

# GetNinjas

—  
Divulgação dos  
Resultados 2T21

→ Agosto de 2021

## Divulgação dos Resultados 2T21

São Paulo, 16 de agosto 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 2T21 e 1S21 e convida para teleconferência.

A Companhia, que iniciou em 2011 com a ideia de empreender do Eduardo L'Hotellier, atualmente conta com 217 colaboradores que acreditam que o propósito de promover melhorias e evoluções no mercado 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 os Profissionais (PROs), e de outro lado os Clientes (CLIs).

### Teleconferência dos Resultados 2T21 - Tradução Simultânea para o Inglês

Terça-feira, 17 de agosto de 2021

11h30 (horário de São Paulo)

10h30 (horário de NY)

Telefones de conexão: HD Web Fone, [clique aqui](#).

Participantes no Brasil: +55 11 3181-8565 ou +55 11 4090-1621

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 1S21 impulsionou a capacidade de crescimento escalável do GetNinjas, marketplace de serviços que conecta profissionais, em mais de 500 categorias diferentes, com clientes que buscam contratar serviços, em um mercado de serviços endereçável majoritariamente offline.

No primeiro semestre de 2021, o número de novos profissionais cadastrados cresceu mais de 3,5 vezes em relação ao mesmo período de 2020, totalizando **mais de um milhão de novos cadastros de profissionais**. Destaca-se a evolução dos cadastros nas categorias de (i) serviços domésticos, que contempla diaristas, babás, cuidadoras e até uma subcategoria específica para os pets; (ii) aulas; e (iii) saúde, que mostrou que a conveniência na contratação dos serviços online é algo que veio como uma mudança de hábito.

O número de **profissionais ativos** nos últimos 12 meses encerrados em 30 de junho de 2021 foi de **179 mil**, 78% superior ao mesmo período de 2020. Quando comparada ao 1S20, a **venda de moedas** cresceu 57%, atingindo **R\$ 35,7 milhões**. Cerca de **60% dos PROs ativos eram recorrentes**, ou seja, já tinham realizado anteriormente outra aquisição de pacote de moedas.

No 1S21, os clientes realizaram **2,6 milhões de pedidos**, um avanço de 38% em relação ao mesmo período de 2020 sendo que os pedidos se concentraram, principalmente, nas categorias de reformas e reparos, assistência técnica, serviços domésticos e consultoria. Cerca de **50% dos clientes já tinham realizado anteriormente outra solicitação de serviço** na plataforma. O avanço no número de pedidos dos clientes no primeiro semestre de 2021 fez com que os profissionais adquirissem mais leads, resultando em uma receita bruta de R\$ 35,6 milhões, 54% superior à apresentada no 1S20.



Mantendo a satisfação dos seus clientes e profissionais, no 2T21, o GetNinjas registrou nota 8,8 no ReclameAqui, com o selo RA 1000. Pelo segundo ano consecutivo, o GetNinjas foi indicado e está concorrendo ao Prêmio ReclameAqui, na categoria de classificados (higiene, limpeza e serviços).

Os custos operacionais do primeiro semestre de 2021 foram R\$ 1,3 milhão superiores ao 1S20 e totalizaram R\$ 2,6 milhões, e o **lucro bruto foi de R\$ 28,2 milhões**, um incremento de 45% em relação ao mesmo período de 2020 **com margem bruta de 92%**.

As **despesas operacionais** encerraram o 1S21 no patamar de R\$ 52,9 milhões, um aumento de 182% em relação ao 1S20, explicado por (i) maiores despesas gerais e administrativas, que foram de R\$ 20,3 milhões, 111% superior ao 1S20 em função do crescimento de 126% no número de colaboradores, totalizando **217 colaboradores** ao final de junho de 2021. Esse aumento no número de colaboradores, **visa melhorias na plataforma, suportar o crescimento nos investimentos de captação de profissionais e clientes e também melhorar ainda mais a experiência dos usuários**. E (ii) maior **investimento em marketing**, totalizando R\$ 32,4 milhões no primeiro semestre de 2021, com a maior concentração dos recursos em mídia, relacionados a captura de profissionais e clientes.

Nos últimos meses, a Companhia vem investindo fortemente na captação de profissionais e clientes com o objetivo de atingir o ponto de virada e ser lembrada como um destino único para contratação de todos os tipos de serviços. Desde o início de 2020, 134 novas categorias foram criadas, como empreiteiros, psicanalistas, podólogos, coach, personal shopper, serviços para pets, entre centenas de outros. O GetNinjas atua em 4.000 cidades 70% do território nacional, e para o crescimento sustentável do negócio é muito importante a criação de densidade em termos de número de profissionais em cada categoria por número de pedidos em cada uma das cidades que a Companhia opera, tanto nas novas quanto nas categorias existentes. Para garantir a melhor experiência ao cliente que solicita os serviços, antes de fortificar os investimentos em captações de clientes e pedidos, o GetNinjas precisa garantir uma relação saudável entre pedidos e número de profissionais.

**Em 2021, a taxa média de crescimento nos cadastros de profissionais nas 10 novas categorias que mais se destacaram foi de 500%, praticamente o dobro do crescimento no número total de cadastros, que foi de 256% no 1S21. Em relação ao crescimento geográfico, em 2021, o GetNinjas expandiu sua operação em 200 cidades, totalizando 4.000 municípios, 70% do território brasileiro. No 1S21 também foi investido em profissionais nas regiões em que tínhamos menor densidade, como por exemplo, a região norte e nordeste que apresentou um avanço de 416% nos números de profissionais cadastrados.**

Em relação aos Clientes, os investimentos foram principalmente, no reforço da marca, para tornar o GetNinjas a marca lembrada no momento da contratação de serviços. Essa estratégia, além de trazer para o digital clientes que até então só contratavam serviços de forma offline, principalmente por indicação de conhecidos, também permite promover um maior engajamento dos profissionais com o app. Na medida que têm um maior número de clientes para negociar, tem oportunidade de gerar maior renda para os profissionais e conseqüentemente se tornarem mais recorrentes na compra de pacotes de moedas na plataforma - o que permite à Companhia um maior crescimento de receita.

Durante os meses de maio e junho, o GetNinjas destinou parte do investimento de marketing para posicionar a marca em novos canais, o que incluiu também a mídia offline. A iniciativa, inédita na Companhia, visou reforçar a presença de marca para clientes que contratam serviços, mas ainda não costumam buscar por profissionais no meio digital, uma forma de promover uma maior digitalização do mercado de serviços no Brasil. Além disso, a estratégia reforça a lembrança de marca nos clientes, mesmo os que já usaram o app em algum momento no passado e não tem conhecimento que a plataforma possui mais de 500 categorias diferentes de serviços.

## GetNinjas

Laura contratou  
uma psicóloga



## GetNinjas

Conectando quem  
precisa com quem  
sabe fazer



## GetNinjas

Pedro contratou  
um encanador



Em consequência da elevação nas despesas operacionais, o GetNinjas registrou EBITDA negativo de R\$ 24,6 milhões e prejuízo de R\$ 23,4 milhões no 1S21.

### Parcerias:

Em linha com sua estratégia de crescimento, ao longo do primeiro semestre do ano, o GetNinjas firmou parcerias estratégicas, em modelos de negócios que levaram desde **capacitação e oferta de produtos utilizados pelos profissionais durante a execução do serviço; até a facilitar o acesso de clientes à contratação de serviços no digital** e explorando toda visibilidade dos pontos físicos dos parceiros para trabalhar mais a presença de marca do GetNinjas junto aos clientes finais.

Desenvolvido pelo **GetNinjas Labs**, um squad focado no desenvolvimento de produtos, o **GetNinjas Go** foi lançado no início de 2021 para oferecer, serviços digitais focados nas verticais de design, tecnologia e marketing. A proposta é disponibilizar no GetNinjas Go todos os serviços cuja prestação seja online, com o pagamento transacionado dentro da plataforma, possibilitando um take-rate maior que o atual. O produto segue em fase de testes, passando por correções para o desenvolvimento de um aplicativo específico.



No que tange **serviços financeiros**, a **Companhia está na fase final das negociações comerciais com o Banco Pan**, relacionadas a parceria que foi firmada em abril de 2021 para oferecer nesse primeiro momento, acesso facilitado dos profissionais cadastrados a serviços financeiros, como conta bancária, cartão de crédito e empréstimo pessoal.

Em julho, pela primeira vez na história da Companhia, e com grande satisfação, o GetNinjas foi certificado com o selo Great Place to Work Brasil, uma das certificações mais prestigiadas do mundo, sendo reconhecida publicamente como um excelente lugar para trabalhar. A pesquisa contou com a participação de 86% dos colaboradores, com destaque para a elevada pontuação nas dimensões de imparcialidade e credibilidade, em reconhecimento às práticas de gestão de pessoas da Companhia, focadas na diversidade e inclusão de pessoas.



O IPO aconteceu num momento decisivo para o crescimento em escala do GetNinjas. Considerando todo potencial do mercado de serviços no Brasil e a oportunidade de promovermos uma maior digitalização dos processos, acelerado pela pandemia do Covid, abrimos novas avenidas de crescimento. Podemos agora focar em desenvolver uma experiência superior de usabilidade da nossa plataforma, ao mesmo tempo que fortalecemos nossa presença de marca como líder de mercado e também abrimos novas frentes de negócio que geram valor e novas fontes de receita.

*Eduardo L'Hotellier, CEO e Fundador*



## Destaques Operacionais



Novos profissionais cadastrados:  
**1,1 milhão**  
**+256% vs 1S20**



Profissionais ativos (LTM):  
**179 mil**  
**+78% vs 1S20**



**60% dos PROs ativos eram recorrentes** - anteriormente já tinham realizado outra aquisição de pacote de moedas



Venda de moedas:  
**R\$ 35,7 milhões**  
**+57% vs 1S20**



Pedidos dos clientes:  
**2,6 milhões**  
**+38% vs 1S20**



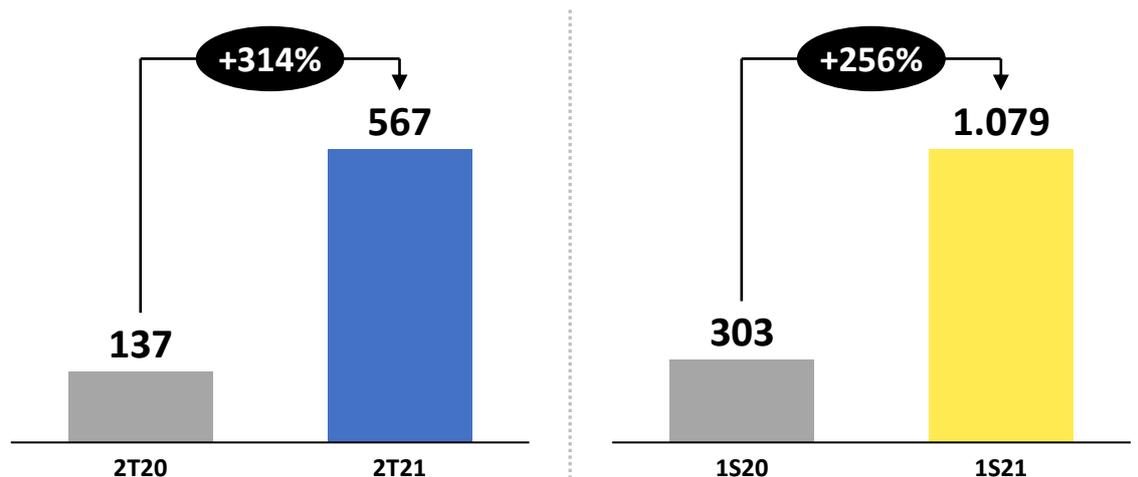
Satisfação dos profissionais e clientes: **Nota 8,8**  
**Reclame Aqui, 30/06/2021**

## Profissionais

Em resposta, principalmente, aos investimentos em captação de novos profissionais e clientes, no 2T21, o número de novos profissionais cadastrados na plataforma cresceu 314% em relação ao 2T20 e atingiu 567 mil novos PROs. No primeiro semestre de 2021, o crescimento foi de 256% em relação ao mesmo período de 2020, totalizado 1.079 mil novos cadastros de profissionais.

No GetNinjas é possível encontrar 10 categorias principais de serviços, que no geral correspondem a aproximadamente 540 tipos de serviços oferecidos. No segundo trimestre de 2021, destaca-se a evolução dos cadastros nas categorias de serviços domésticos, aulas e saúde.

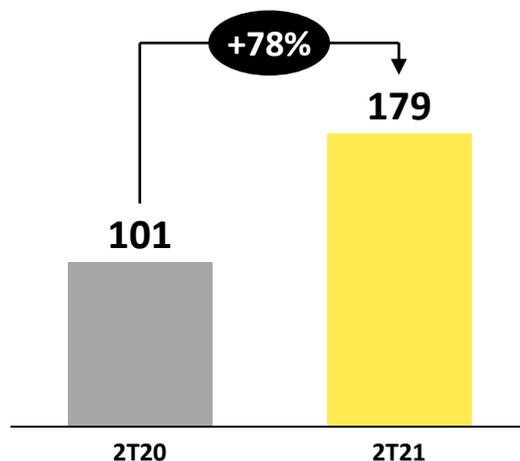
## Novos Profissionais Cadastrados ('000)



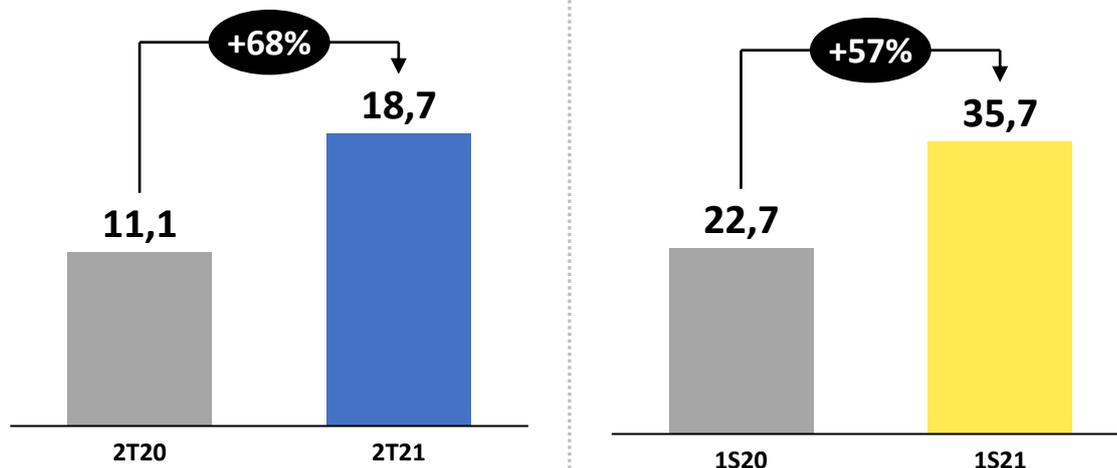
O número de profissionais ativos nos últimos 12 meses encerrados em 30 de junho de 2021 totalizou 179 mil, 78% superior ao mesmo período de 2020. Quando comparada ao 2T20, a venda de moedas no 2T21 cresceu 68%, atingindo R\$ 18,7 milhões. Em relação a recorrência, cerca de 40% dos PROs ativos, adquiriram os pacotes pela primeira vez.

No acumulado do ano de 2021, a venda de moedas totalizou R\$ 35,7 milhões, um incremento de 57% em relação ao primeiro semestre de 2020.

### Profissionais Ativos (LTM) (‘000)



### Venda de Moedas<sup>1</sup> (R\$ milhões)

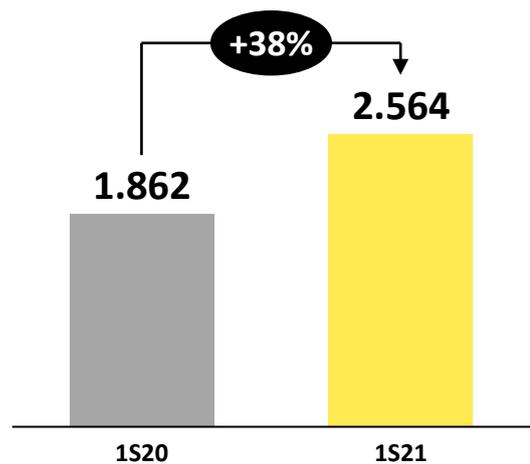
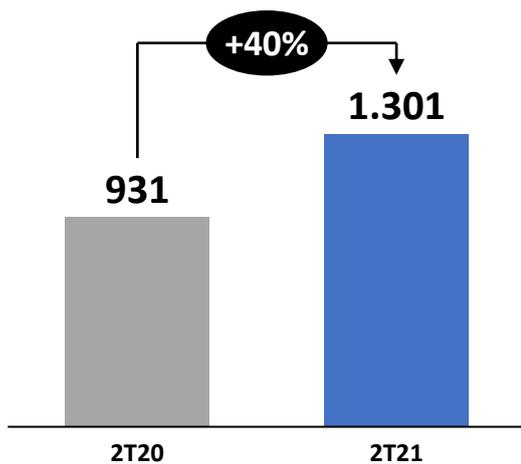


<sup>1</sup>Os profissionais adquirem o pacote de moedas por meio de boleto, PIX ou cartão de crédito e dessa forma a receita é reconhecida apenas quando os profissionais utilizam as moedas, comprando as leads.

## Cientes

No 2T21, os clientes realizaram 1.301 mil pedidos, um avanço de 40% em relação ao mesmo período de 2020 sendo que os pedidos se concentraram, principalmente, nas categorias de serviços domésticos, consultoria, reformas e reparos e assistência técnica. No período, houve um avanço de pedidos na categoria de eventos, que foi impactada no 2T20 pelas restrições impostas da pandemia do Covid-19. Cerca de 50% dos clientes eram recorrentes, ou seja, já tinham realizado anteriormente outra solicitação de serviço na plataforma. Já no 1S21, as solicitações dos clientes cresceram 38% em relação ao 1S20 e somaram 2.564 mil pedidos.

### Solicitações dos Clientes ('000)

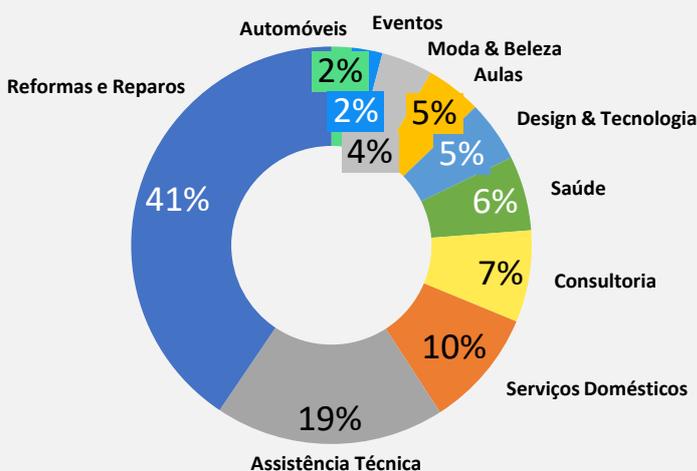


1º Pedido vs Recorrente

	2T20	2T21
1º Pedido	58%	52%
Recorrente	42%	48%

	1S20	1S21
1º Pedido	57%	52%
Recorrente	43%	48%

### Pedidos dos clientes por categoria -2T21



### Serviços mais solicitados por categoria -2T21

- Mudanças e Carretos**  
Reformas e Reparos
- Elerodomésticos**  
Assistência Técnica
- Diarista**  
Serviços Domésticos
- Advogado**  
Consultoria
- Psicólogo**  
Saúde
- Criação de Arte**  
Design & Tecnologia
- Reforço Escolar**  
Aulas
- Manicure e Pedicure**  
Moda e Beleza
- Mecânica Geral**  
Automóveis
- Buffet e Decoração**  
Eventos

## Destaques Financeiros

(R\$'000)	2T21	2T20	Δ	1S21	1S20	Δ
<b>Receita Bruta</b>	<b>18.261</b>	<b>10.789</b>	69%	<b>35.582</b>	<b>23.090</b>	54%
<b>Receita Líquida</b>	<b>15.485</b>	<b>9.968</b>	55%	<b>30.804</b>	<b>20.795</b>	48%
Custo	(1.370)	(509)	169%	(2.593)	(1.329)	95%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>14.115</b>	<b>9.459</b>	49%	<b>28.211</b>	<b>19.466</b>	45%
<i>Margem Bruta</i>	<i>91%</i>	<i>95%</i>	<i>-4 p.p.</i>	<i>92%</i>	<i>94%</i>	<i>-2 p.p.</i>
<b>Despesas</b>	<b>(33.347)</b>	<b>(9.039)</b>	269%	<b>(52.923)</b>	<b>(18.755)</b>	182%
Comerciais	(21.319)	(4.306)	395%	(32.408)	(9.107)	256%
Gerais e Administrativas	(12.016)	(4.733)	154%	(20.328)	(9.648)	111%
Outras receitas e despesas, líquidas	(12)	-	-	(187)	-	-
<b>EBITDA</b>	<b>(19.140)</b>	<b>569</b>	-	<b>(24.550)</b>	<b>1.002</b>	-
<i>Margem EBITDA</i>	<i>-124%</i>	<i>6%</i>	-	<i>-80%</i>	<i>5%</i>	-
<b>Lucro Líquido (Prejuízo)</b>	<b>(17.846)</b>	<b>282</b>	-	<b>(23.381)</b>	<b>504</b>	-

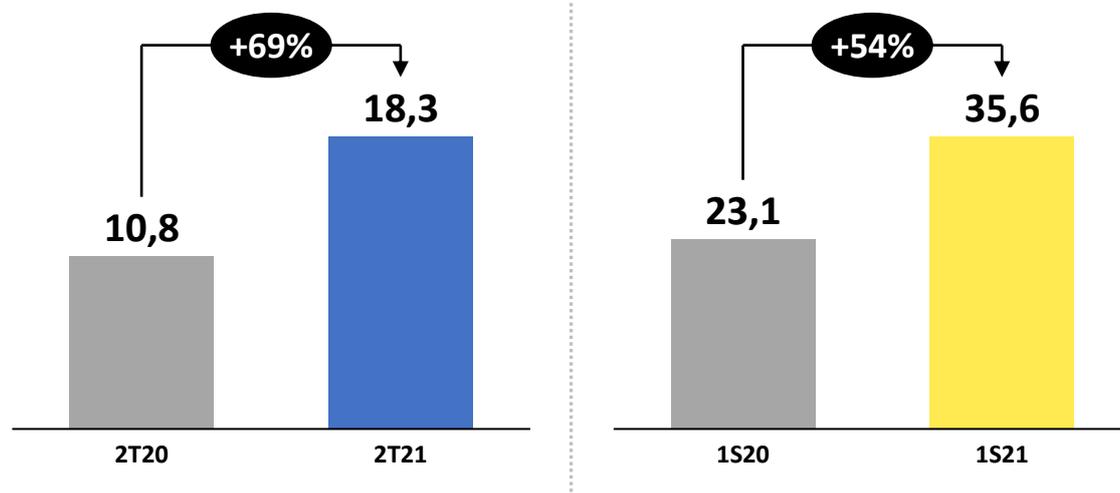
## Receita Bruta e Líquida

O avanço de 40% no número de pedidos dos clientes no 2T21 em relação ao 2T20 fez com que os profissionais adquirissem mais leads e resultou em uma receita bruta de R\$ 18,3 milhões no segundo trimestre de 2021, 69% superior à apresentada no mesmo período de 2020. No 1S21, a receita bruta atingiu R\$ 35,6 milhões, um crescimento de 54% em relação ao 1S20.

Ao deduzir os impostos (ISS – 2,90%, PIS – 1,65% e COFINS – 7,60%) da receita bruta, a receita líquida do 2T21 foi de R\$ 15,5 milhões, 55% superior à receita líquida do 2T20. No acumulado do ano de 2021, a receita líquida apresentou crescimento de 48% em relação ao mesmo período de 2020, totalizando R\$ 30,8 milhões.

A receita líquida do 1S21 foi impactada em R\$ 837 mil pelo estorno aos profissionais, em função do cancelamento de compras de leads, cujo montante de 2021 foi contabilizado em sua totalidade no mês de junho e desde então teve sua periodicidade alterada para mensal, a fim de minimizar tal efeito.

## 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 2T21 montaram R\$ 1,4 milhão; R\$ 861 mil superiores ao 2T20, influenciados pelos novos cadastros de profissionais, que no 2T21 foram mais de 4 vezes superiores ao 2T20; e pelo crescimento de mais de 1,5 vezes nas solicitações dos clientes em relação ao 2T20.

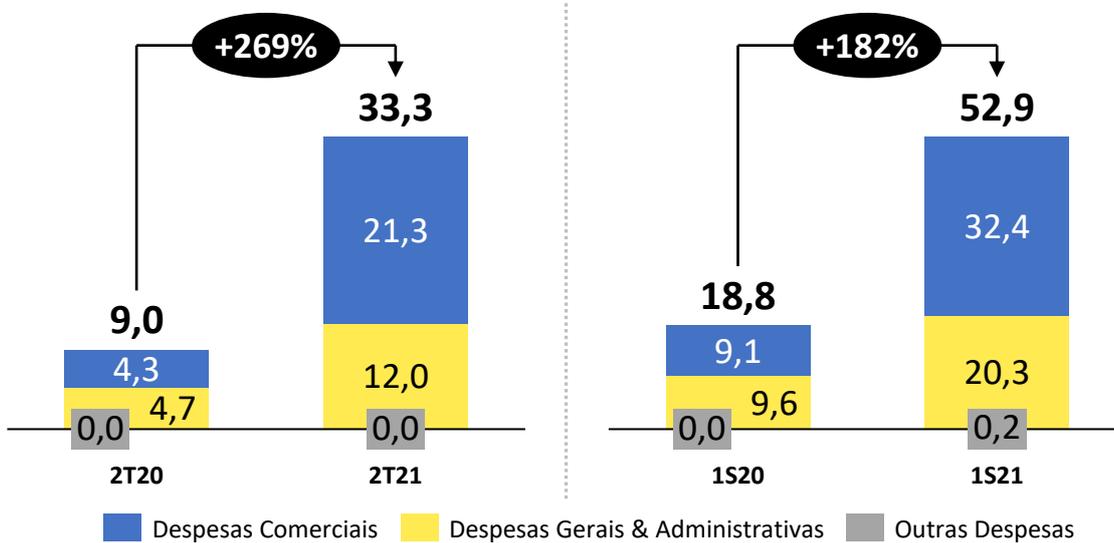
Dessa forma, o lucro bruto do segundo trimestre de 2021 foi de R\$ 14,1 milhões, um crescimento de 49% em relação ao 2T20 com margem bruta de 91%.

No primeiro semestre de 2021 os custos foram R\$ 1,3 milhão superiores ao 1S20 e totalizaram R\$ 2,6 milhões. O lucro bruto foi de R\$ 28,2 milhões, um incremento de 45% em relação ao mesmo período de 2020 com margem bruta de 92%.

## Despesas Operacionais

As despesas operacionais totalizaram R\$ 33,3 milhões no 2T21, um incremento de R\$ 24,3 milhões em relação ao 2T20. No primeiro semestre de 2021 as despesas operacionais somaram R\$ 52,9 milhões, 182% superior ao 1S20.

### Despesas Operacionais (R\$ milhões)



As **despesas gerais e administrativas** apresentaram crescimento de 154% em relação ao 2T20 e totalizaram R\$ 12,0 milhões, refletindo o aumento no quadro de colaboradores da Companhia que passou de 96 no 2T20, para 217 colaboradores ao final do 2T21. As novas contratações foram principalmente para as áreas de tecnologia, marketing e atendimento aos clientes e profissionais; fundamentais para o processo de crescimento da plataforma.

Já as **despesas comerciais**, que são as despesas de marketing totalizaram R\$ 21,3 milhões; R\$ 17,0 milhões superior às despesas comerciais do 2T20, 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. É necessário garantir uma densidade adequada no número de profissionais por categoria antes de realizar investimentos mais relevantes na captura de clientes/pedidos, garantindo dessa forma uma melhor experiência aos clientes da plataforma, que terão mais opções de profissionais para a contratação.**

Desse modo, com mais profissionais, há uma maior 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.

Pela primeira vez na história da Companhia e com o objetivo de reforçar a presença e o conhecimento da marca GetNinjas, a Companhia estreou uma campanha de branding voltada para as mídias offline. Durante o mês de maio, o GetNinjas posicionou sua marca em dezenas de relógios de rua da cidade de São Paulo, além dos monitores nos elevadores de prédios comerciais e residenciais.



## EBITDA

O EBITDA do 2T21 foi negativo em R\$ 19,1 milhões comparado com R\$ 0,6 milhões positivos no 2T20. Já no primeiro semestre de 2021, o EBITDA foi negativo em R\$ 24,6 milhões ante R\$ 1,0 milhão positivo no mesmo período de 2020.

## Lucro líquido (prejuízo)

No 2T21 a Companhia apresentou prejuízo de R\$ 17,8 milhões ante o lucro de R\$ 0,3 milhões no 2T20. No acumulado do ano de 2021, o prejuízo foi de R\$ 23,4 milhões quando comparado ao lucro de R\$ 0,5 milhões no 1S20.

## Parcerias

No 2T21 o GetNinjas fechou parcerias estratégicas com empresas referência em seus respectivos setores, incluindo Pado, Tintas Anjo, Market4U, Fácil Persianas e Banco Pan. Destacam-se:

**Pado:** líder nacional em cadeados e fechaduras, com mais de 80 anos de história, vai oferecer capacitação técnica para a base de profissionais de reformas do GetNinjas através de vídeos instrutivos exibidos dentro do Academia Ninja.

**Tintas Anjo:** através de uma ação promocional pontual, a marca buscará gerar engajamento com a base de Pintores cadastrados no aplicativo.

**Fácil Persianas:** referência no setor de persianas, a empresa integrará o webview do GetNinjas, formulário de solicitação de serviços utilizado por parceiros, nos canais digitais da marca e também com divulgação dos serviços disponíveis para contratação no manual de instalação dos produtos, via comunicação com QR Code.

## Parcerias

**Market4U:** empresa referência em vendas de itens alimentícios em condomínios residenciais e comerciais passará a oferecer também a contratação de serviços do GetNinjas tanto no aplicativo quanto em mais de 100 pontos físicos em condomínios que possuem os mercados interativos da parceira. Dessa forma, a empresa facilitará o acesso de clientes à contratação de serviços no digital e explorando toda visibilidade dos pontos físicos para trabalhar mais a presença de marca do GetNinjas.

**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. Através de integrações diretas e indiretas, a extensiva base de dados da Companhia será conectada ao leque de produtos financeiros do Banco Pan, que está posicionado no mercado para as classes C, D e E, classes sociais que se encontram a maior parte dos profissionais cadastrados no GetNinjas, e com soluções que atendem aos profissionais autônomos. A parceria complementa o negócio do GetNinjas, melhora a ativação dos profissionais cadastrados e retenção dos profissionais recorrentes, além de melhorar a experiência do usuário e diminuir o custo de aquisição de profissionais e clientes. Além da oferta de serviços do Pan à base do GetNinjas, o banco irá integrar a possibilidade da base do Pan se cadastrar no GetNinjas como profissional ofertando serviços e também solicitar serviços por meio do webview do GetNinjas, modelos complementares à parceria.

## 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

Capacitação e inclusão digital dos Profissionais através do Academia Ninja, um projeto de conteúdos em vídeos disponíveis em um ambiente exclusivo para os profissionais cadastrados na plataforma.



Os profissionais vão até a Academia em busca de conteúdos instrutivos e vídeos práticos, que agreguem algum tipo de conhecimento em sua jornada de prestação de serviço. Desde janeiro de 2021, foram mais de 400 mil acessos aos conteúdos. Segundos dados da Companhia, estima-se que o GetNinjas é a principal fonte de renda para cerca de 75% dos profissionais cadastrados.

Em 2021, a Companhia implantou um Comitê de Diversidade (sem caráter de assessoramento ao Conselho), tema este de grande importância, pois a Companhia acredita que times diversos conseguem agregar maior valor por promoverem perspectivas e contextos diferentes, que agregam a todo o time. A Companhia realizou parcerias com 12 sites de vagas e instituições que focam na empregabilidade da comunidade LGBTQIA+, pessoas pretas e pessoas com deficiência.

## **Governança**

A Companhia que faz parte do Novo Mercado na B3, o mais elevado padrão de governança corporativa tem o Conselho de Administração formado por 40% de membros independentes e 30% composto por mulheres. Além disso, 2 dos 3 membros do Comitê de Auditoria, são mulheres.

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD, lei 13.709/2018), em vigor desde 2020, trouxe diretrizes que prezam pela transparência com que as empresas administram os dados pessoais de seus clientes. Em conformidade e no compromisso de gerir estes dados de maneira responsável, o GetNinjas se adequou a todas as diretrizes estabelecidas pela lei. Realizando a coleta de consentimento dos usuários para informar quais, como e para que os dados são utilizados. Além da adequação de todos os canais de atendimento para atender a qualquer solicitação de direitos dos titulares referentes à lei em questão (alteração de dados, revogação de consentimento, entre outras).

Além das práticas atuais de ESG, 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.**

O GetNinjas está iniciando ações e programas para utilização dos recursos de forma mais eficiente e consciente, além da criação de oportunidades econômicas e sociais justas, através de parcerias e novos conteúdos do Academia Ninja, sempre atuando de forma íntegra e ética.

A Companhia espera compartilhar o seu progresso à medida que práticas e metas ESG serão implementadas.

## Anexos

### 1. Demonstração de Resultados

DRE (R\$'000)	2T21	2T20	Δ	1S21	1S20	Δ
<b>Receita Líquida</b>	<b>15.485</b>	<b>9.968</b>	55%	<b>30.804</b>	<b>20.795</b>	48%
Custo	(1.370)	(509)	169%	(2.593)	(1.329)	95%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>14.115</b>	<b>9.459</b>	49%	<b>28.211</b>	<b>19.466</b>	45%
<i>Margem Bruta</i>	91%	95%	-4 p.p.	92%	94%	-2 p.p.
<b>Despesas</b>	<b>(33.347)</b>	<b>(9.039)</b>	269%	<b>(52.923)</b>	<b>(18.755)</b>	182%
Comerciais	(21.319)	(4.306)	395%	(32.408)	(9.107)	256%
Gerais e Administrativas	(12.016)	(4.733)	154%	(20.328)	(9.648)	111%
Outras receitas e despesas, líquidas	(12)	-	-	(187)	-	-
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>1.386</b>	<b>(6)</b>	-	<b>1.330</b>	<b>(75)</b>	-
<b>Resultado antes dos impostos</b>	<b>(17.846)</b>	<b>414</b>	-	<b>(23.381)</b>	<b>636</b>	-
IR+CS	-	(132)	-	-	(132)	-
<b>Resultado Líquido</b>	<b>(17.846)</b>	<b>282</b>	-	<b>(23.381)</b>	<b>504</b>	-

### 2. Reconciliação EBITDA

Reconciliação EBITDA (R\$'000)	2T21	2T20	Δ	1S21	1S20	Δ
Lucro Líquido (Prejuízo)	(17.846)	282	-	(23.381)	504	-
(-) Resultado Financeiro	(1.386)	6	-	(1.330)	75	-
(-) Depreciação	92	149	-38%	161	292	-45%
(-) Imposto de Renda	-	132	-	-	132	-
<b>EBITDA</b>	<b>(19.140)</b>	<b>569</b>	-	<b>(24.550)</b>	<b>1.002</b>	-

# Anexos

## 3. Balanço Patrimonial

Balanço Patrimonial			
Ativo (R\$'000)	2T21	1T21	Δ
<b>Circulante</b>	<b>333.371</b>	<b>46.086</b>	<b>623%</b>
Caixa e equivalentes de caixa	325.728	36.073	803%
Contas a receber	5.515	6.884	-20%
Impostos a recuperar	1.628	605	169%
Adiantamentos a fornecedores	23	18	25%
Outros ativos	477	2.506	-81%
<b>Não Circulante</b>	<b>1.494</b>	<b>1.137</b>	<b>31%</b>
Impostos a recuperar	59	54	10%
Imobilizado	1.434	1.083	32%
<b>Total Ativo</b>	<b>334.864</b>	<b>47.223</b>	<b>609%</b>
Passivo e Patrimônio Líquido (R\$'000)			
<b>Circulante</b>	<b>30.027</b>	<b>18.381</b>	<b>63%</b>
Fornecedores	19.030	9.842	93%
Obrigações trabalhistas	4.795	3.356	43%
Obrigações tributárias	776	290	-
Adiantamentos de clientes	4.324	4.197	3%
Contas a pagar	1.102	696	58%
<b>Não Circulante</b>	<b>19</b>	<b>15</b>	<b>27%</b>
Provisão para ações judiciais	19	15	27%
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>304.819</b>	<b>28.827</b>	
Capital social	368.052	74.213	396%
Prejuízos acumulados	(63.233)	(45.386)	39%
<b>Total Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>334.864</b>	<b>47.223</b>	<b>609%</b>

## Anexos

### 4. Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa (R\$'000)	1S21	1S20	Δ
<b>Resultado do período</b>	<b>(23.381)</b>	<b>504</b>	-
<b>Itens que não afetam o caixa operacional:</b>	<b>135</b>	<b>276</b>	<b>-51%</b>
Depreciação e amortização	161	279	-42%
Provisão para contingência	(26)	(10)	149%
Resultado da variação cambial e monetária	-	4	-
Juros sobre empréstimos e arrendamentos	-	3	-
<b>Aumento/(diminuição) das contas de ativo e passivo</b>	<b>15.015</b>	<b>1.309</b>	<b>1047%</b>
Contas a receber	(1.320)	(1.287)	3%
Impostos a recuperar	(841)	326	-
Adiantamento a fornecedores	60	(4)	-
Outros ativos	358	(173)	-
Fornecedores	13.815	1.213	1039%
Obrigações trabalhistas	2.537	1.057	140%
Obrigações tributárias	457	793	-42%
Adiantamento de clientes	(289)	(358)	-19%
Contas a pagar	239	(254)	-
Outros passivos	-	(4)	-
<b>Fluxo de caixa das atividades operacionais</b>	<b>(8.231)</b>	<b>2.089</b>	-
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	-	-	-
<b>Fluxo de caixa das atividades de investimentos</b>	<b>(817)</b>	<b>(74)</b>	-
Aquisição de imobilizado e intangível	(817)	(74)	-
<b>Fluxo de caixa das atividades de financiamentos</b>	<b>333.371</b>	<b>(137)</b>	-
Partes relacionadas	-	24	-
Pagamentos de arrendamento	-	(161)	-
Aumento de capital	360.817	-	-
Gastos com emissão de ações	(27.446)	-	-
<b>Acréscimo líquido no caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>324.323</b>	<b>1.878</b>	-
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	1.405	135	-
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	325.728	2.013	-



-

# GetNinjas

→ <https://ri.getninjas.com.br/>

→ [ri@getninjas.com.br](mailto:ri@getninjas.com.br)

