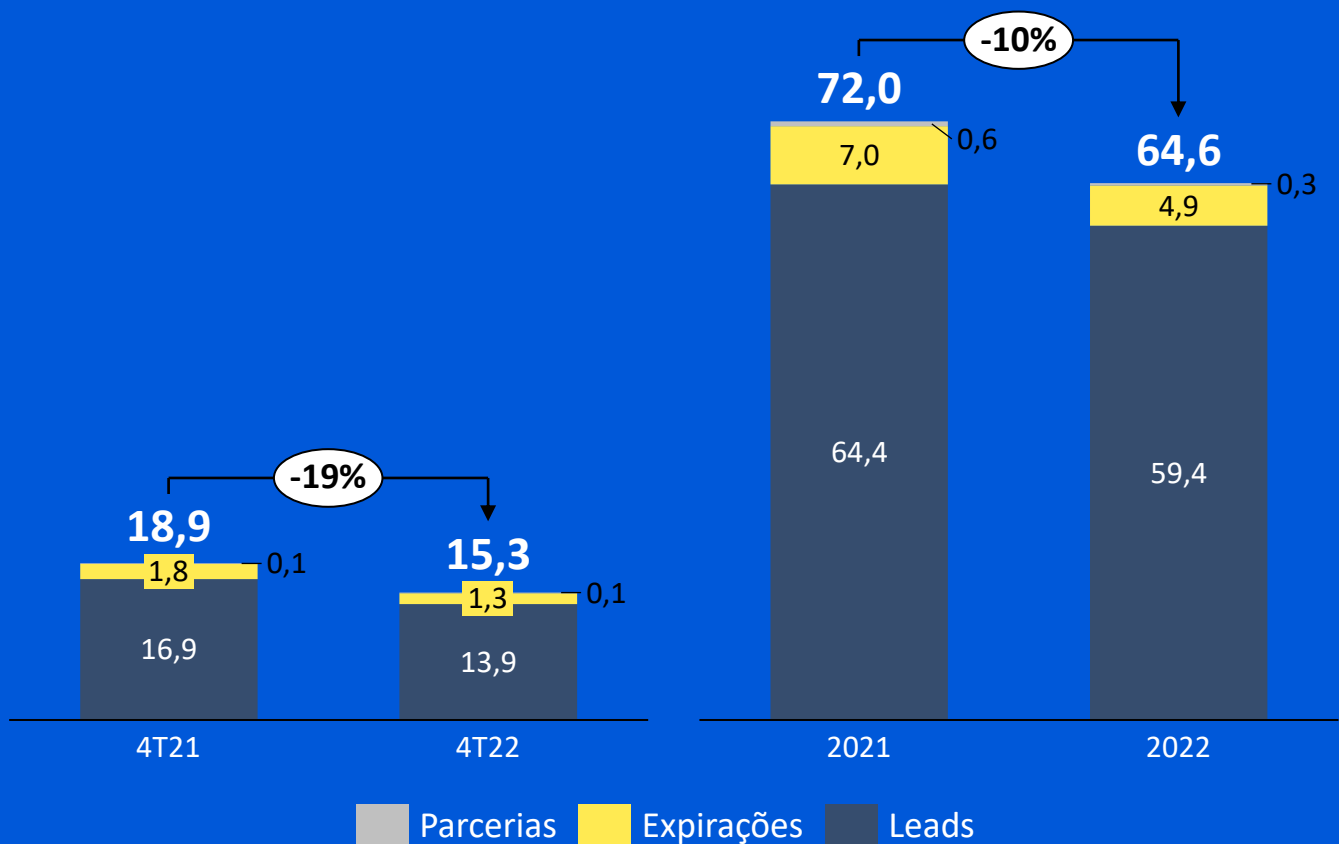
A Receita Bruta no 4T22 apresentou uma redução de 19% em relação ao 4T21 e no ano de 2022 uma redução de 10%, na comparação do ano de 2022 em relação ao ano de 2021. Abaixo temos a composição da Receita Bruta:

Vendas de Leads: representaram 92% do total da receita de 2022 (vs. 89% em 2021). A receita de leads apresentou uma redução de 8% em relação ao ano anterior e uma redução de 18% comparando o 4T22 vs. 4T21; é através dos leads que os Profissionais têm acesso às informações para entrar em contato com os Clientes.

Expirações: 8% do total da receita de 2022 (vs. 10% em 2021). Essa redução de 31% em relação ao ano anterior e de 30% comparando o 4T22 vs. 4T21 significa um maior engajamento dos PROs na plataforma, não permitindo que seus créditos expirem.

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.

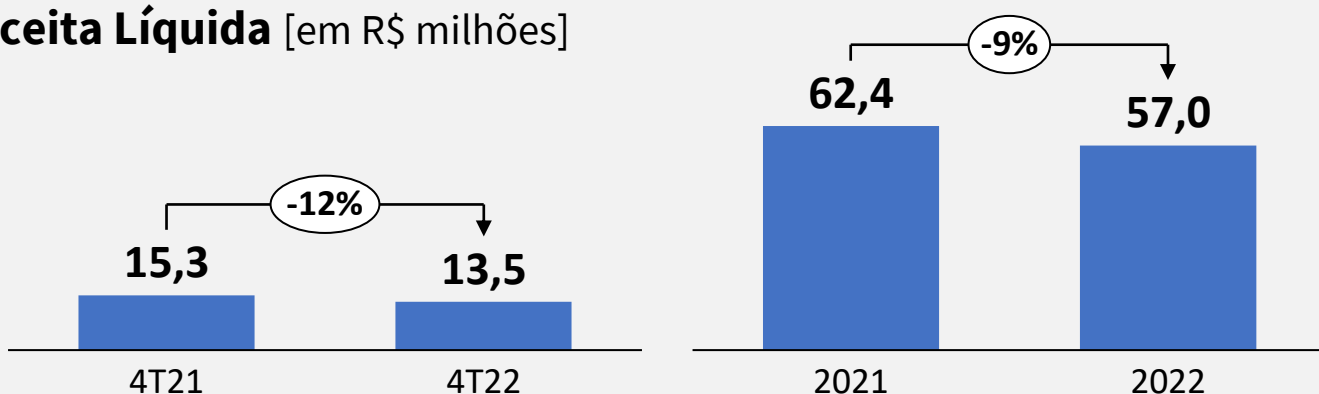
Receita Bruta [em R\$ milhões]



Receita Líquida

A Receita Líquida em 2022 apresentou redução de 9% vs. 2021 e uma redução de 12% no 4T22 vs 4T21. Os investimentos em Marketing reduziram 43% no 4T22 vs. 4T21 e também 43% em 2022 vs. 2021. Além disso, trabalhamos no ano com um contexto econômico adverso, redução nas buscas por serviços na internet, aumento de inflação e da taxa de juros. Apesar do cenário desafiador, as melhorias estruturais desenvolvidas permitiram uma melhor monetização das solicitações e um aumento na receita gerada por cada solicitação.

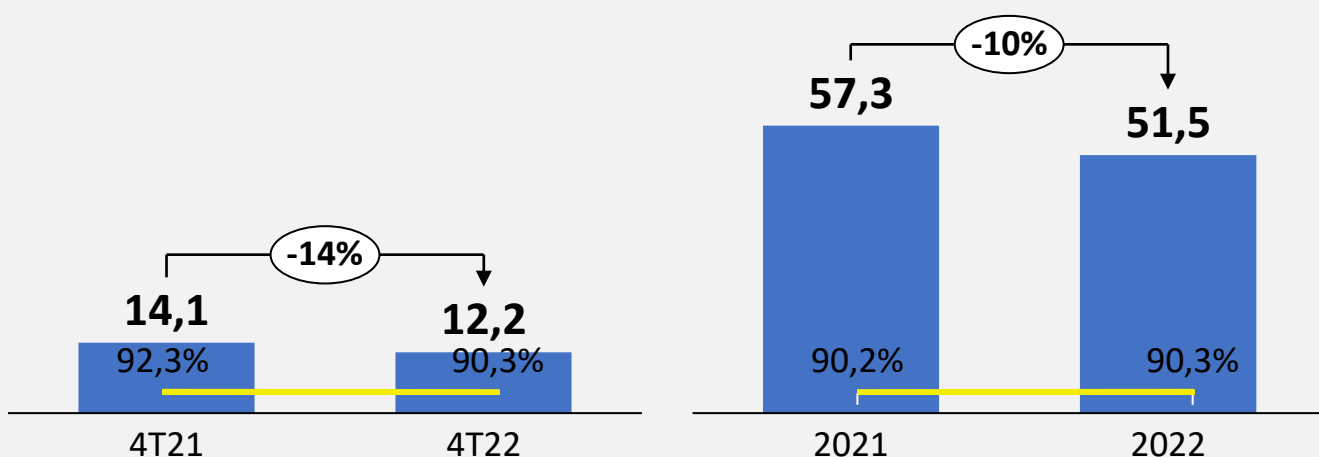
Receita Líquida [em R\$ milhões]



Lucro Bruto

O Lucro Bruto em 2022 apresentou uma redução de 10% em relação ao ano anterior e uma redução de 14% no 4T22 vs 4T21. Essa redução está em linha com a movimentação da Receita Líquida, uma vez que a Margem Bruta em 2022 (90,3%) se manteve estável em relação ao ano anterior (90,2% em 2021). Fizemos a reclassificação dos custos de cartão e boleto para a linha de Custo, que anteriormente eram contabilizadas em despesas comerciais. Por outro lado, tivemos ganhos de eficiência com a redução nos custos de meios de pagamento (devido ao aumento da relevância do PIX) e uma redução no volume de envios de SMS.

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



Financeiro

Despesas Comerciais e Marketing

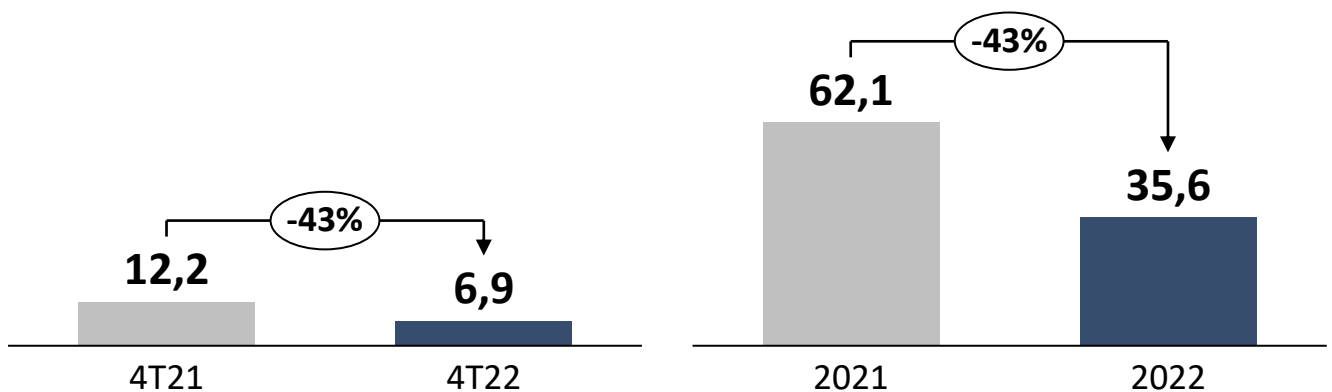
Os investimentos em Marketing em 2022 tiveram uma redução de 43% em relação a 2021, de R\$ 62,1 milhões em 2021 para R\$ 35,6 milhões em 2022. No 4T22 a redução também foi de 43% comparado ao 4T21, ou seja, investimos R\$ 6,9 milhões no 4T22 e R\$ 12,2 milhões no 4T21.

Refinamos a estratégia e investimentos em Marketing com maior foco nas melhores combinações de categoria e região, trazendo pedidos a um custo menor e gerando maior receita sobre cada solicitação de cliente.

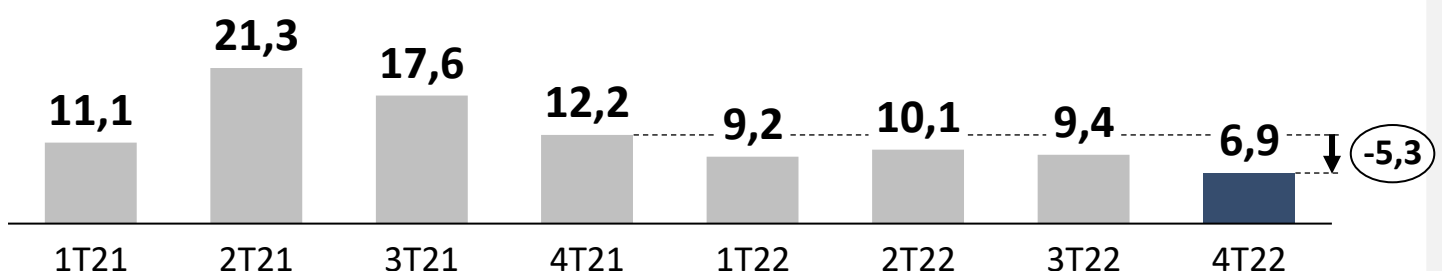
Trabalhamos para melhorar a qualidade das solicitações, entender as informações mais relevantes que cada solicitação deveria ter. Revisamos os formulários, incluindo perguntas mais relevantes e, dessa forma, aumentamos a atratividade dos pedidos para os Profissionais.

Acreditamos que os patamares de investimento comparados com as receitas atuais sejam mais saudáveis para o desenvolvimento do nosso negócio, na busca de maior rentabilidade combinada com um crescimento sustentável.

Despesas Comerciais e Marketing [em R\$ milhões]



Despesas Comerciais e Marketing [em R\$ milhões]



Financeiro

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas Gerais e Administrativas no 4T22 de R\$ 14,8 milhões voltaram ao mesmo patamar do 4T21, que foi de R\$ 14,6 milhões, um aumento de 5%. No ano de 2022 houve um aumento de 39% em relação a 2021 (de R\$ 46,3 milhões em 2021 para R\$ 64,5 milhões em 2022). Excluindo os efeitos não recorrentes (contratação de consultoria estratégica) e Outorga de Ações, o aumento foi de 19%.

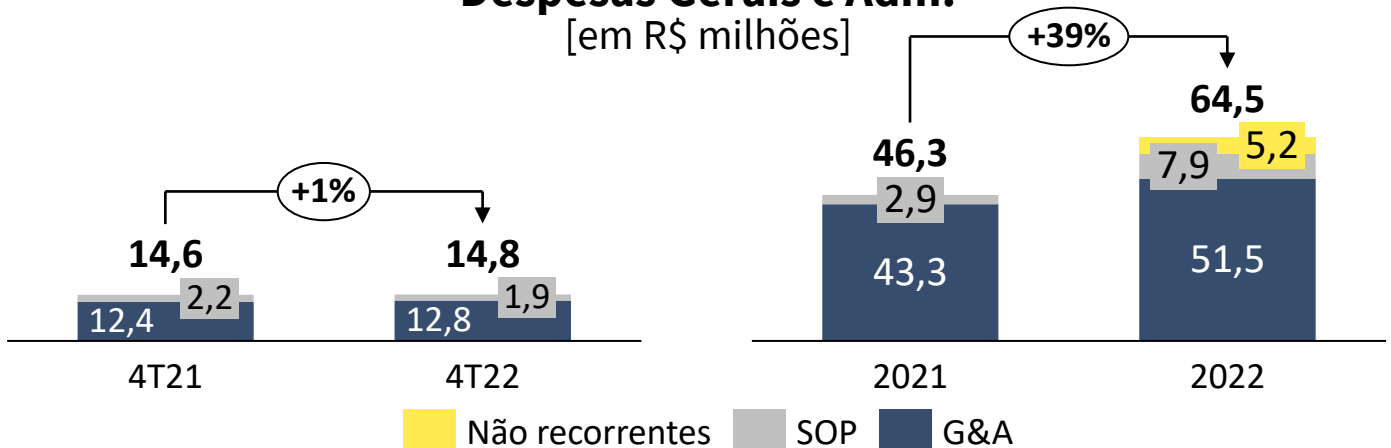
As principais variações de 2022 em relação a 2021 foram na folha de pagamentos, contratação de consultoria estratégica (não recorrente), plano de opção de compra de ações (início das despesas apenas em setembro de 2021),

equipes de vendas terceirizadas e serviços de terceiros (por exemplo: assessoria jurídica e recrutamento, dentre outros).

Terminamos o ano de 2022 com 194 funcionários, uma redução de 34 colaboradores em relação ao trimestre anterior e menos 44 colaboradores em relação ao final de 2021. Essa estrutura mais enxuta de colaboradores reflete um momento mais criterioso de custos sem comprometer as oportunidades de desenvolvimento e crescimento futuro. Continuamos rigorosos com as contratações e reposições de vagas, controlando os custos sem prejudicar o funcionamento da companhia.

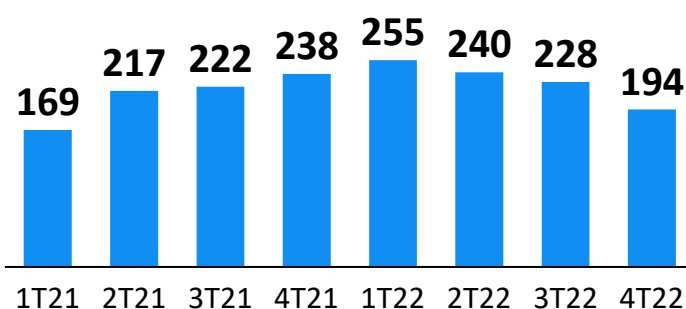
Despesas Gerais e Adm.

[em R\$ milhões]



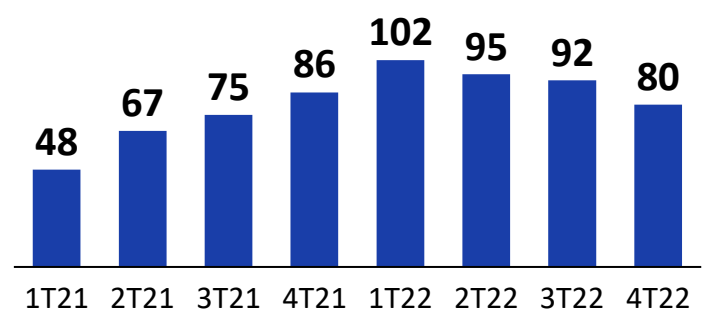
Colaboradores (Total)

[em # pessoas]



Colaboradores Tech e Produto

[em # pessoas]



Financeiro

EBITDA e Lucro Líquido

Tivemos um EBITDA Ajustado* de -R\$7,1 milhões no 4T22, 32% melhor do que no 4T21, que foi de -R\$10,4 milhões. No acumulado do ano, tivemos um EBITDA Ajustado de -R\$34,6 milhões em 2022, 29% melhor do que o apresentado em 2021 (que foi de -R\$48,8 milhões).

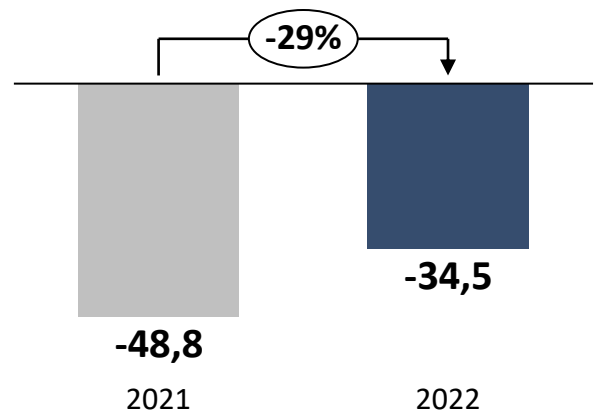
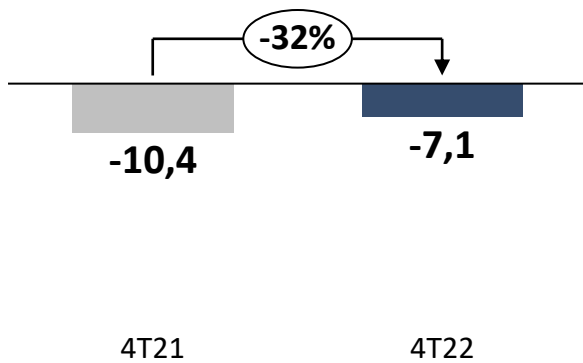
Apresentamos um prejuízo líquido de R\$ 0,7 milhão no 4T22, que representa uma melhoria de 90% em relação ao 4T21, que foi de -R\$10,4 milhões. No acumulado do ano de 2022, tivemos um prejuízo de -R\$ 15,8 milhões, 61% melhor que o

apresentado em 2021 (que foi de -R\$41,0 milhões).

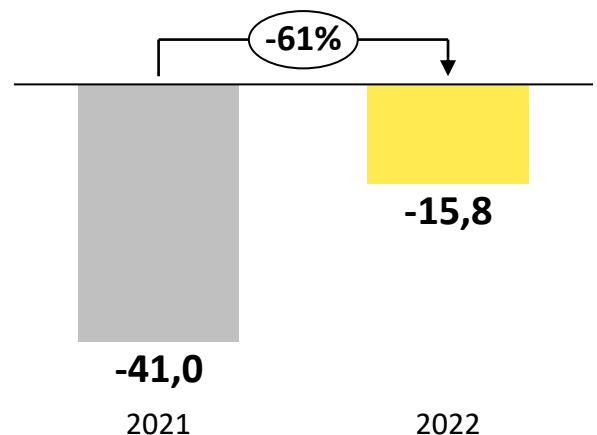
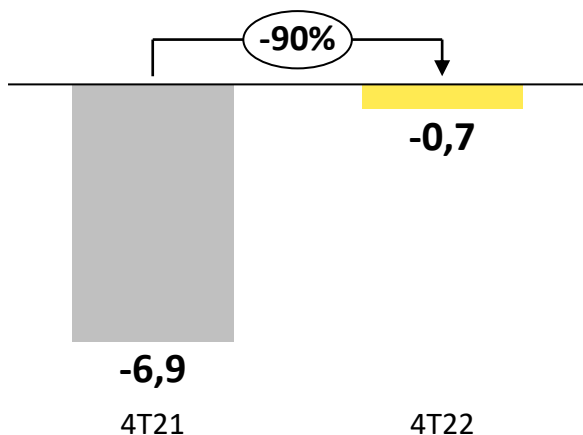
O resultado financeiro líquido foi de R\$ 8,8 milhões no 4T22, R\$ 3 milhões acima do resultado apresentado no 4T21, que foi de R\$ 5,7 milhões. Essa diferença representa apenas metade da evolução positiva no período, demonstrando que a melhoria das operações e dos processos teve grande influência na evolução dos resultados do 4T22 em relação ao 4T21.

*EBITDA Ajustado = EBITDA – Outorga de Ações – Despesas não recorrentes

EBITDA Ajustado [em R\$ milhões]



Lucro Líquido [em R\$ milhões]



GetNinjas



Parcerias ○○○

No 4T22, o GetNinjas firmou novas parcerias estratégicas, como forma de melhorar a experiência de nossos Profissionais, implementar novos canais de aquisição de clientes e profissionais e gerar receita alternativa. Dentre as parcerias firmadas no período destacaram-se: Flash Benefícios (via app), Finanzero (via site), SuperNova (benefícios para os profissionais no Clube Ninjas) e Electrolux. O app Flash Benefícios (empresa pioneira em benefícios flexíveis) implementou o webview do GetNinjas, solução para que parceiros passem a oferecer a contratação de serviços para sua base de clientes. A estratégia permite ao GetNinjas trabalhar a lembrança de marca de forma orgânica em novos canais parceiros e, conseqüentemente, gerar mais pedidos de clientes que precisam contratar serviços, com potencial de impactar 450 mil novos clientes no canal deste parceiro. A Finanzero (uma das maiores buscadoras de crédito do país) implementou a página Anuncie do GetNinjas, solução para que o parceiro passe a oferecer uma nova alternativa de fonte de renda extra e aquisição de clientes aos seus usuários quando se tem o pedido de crédito rejeitado. Esta estratégia permite gerar novos cadastros de profissionais em nossa plataforma, com potencial de impactar 1.6MM de novos usuários do canal deste parceiro. A Electrolux investiu em ação de mídia com objetivo de impactar a base de profissionais de Assistência Técnica em ar-condicionado, a fim de apresentar a eles o novo portal Instala.Electrolux com conteúdos, dicas e treinamentos sobre os produtos da marca. Já o parceiro SuperNova (operadora móvel virtual da Vivo) chegou ao Clube Ninjas (clube de benefícios dos profissionais) oferecendo um plano de telefonia, internet, seguro de acidente pessoal com telemedicina exclusivo aos profissionais.



Academia Ninja ○○○

Após ajustes e melhorias na plataforma de capacitação profissional do GetNinjas, a Academia Ninja atingiu mais de 40 mil usuários únicos e mais de 26 mil visualizações dos conteúdos no 4T22. A ordem dos módulos foi revisada, visando oferecer uma experiência aprimorada para os profissionais. Além disso, toda identidade visual da página inicial, títulos e descrições foi revisada, de forma que facilite o entendimento dos profissionais em cada conteúdo em vídeo. No período, foi desenvolvida também uma estratégia para implementar 20 vídeos dos que compõem a Academia Ninja dentro do bot de atendimento do GetNinjas, como forma de otimizar ainda mais o atendimento para os usuários e oferecer a opção de conteúdos mais ilustrativos em vídeo sobre o modelo de negócio da plataforma e as principais dúvidas dos PROs cadastrados. Hoje, mais da metade destes conteúdos funcionam como estratégia para reter o atendimento dentro do bot, ou seja, dispensam um contato humano para solucionar o atendimento.

Aprovação do Usuário

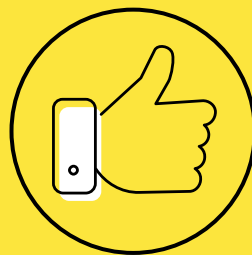
ReclameAQUI

O **GetNinjas** ganhou pelo **segundo ano consecutivo o Prêmio Reclame AQUI**, que premia as empresas brasileiras com as operações de atendimento mais eficientes e as melhores reputações, na categoria **Classificados - Serviços Gerais**, com mais de 55 mil votos computados.

Atualmente, o **GetNinjas possui um índice de solução de mais de 96%**, 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.

Recebemos mais de 25 mil consultas por mês neste canal, ou seja, o usuário utiliza o site do RA para tomar sua decisão de compra e avaliar a reputação da marca antes de contratar ou adquirir um produto ou serviço. Ao manter os níveis de satisfação acima descritos, reforçamos nosso compromisso com todos os usuários.



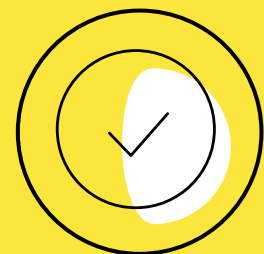
9,2/10

Nota
de Reputação
(ReclameAqui)



96%

Índice
de solução



86%

Clientes voltariam a fazer
negócio



ESG

Ambiental, Social e Governança

Um dos nossos principais objetivos é 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 LGBTQIAP+.

Também estamos passando por um processo de reformulação do Comitê de Diversidade para que mais colaboradores possam ter uma participação ativa nas nossas atividades e resultados.

Hoje, no GetNinjas, mulheres representam 47,2%, pessoas pretas e pardas representam quase 31% do total de colaboradores e da comunidade LGBTQIAP+ alcançamos mais de 20% de colaboradores na 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 no segundo semestre.

A parceria firmada com a Pado no trimestre conta 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.

Ao longo de todo o ano de 2022, seguimos com nosso plano de mapeamento das iniciativas ESG, em parceria com a consultoria Resultante/KMPG, para um entendimento mais aprofundado sobre como vimos evoluindo como empresa socialmente responsável e com alto nível de governança corporativa. O projeto de mapeamento da consultoria se encerrou em dezembro de 2022 e as iniciativas seguem sendo desenvolvidas internamente na companhia para evolução do plano de ações com foco nos pilares ESG.



1 - Demonstração Resultados

DRE (R\$'000)	4T21	4T22	Δ	2021	2022	Δ
Receita Líquida	15.286	13.500	13%	62.435	57.028	-76%
Custo	(1.173)	(1.304)	-10%	(6.129)	(5.546)	-81%
Lucro Bruto	14.113	12.196	16%	56.306	51.482	-75%
<i>Margem Bruta</i>	92,3%	90,3%	2 p.p.	90,2%	90,3%	2 p.p.
Despesas	(26.793)	(21.646)	24%	(108.394)	(100.153)	-75%
Comerciais	(12.164)	(6.896)	76%	(62.132)	(35.632)	-80%
Gerais e Administrativas	(14.081)	(14.784)	-5%	(45.513)	(65.055)	-69%
Outras receitas e despesas, líquidas	(548)	34	-1710%	(749)	534	-27%
Resultado Financeiro	5.738	8.778	-35%	11.084	32.828	-48%
Resultado antes dos impostos	(6.941)	(672)	933%	(41.004)	(15.843)	-83%
IR+CS	-	-	-	-	-	-
Resultado Líquido	(6.941)	(672)	933%	(41.004)	(15.843)	-83%

2 - EBITDA

Reconciliação EBITDA (R\$'000)	4T21	4T22	Δ	2021	2022	Δ
Lucro Líquido (Prejuízo)	(6.941)	(672)	933%	(41.004)	(15.843)	159%
(-) Resultado Financeiro	(5.738)	(8.778)	-35%	(11.084)	(32.828)	-66%
(-) Depreciação	116	459	-75%	380	1.101	-65%
(-) Imposto de Renda	-	-	-	-	-	-
EBITDA	(12.563)	(8.991)	40%	(51.708)	(47.570)	9%
(-) Despesas com plano de opção de compra de ações	2.202	1.910	15%	2.937	7.861	-63%
(-) Despesas não recorrentes	-	-	-	-	5.204	-100%
EBITDA AJUSTADO	(10.360)	(7.081)	46%	(48.771)	(34.505)	41%

3 - Balanço Patrimonial

Balanço Patrimonial			
Ativo (R\$'000)	4T22	4T21	Δ
Circulante	277.952	301.163	-8%
Caixa e equivalentes de caixa; Títulos e valores mobiliários	273.652	293.276	-7%
Contas a receber	3.669	4.878	-25%
Impostos a recuperar	7	2.497	-100%
Adiantamentos a fornecedores	19	28	-32%
Outros ativos	605	484	25%
Não Circulante	20.064	5.491	265%
Impostos a recuperar	5.210	-	-
Outros ativos	-	5	-100%
Imobilizado	3.038	1.741	74%
Direito de uso	1.099	-	-
Intangível	10.717	3.745	186%
Total Ativo	298.016	306.654	-3%
Passivo e Patrimônio Líquido (R\$'000)			
Circulante	17.916	19.884	-10%
Fornecedores	5.765	9.261	-38%
Obrigações tributárias	73	496	-85%
Obrigações trabalhistas	5.728	4.420	30%
Adiantamentos de clientes	3.473	3.927	-12%
Contas a pagar	2.776	1.780	56%
Arrendamento a pagar	101	-	-
Não Circulante	1.343	0	-
Provisão para ações judiciais	22	-	-
Arrendamento a pagar	1.321	-	-
Patrimônio Líquido	278.757	286.746	-3%
Capital social	364.666	364.666	0%
Prejuízos acumulados	(96.700)	(80.857)	20%
Outras reservas	10.791	2.937	267%
Total Passivo e Patrimônio Líquido	298.016	306.630	-3%

4 - Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa (R\$'000)	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
Resultado do período	(672)	(6.941)	-90%	(15.843)	(41.004)	-61%
Itens que não afetam o caixa operacional:	2.402	2.316	4%	9.131	3.272	179%
Depreciação e amortização	459	117	292%	1.101	380	190%
Provisão para contingência	(27)	(3)	800%	22	(45)	-149%
Baixa de Imobilizado	-	-	-	-	-	-
Resultado da variação cambial e monetária	-	-	-	-	-	-
Plano de opção de compra de ações	1.910	2.202	-	7.854	2.937	-
Juros sobre empréstimos e arrendamentos	60	-	-	154	-	-
Aumento/(diminuição) das contas de ativo e passivo	(5.027)	(7.601)	-34%	(3.711)	4.706	-179%
Contas a receber	601	435	38%	1.209	(683)	-277%
Impostos a recuperar	(2.627)	(766)	243%	(2.744)	(1.710)	60%
Adiantamento a fornecedores	2	(5)	-140%	9	53	-83%
Outros ativos	283	2	14050%	(116)	405	-129%
Fornecedores	(1.744)	(5.524)	-68%	(3.496)	4.046	-186%
Obrigações tributárias	(54)	(2)	2600%	(423)	201	-310%
Obrigações trabalhistas	(1.852)	(1.794)	3%	1.308	2.162	-40%
Adiantamento de clientes	(391)	(344)	14%	(454)	(686)	-34%
Contas a pagar	755	397	90%	996	918	8%
Outros passivos	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa das atividades operacionais	(3.297)	(12.226)	-73%	(10.423)	(33.026)	-68%
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	-	-	-	-	-	-
Fluxo de caixa das atividades de investimentos	(1.685)	(2.315)	-27%	(9.201)	(5.088)	81%
Aquisição de imobilizado	12	(280)	-104%	(2.058)	(1.343)	53%
Aquisição de Intangível	(1.697)	(2.035)	-	(7.143)	(3.745)	-
Fluxo de caixa das atividades de financiamentos	-	-	-	-	329.985	-
Partes relacionadas	-	-	-	-	-	-
Pagamentos de arrendamento	-	-	-	-	-	-
Aumento de capital	-	-	-	-	360.817	-
Custo Captação Ações (IPO)	-	-	-	-	(30.832)	-
Acréscimo líquido no caixa e equivalentes de caixa	(4.979)	(14.541)	-66%	(19.624)	291.871	-107%
Caixa e valores mobiliários no início do período	278.631	307.817	-9%	293.276	1.405	20774%
Caixa e valores mobiliários no final do período	273.652	293.276	-7%	273.652	293.276	-7%

GetNinjas

DIVULGAÇÃO DE **RESULTADOS** | 4T2022

MARÇO DE 2023

RESU

