



APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

3T.21



Olá,

Ao longo do terceiro trimestre, avançamos em temas muito importantes para a companhia, tais como: logística, segurança e atendimento ao cliente. Traremos o desdobramento desses assuntos ao longo deste material, para que vocês acompanhem o desenvolvimento da nossa plataforma.

Viemos, desde o início do ano, incentivando a base de usuários recorrentes e acelerando o nível de frequência. Dessa forma, a sustentação do nosso GMV em um patamar estável no terceiro trimestre se deu pelo fortalecimento dessa base, mesmo com a redução dos investimentos em marketing em 19%.

No terceiro trimestre de 2021, mais de 50% das transações foram feitas por compradores com mais de seis compras no período. Este mesmo grupo também cresceu em número total de clientes, alcançando mais de 40% de crescimento em relação ao terceiro trimestre de 2020.

Adicionalmente, 60% do nosso GMV vêm de vendedores que atingiram a marca de mais de seis transações. Esses usuários já contribuem com margens mais elevadas, como mostraremos detalhadamente neste material, e seguem com espaço para ampliação da sua rentabilidade, nos dando muitas oportunidades para avanços em nossas políticas comerciais.

Nesse contexto, é importante reafirmar o racional da nossa estratégia de investimentos: o equilíbrio entre aquisição e a ampliação da recorrência de usuários é chave para a expansão do enjoei.

Nossa visão, como amplamente discutida no IPO, é: investir no crescimento da base de usuários para que se tornem recorrentes rapidamente, ampliando o conjunto de usuários maduros e com maior rentabilidade.

Avante, enjoei!



DESTAQUES DO 3T.21

+46%
GMV TOTAL
R\$ 199,1
milhões
(R\$136 milhões em 3T20)

+26%
GROSS BILLINGS
R\$ 44,7
milhões
(R\$35,5 milhões em 3T20)

+16%
RECEITA LIQUIDA
R\$ 25,9
milhões
(R\$22,4 milhões em 3T20)

+13%
ITENS PUBLICADOS
3,7
milhões
(3,3 milhões em 3T20)

+20%
NOVOS VENDEDORES
180
mil
(150 mil em 3T20)

-9,0%
NOVOS COMPRADORES
166
mil
(182 mil em 3T20)

+29%
VISITAS TOTAIS
141
milhões
(109 milhões em 3T20)

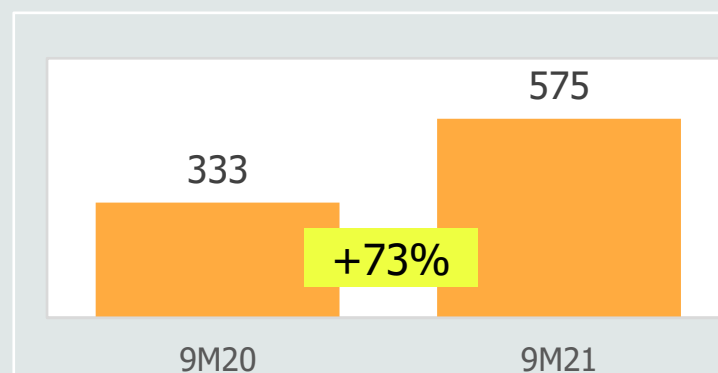
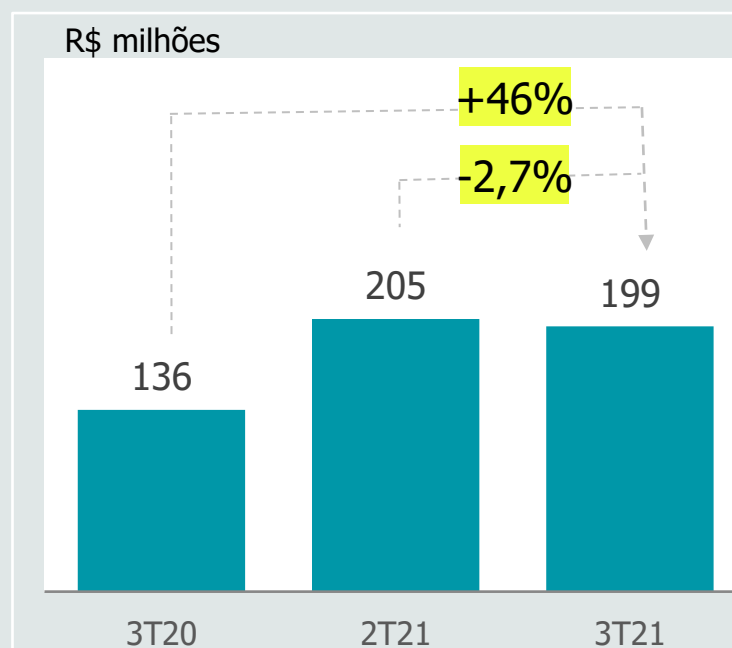
+36%
VISITANTES ÚNICOS
30
milhões
(22 milhões em 3T20)



EVOLUÇÃO GMV TOTAL TRIMESTRE E 9 MESES

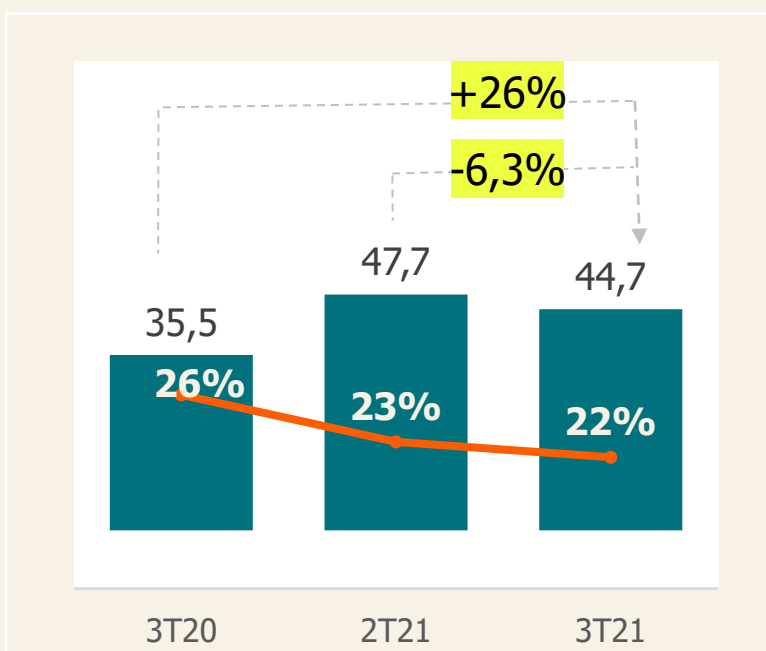
O **GMV** total da companhia atingiu R\$199,1 milhões no 3T21, representando um crescimento de 46% a/a sobre uma base elevada do ano anterior.

No acumulado de 9 meses, atingimos R\$575 milhões (+73% vs 9M20), refletindo o forte ritmo de crescimento do volume de transações realizadas na plataforma ao longo do último ano, como resultado do ritmo saudável de aquisição de usuários e manutenção dos indicadores de recorrência.



GROSS BILLINGS & TAKE RATE

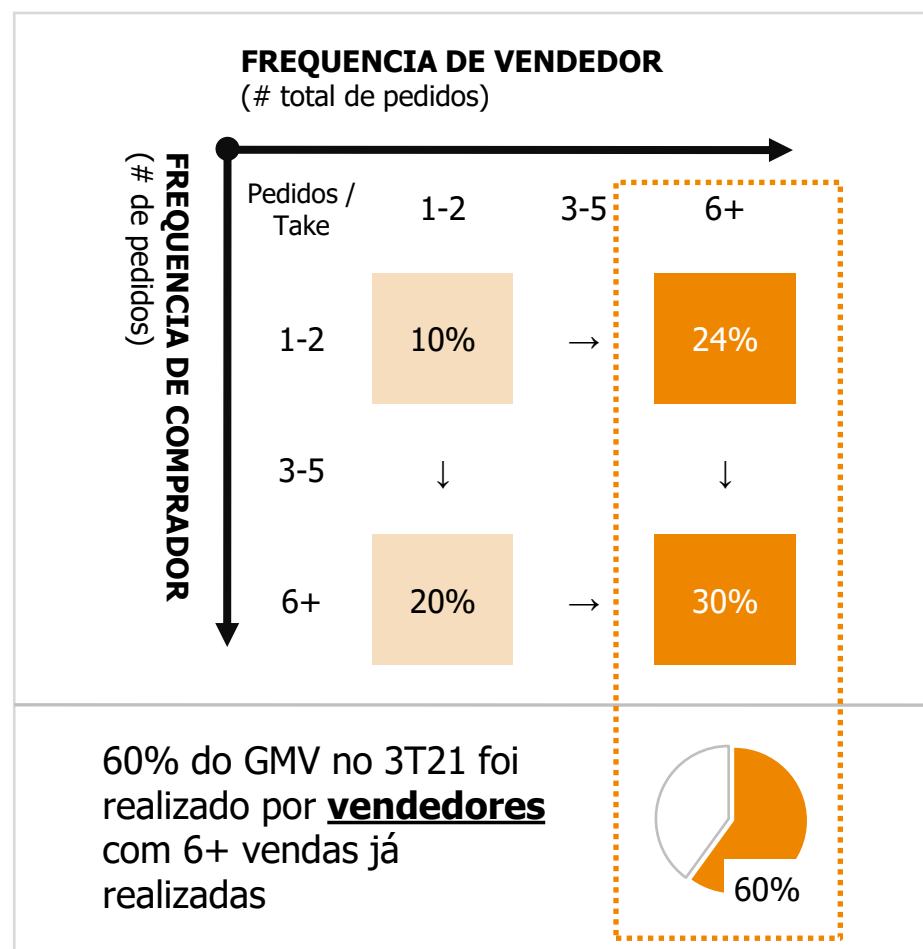
R\$ milhões



O *Gross Billings* cresceu **+26% a/a**, atingindo **R\$44,7 milhões no 3T21**, com **take rate de 22,5%**, ficando relativamente estável em relação ao trimestre anterior, em que reportamos 23,3%, tendo como reflexo a nova política de comissionamento já implementada ao longo de todo trimestre.

A linha de **subsídios** (descontos de frete e cupons de desconto) somou R\$15,5 milhões no 3T21, o que representa 7,8% do GMV, ficando 0,5 p.p. abaixo do reportado no trimestre anterior.

TAKE RATE POR VENDEDOR E COMPRADOR



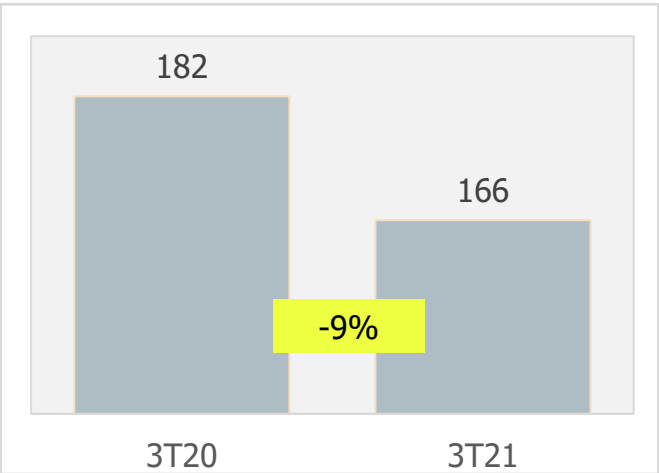


os patamares elevados das cohorts de GMV evidenciam os níveis saudáveis de recorrência, mantendo-se próxima a 300% em 18 meses

PERIODO	3 Meses	6 Meses	9 Meses	12 Mese	15 Meses	18 Meses
2018 T4	141%	166%	191%	217%	240%	261%
2019 T1	147%	178%	207%	233%	258%	287%
2019 T2	158%	192%	221%	249%	280%	310%
2019 T3	154%	185%	213%	246%	279%	310%
2019 T4	145%	176%	209%	241%	271%	303%
2020 T1	145%	179%	208%	238%	269%	298%
2020 T2	151%	182%	210%	241%	270%	
2020 T3	146%	176%	206%	234%		
2020 T4	141%	170%	195%			
2021 T1	146%	174%				
2021 T2	138% ¹					

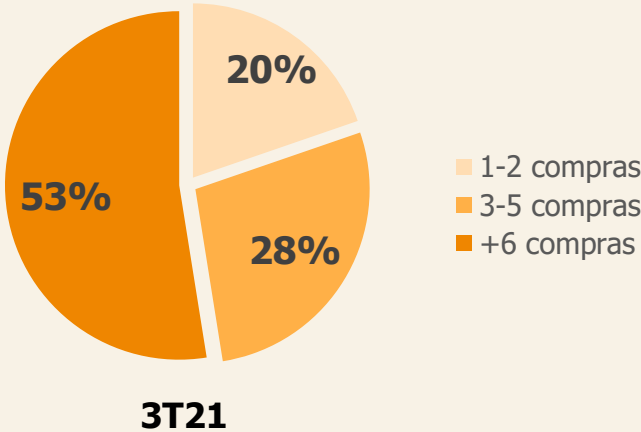
Os novos usuários que fizeram sua primeira compra **18 meses atrás** (no 1T20) alcançaram **298% de GMV** acumulado até o final de 3T21, o que demonstra que seguimos com elevada retenção das cohorts mais antigas, sustentando patamares próximos à 300%

NOVOS COMPRADORES
(em milhões)



O total de **novos compradores** foi de 166 mil no 3T21, **-9,0% a/a**, dado que a companhia reduziu o nível de investimento em marketing em **-19%** no 3T21 contra 2T21 visando equilibrar a eficiência nos investimentos em diferentes canais, em função de um ambiente de aquisição de usuários mais competitivo no ambiente on-line

compradores mais recorrentes seguem muito representativos no total de transações



Mais de 50% das transações do 3T21 foram feitas por compradores com 6 ou mais compras dentro do trimestre. Além disso, as transações do grupo de maior recorrência (+6 compras) aceleraram 44% em relação ao 3T20.

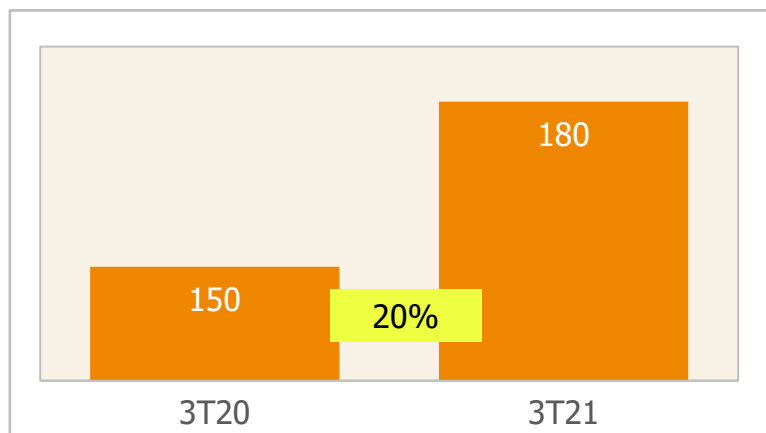
Frequência do Buyer	1-2 compras	3-5 compras	+6 compras
Crescimento # Transações (3T21 vs 3T20)	+4%	+17%	+44%

1 – Este dado mostra que os novos usuários que fizeram sua primeira compra no trimestre anterior (2T21) alcançaram 138% de GMV acumulado no final 3T21. Ou seja, caso os novos usuários do 2T21 tivessem comprado R\$100 mil no período, por exemplo, estes mesmos usuários acumulariam R\$138 mil depois de 3 meses (ao final do 3T21) contribuindo com R\$38 mil em GMV para o trimestre.



NOVOS VENDEDORES

Em milhares

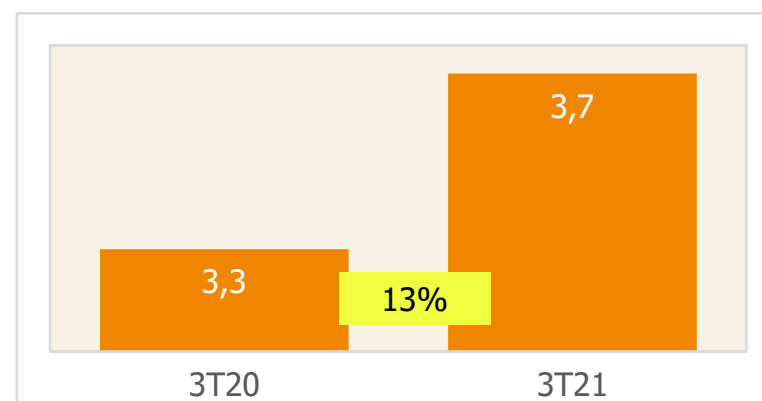


O total de novos vendedores atingiu **180 mil no 3T21** e ficou **+20% acima do número registrado no mesmo período do ano anterior**, influenciado positivamente pelos investimentos de marketing em branding e topo de funil focados na aquisição de sellers.

PRODUTOS PUBLICADOS

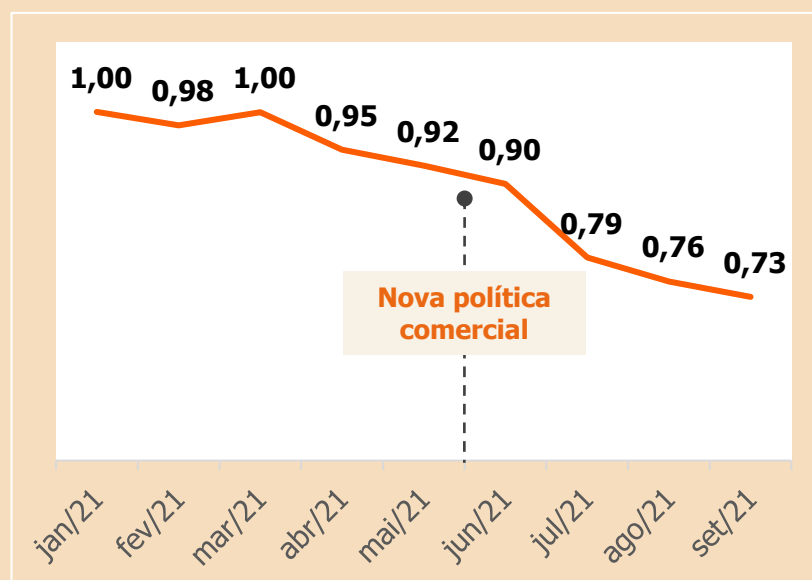
em milhões

No 3T21, houve upload de **3,7 milhões de novos itens** na plataforma (+13% a/a), influenciado pelo ritmo de aquisição de novos vendedores no trimestre.



CANCELAMENTO

(Índice)



Desde a implementação da nova política comercial, verificamos **acentuada redução na taxa de cancelamento** de transações, **chegando a uma diminuição de cerca de 20% de maio/21** (quando iniciamos os testes referente a a nova política) **a setembro/21**.

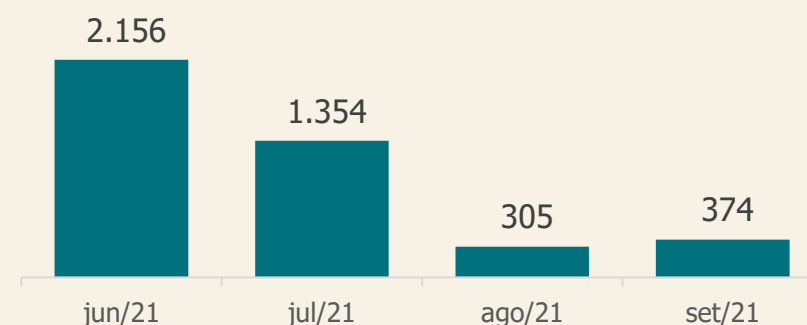
QUALIDADE DO INVENTÁRIO

Seguimos focados em manter a qualidade de nosso inventário. Temos robustecido nossas regras de bloqueio para uploads de itens com características duvidosas, além de realizar varreduras diárias na base de produtos da plataforma.

Um dos indicadores que evidencia a efetividade dessas ações é o **Número de Denúncias feitas por marcas parceiras**. No final de Maio/21 fechamos acordos com diversas marcas, por meio de um canal direto de denúncias, e que em poucos meses foi capaz de remover centenas de itens e maus vendedores.

Número de Denúncias

feitas por marcas parceiras



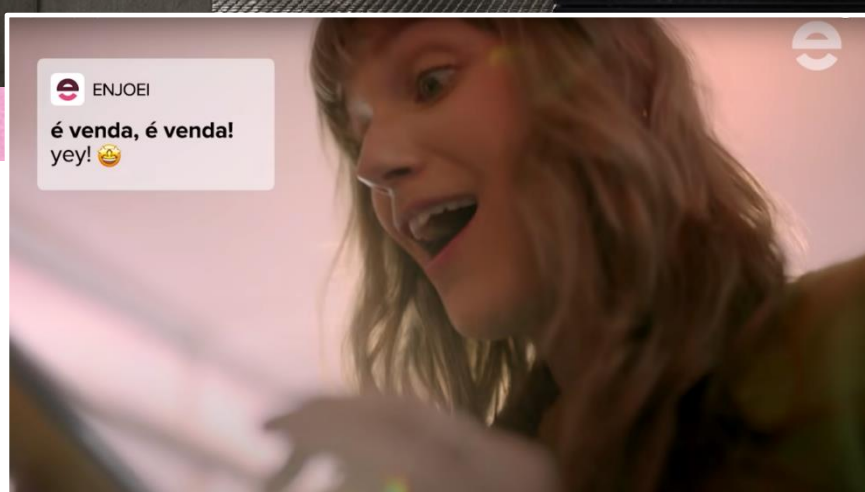


vida extra para suas roupas, renda extra pra você

“

enjoei, anunciei, ganhei!

esse é o mote da **nova campanha de branding em TV e canais OOH** lançada no final de Setembro/21, que além de atuar no fortalecimento de marca, puxa o pensamento de mais pessoas para essa nova maneira de gerir as coisas que temos em casa.

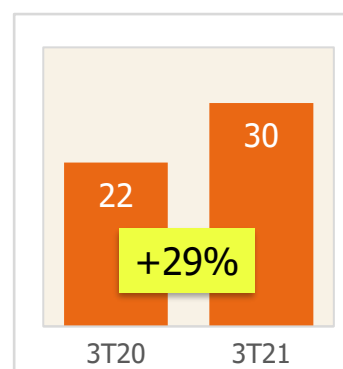


No 3T21, tivemos um total de **141 milhões de visitas totais** na plataforma, ficando **29%** acima do número registrado no mesmo período do ano anterior.

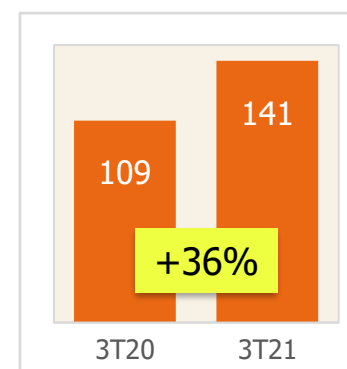
Em termos de **visitantes únicos**, observamos crescimento de **36% a/a** e fechamos o trimestre com **30 milhões de usuários**.

VISITAS ÚNICAS E TOTAIS

Visitantes únicos
em milhões



Visitantes totais
em milhões

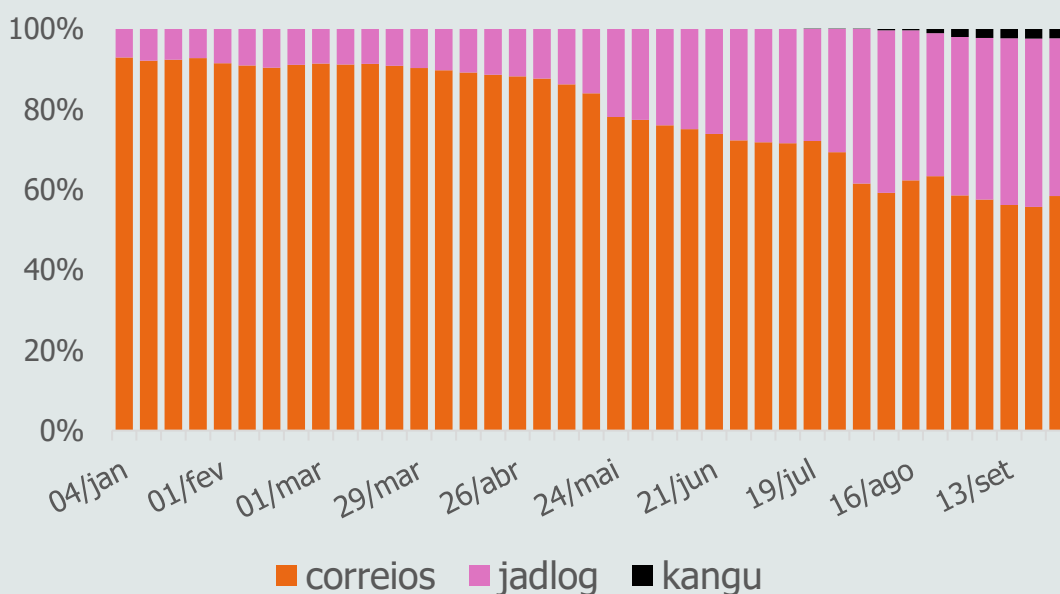




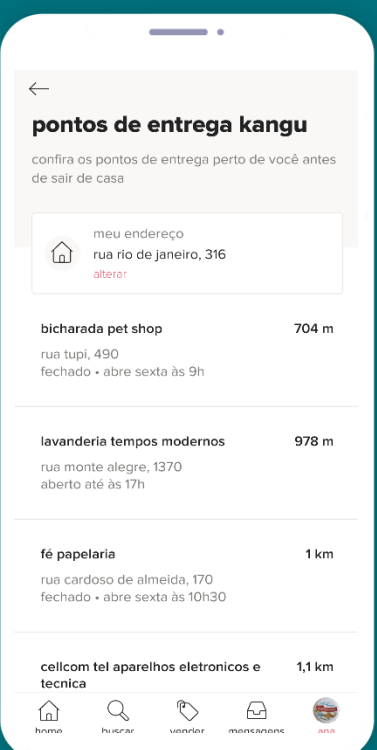
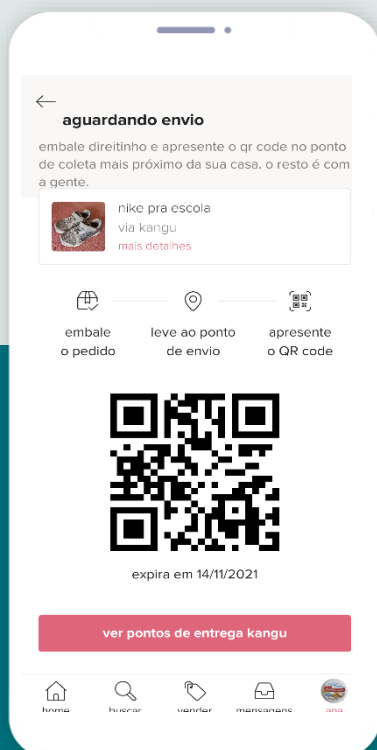
Finalizamos a integração com Jadlog no 3T21 para 100% da base e passamos a indicar o serviço e menor custo próximo ao vendedor. **Com isso, ao final do 3T21, Correios representava 58% dos envios, Jadlog 39% e Kangu, em fase de integração, 2%** (não exige impressão de etiqueta, permite validar a entrega do item apenas com QRCode)

SHARE DE OPERADORES LOGÍSTICOS

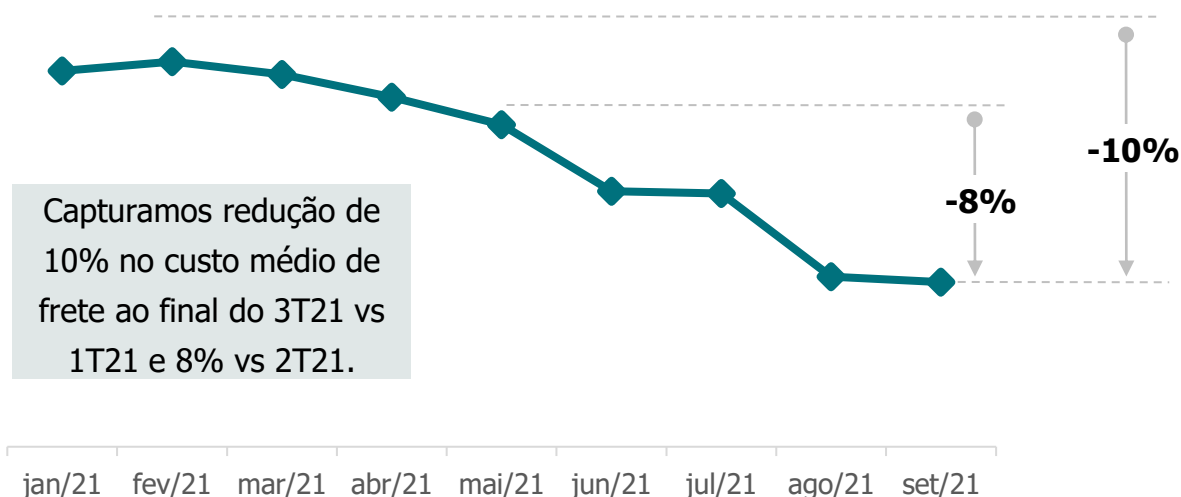
% do total de transações



Com isso, conseguimos coletar reduções significativas no custo de frete médio ao longo do ano de 2021, que também vem sendo impactado positivamente pelo aumento do número de usuários, aumentando o efeito de rede e reduzindo a distância entre compradores e vendedores.



EVOLUÇÃO CUSTO MÉDIO DE FRETE



Capturamos redução de 10% no custo médio de frete ao final do 3T21 vs 1T21 e 8% vs 2T21.

- Seguimos empenhados em melhorar a experiência do seller em relação à postagem dos pedidos oferecendo cada vez **mais pontos de droppoff** para diminuir a distancia do ponto de coleta e a residência do vendedor.
- Estamos trabalhando fortemente em comunicação com nosso clientes através de **trackings de pedidos em tempo real** e de maneira detalhada.



E N J U P R O

Novo Centro de Distribuição em Cabreúva

Mais espaço e eficiência para comportar crescimento das operações:

- Área de 6.200m², com capacidade expansível para até 2 milhões de peças armazenadas, ao mesmo custo de aluguel anterior.
- Espaço horizontal e amplo para garantir uma operação mais fluida.

Melhorias em Experiência

Bags:

- Qualquer usuário poderá solicitar a BAG do PRO em uma *landing page* no enjoei (e também no checkout da OQVestir) para facilitar o envio das peças ao nosso CD.

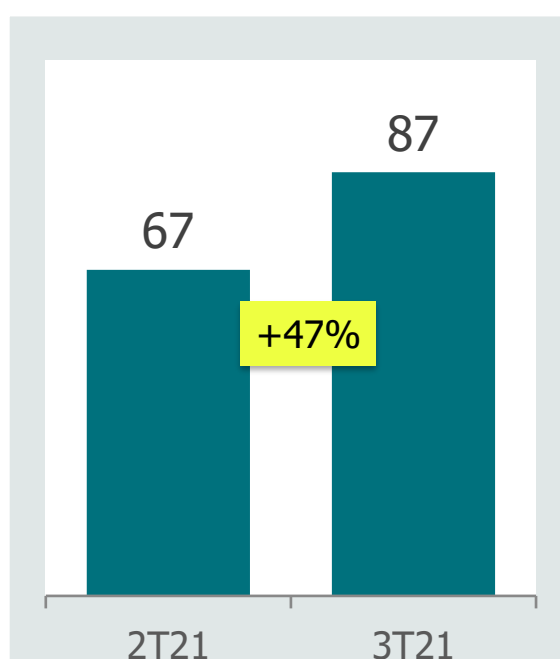
Acompanhamento do processo de venda:

- Mais informações sobre itens que podem ser enviados e visibilidade das etapas e prazos de processamento das peças.



M A R K E T P L A C E B 2 B 2 C

Nº de Marcas B2B2C



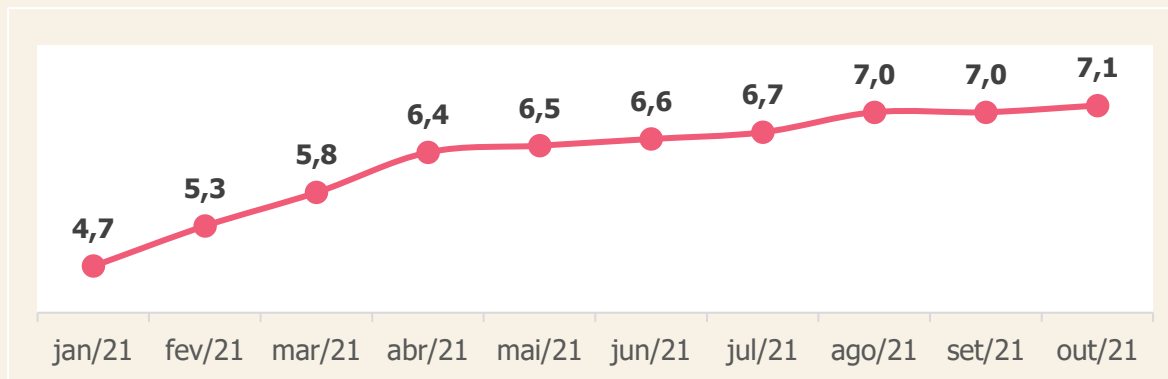
- No 3T21, **umentamos nossa base de sellers em 47% t/t**, fechando o mês de setembro com **87 marcas** conectadas em nossa plataforma. Temos trabalhado para atrair marcas que já são vencedoras no C2C, além de trazer categorias que **complementam o inventário da plataforma**, como Pets (Zee.Dog), Cosméticos (Dermage), Esportes (Decathlon) e móveis & decoração.
- Também fortalecemos nossas parcerias comerciais com as marcas, aumentando **o nível de desconto médio** oferecidos por elas de **24% no 2T21 para 32% no 3T21**, resultando em crescimento de GMV do B2B2C de 197% t/t.



A T E N D I M E N T O

RECLAME AQUI

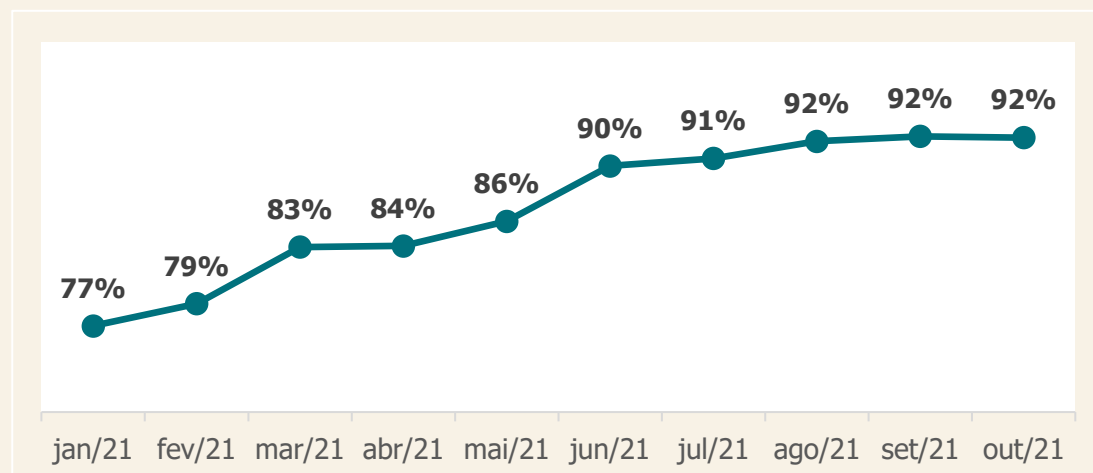
Nota Mensal

100%
(taxa de resposta)6,7
(nota acumulado 6M)

Fechamos o mês de setembro com nota 6,7 referente à média móvel de 6 meses no Reclame Aqui e reputação "Regular". No entanto, na avaliação mensal, atingimos **Nota 7 e reputação "Bom"**, seguindo tendência positiva vista ao longo dos últimos meses, fruto dos nossos esforços de investimentos em pessoas, tecnologias e melhorias de produto. Seguimos ativos nessa frente, cientes da nossa capacidade de continuar evoluindo esses indicadores, que deve ser reflexo do nível de experiência cada vez melhor oferecida ao nosso usuário.

ONE TOUCH

% tickets abertos



Continuamos evoluindo nossos indicadores internos de atendimento, incluindo o **percentual de chamados atendidos em apenas um contato, que encerrou setembro/21 em 92%** no consolidado.

FAQ FÁCIL

Fale conosco

Com objetivo de facilitar o contato de usuários com nosso atendimento e aliviar pressões desnecessárias em outros canais como Reclame Aqui e redes sociais, **incluímos links diretos de "fale conosco" em 100% dos artigos da nossa FAQ.**



desenvolvemos softwares para **monitoramento, detecção e bloqueio de comentários** que possam induzir **negócios fora da plataforma**, com o objetivo de evitar fraudes contra nossos usuários.

criamos **ferramentas proprietárias** para **gerenciar todo o uso de imagens**, incluindo a distribuição, análise de conteúdo impróprio e compartilhamento de dados pessoais (ainda em fases de testes).

reforçamos o **time de cibersegurança**, contemplando todas as principais áreas da disciplina: **red team** (ofensivo), **blue team** (defensivo), **white team** (normas e conformidade) e **yellow team** (desenvolvimento voltado à segurança).

construímos um **plano de carreira estruturado** para nossos desenvolvedores e um programa de **treinamento** e mentoria para líderes.

enjoei apresenta

enjuCa

o plano de carreira
do enjoei

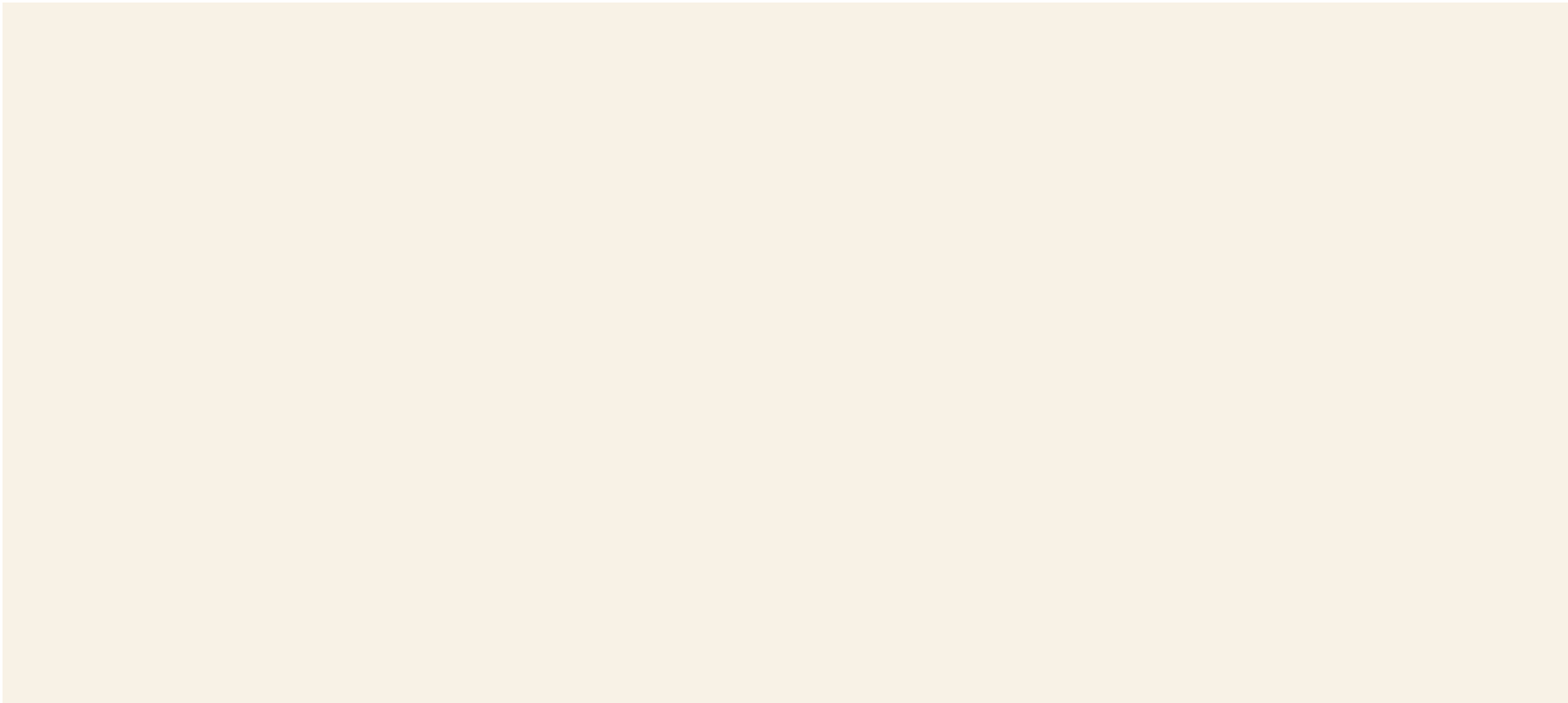


**especial
devs**





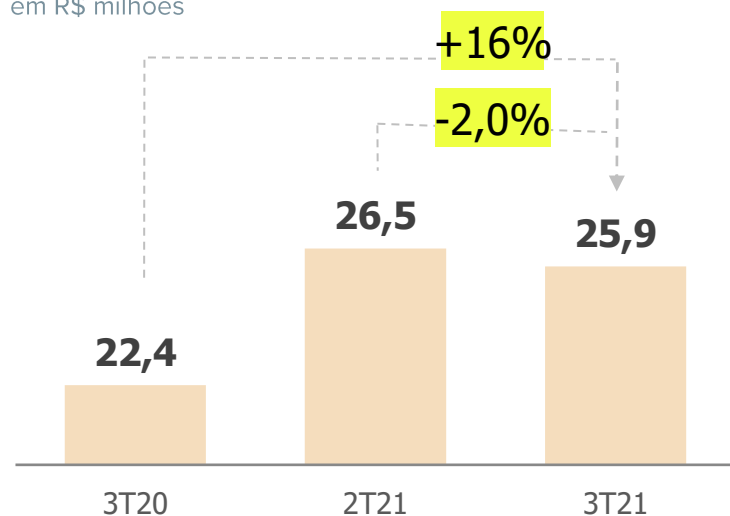
RESULTADOS FINANCEIROS





RECEITA líquida

em R\$ milhões

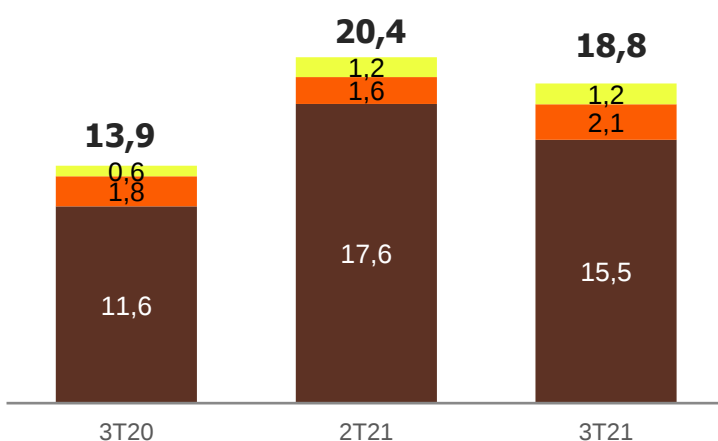


A **receita líquida do 3T21 atingiu R\$ 25,9 milhões**, crescendo 16% em relação ao mesmo período do ano anterior e foi positivamente impactada pela **redução da alíquota de tributação de ISS**:

Com a mudança de sede da companhia para Barueri/SP no mês de julho/21, tivemos **diminuição dessa alíquota em 3,0 p.p., saindo de 5% em São Paulo para 2% em Barueri**.

CUSTO do serviço prestado

em R\$ Milhões

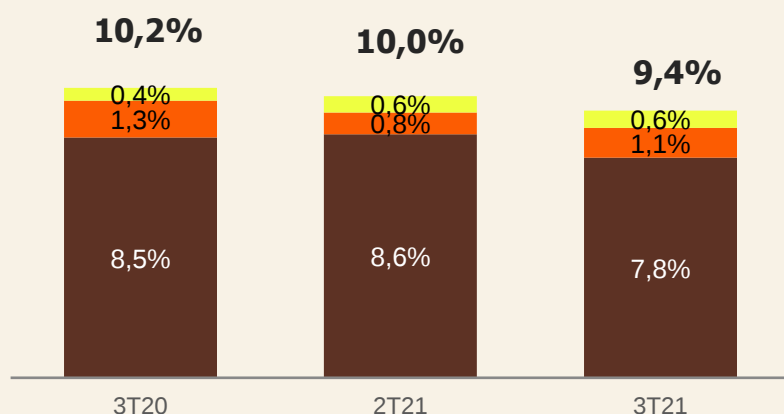


O **Custo do Serviço Prestado atingiu R\$18,8 milhões no 3T21**, versus R\$13,9 milhões no mesmo período do ano anterior e R\$20,4 milhões no 2T21.

Em relação ao GMV, é possível observar **ganhos de eficiência do CSP**, com a redução sequencial desse indicador, saindo **de 10,2% no 3T20, para 9,4% no 3T21**.

Os custos com **Frete e Logística**, representaram 7,8% do GMV no trimestre, ficando 0,8 p.p. abaixo do 2T21 e 0,7p.p. abaixo do 3T20, refletindo a redução do custo médio de transporte com a entrada de novos parceiros logísticos.

em % GMV

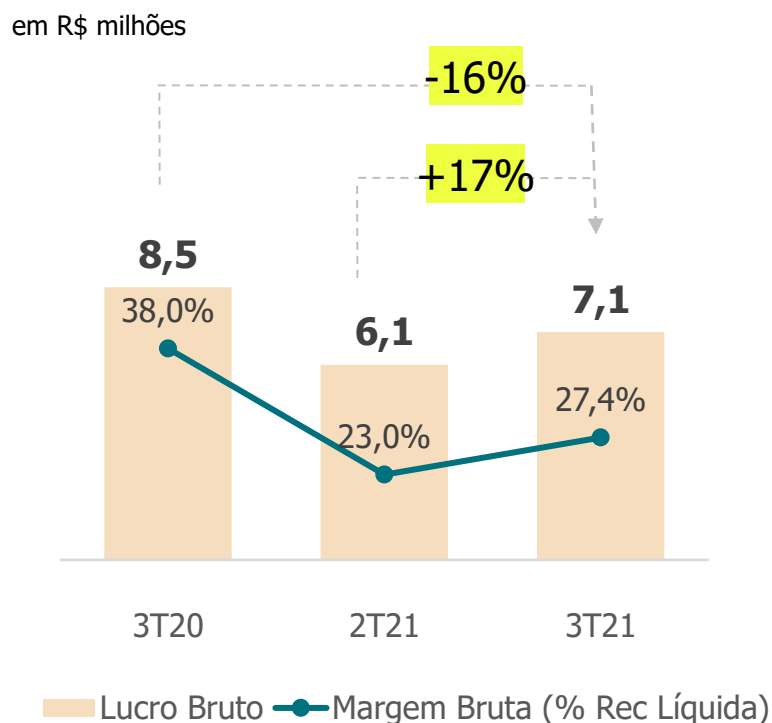


- Frete e Logística
- Taxas de Transação
- Serviços de Tecnologia



LUCRO bruto

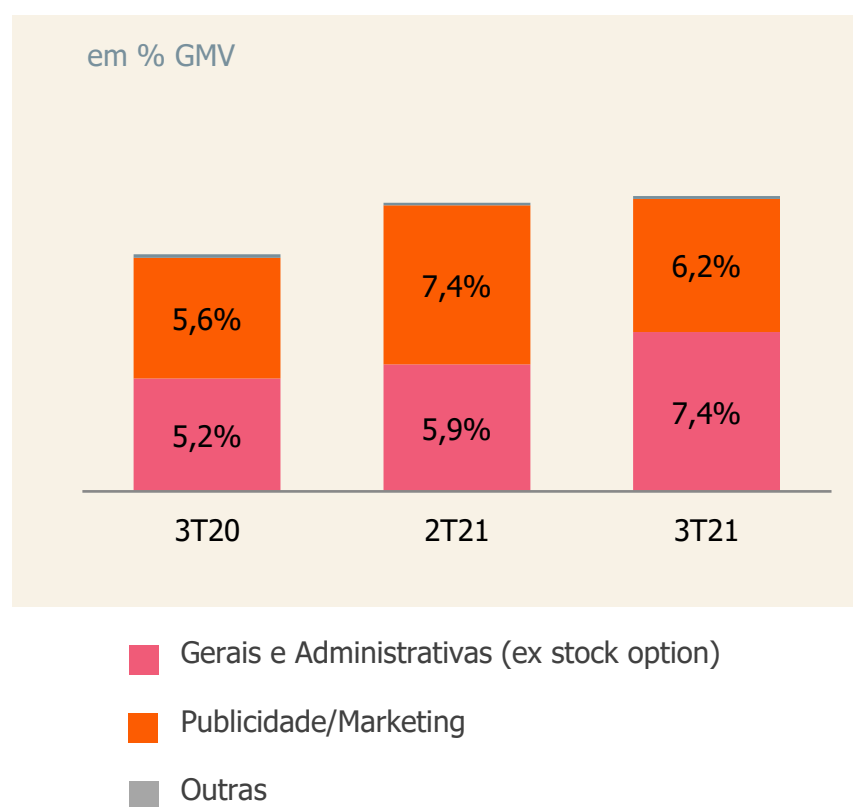
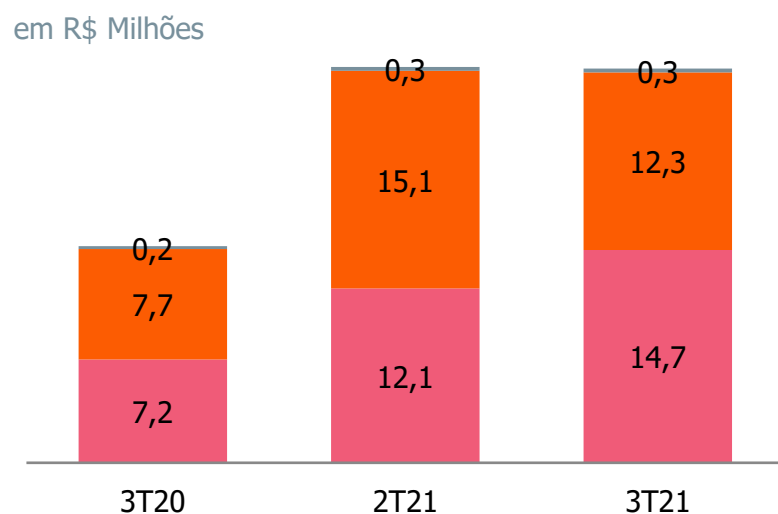
O Lucro Bruto de **R\$7,1 milhões no 3T21 representou** uma queda de 16% em relação ao mesmo período do ano anterior e crescimento de +17% sobre o 2T21. A Margem Bruta no 3T21 foi de 27,4%.



DESPESAS operacionais

As **despesas gerais e administrativas** totalizaram **R\$14,744 milhões** (desconsiderando plano de remuneração em ações de R\$ 7,9 milhões) o que representa uma variação de 106% em relação ao ano anterior e 22% em relação ao trimestre anterior. Como percentual do GMV, as despesas G&A representaram 7,4% no 3T21, versus 5,2% no 3T20 e 5,9% no 2T21.

As **despesas de marketing** somaram R\$12,3 milhões no 3T21, desacelerando -19% em relação ao 2T21, visando manter eficiência desses investimentos, em função de um ambiente de aquisição de usuários mais competitivo e inflacionado. Em relação ao GMV, as despesas de marketing passaram de 7,4% no 2T21 para 6,2% no 3T21.





Nota.

O plano de remuneração em ações não possui efeito caixa, uma vez que na data de exercício das opções é realizado aumento de capital referente ao montante de cada Programa. Mais informações sobre calendário de exercícios, montante outorgado, strikes e outros dados, podem ser acessados no Formulário de Referência no Item 13.

Abertura das despesas operacionais

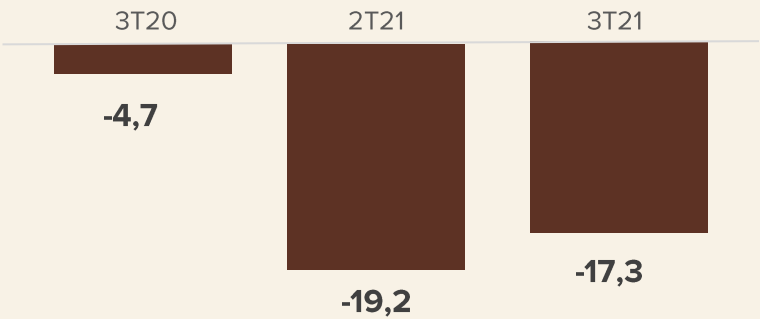
Gerais e administrativas (R\$mil)	3T21	2T21	Var % (3T21 vs 2T21)	3T20	Var % (3T21 vs 3T20)
Plano de remuneração em ações (sem efeito caixa)	7.936	12.105	-34%	-	-
Salários e encargos	6.818	5.185	31%	3.143	117%
Depreciação e amortização	2.941	2.157	36%	1.754	68%
Serviços de tecnologia	2.304	1.897	21%	583	295%
Consultorias e Outsourcing	1.631	1.453	12%	1.184	38%
Outros	1.050	1.382	-24%	487	116%
Total	22.680	24.179	-6%	7.151	217%
Total sem plano remuneração ações	14.744	12.074	22%	7.151	106%

Despesas publicitárias (R\$mil)	3T21	2T21	Var % (3T21 vs 2T21)	3T20	Var % (3T21 vs 3T20)
Mídia Offline (branding)	2.630	5.135	-49%	3.630	-28%
Mídia Online (performance)	8.768	9.714	-10%	3.801	131%
Outros	907	253	258%	219	314%
Total	12.305	15.102	-19%	7.650	61%

O crescimento trimestral das **despesas gerais e administrativas** foi reflexo do aumento de **salários e encargos (+31% t/t)**, por conta de dissídios e aumento de headcount, além da maior linha de **depreciação e amortização (+36% t/t)** com o incremento de intangível. **No contexto das despesas de marketing**, houve redução de **performance (mídia online) em -10% t/t** por conta da maior disciplina de investimentos em ambiente mais inflacionado e diminuição de **branding (mídia offline) em -49% t/t**, considerando o pré lançamento da nova campanha, que iniciou apenas no final do mês de setembro/21.

EBITDA ajustado

em R\$ milhões



O **EBITDA ajustado** (desconsiderando o plano de remuneração em ações) atingiu **-R\$17,3 milhões no 3T21**, versus -R\$19,2 milhões no 2T21.



Anexo I:

Demonstrações de Resultados – Comparação entre 3T21 e 3T20

R\$ Mil	3T21	AV	3T20	AV	AH (%)	AH (abs)
Receita bruta	29.269	113%	26.155	117%	12%	3.114
Deduções da receita (impostos, devoluções, abatimentos)	(3.356)	-13%	(3.777)	-17%	-11%	421
Receita líquida	25.913	100%	22.378	100%	16%	3.535
Custo do serviço prestado	(18.807)	-73%	(13.875)	-62%	36%	(4.932)
Lucro bruto	7.106	27%	8.503	38%	-16,4%	(1.397)
Margem Bruta	27,4%	-	38,0%	-	-10,6 p.p.	-
Despesas publicitárias	(12.305)	-47%	(7.650)	-34%	61%	(4.655)
Gerais e administrativas	(22.680)	-88%	(7.151)	-32%	217%	(15.529)
Outras despesas (receitas) operacionais	(272)	-1%	(100)	0%	172%	(172)
Despesas (receitas) operacionais	(35.257)	-136%	(14.901)	-67%	137%	(20.356)
Prejuízo operacional antes do resultado financeiro	(28.151)	-109%	(6.398)	-29%	340%	(21.753)
Receita financeira	6.347	24%	405	2%	1467%	5.942
Despesa financeira	(1.452)	-6%	(2.155)	-10%	-33%	703
Resultado financeiro líquido	4.895	19%	(1.750)	-8%	-380%	6.645
Prejuízo antes do imposto de renda e da contribuição social	(23.256)	-90%	(8.148)	-36%	185%	(15.108)
Imposto de renda e contribuição social	-	0%	1	0%	-100%	(1)
Prejuízo do período	(23.256)	-90%	(8.147)	-36%	185%	(15.109)
Depreciação e amortização	(2.941)	-11%	(1.723)	-8%	71%	(1.218)
EBITDA	(25.210)	-97%	(4.675)	-21%	439%	(20.535)
EBITDA AJUSTADO*	(17.274)	-67%	(4.675)	-21%	269%	(12.599)

*desconsiderando plano de reuneração em ações de R\$ 7,9 milhões no 3T21, sem efeito caixa.



Anexo I:

Demonstrações de Resultados – Comparação entre 9M21 e 9M20

R\$ Mil	9M21	AV	9M20	AV	AH (%)	AH (abs)
Receita bruta	88.374	115%	63.728	125%	39%	24.646
Deduções da receita (impostos, devoluções, abatimentos)	(11.776)	-15%	(12.745)	-25%	-8%	969
Receita líquida	76.598	100%	50.983	100%	50%	25.615
Custo do serviço prestado	(56.563)	-74%	(30.561)	-60%	85%	(26.002)
Lucro bruto	20.035	26%	20.422	40%	-2%	(387)
Despesas publicitárias	(36.740)	-48%	(11.816)	-23%	211%	(24.924)
Gerais e administrativas	(76.686)	-100%	(17.326)	-34%	343%	(59.360)
Outras despesas (receitas) operacionais	(1.186)	-2%	(148)	0%	701%	(1.038)
Despesas (receitas) operacionais	(114.612)	-150%	(29.290)	-57%	291%	(85.322)
Prejuízo operacional antes do resultado financeiro	(94.577)	-123%	(8.868)	-17%	966%	(85.709)
Receita financeira	13.133	17%	619	1%	2022%	12.514
Despesa financeira	(3.627)	-5%	(4.031)	-8%	-10%	404
Resultado financeiro líquido	9.506	12%	(3.412)	-7%	-379%	12.918
Prejuízo antes do imposto de renda e da contribuição social	(85.071)	-111%	(12.280)	-24%	593%	(72.791)
Imposto de renda e contribuição social	-	0%	11	0%	-100%	(11)
Prejuízo do período	(85.071)	-111%	(12.269)	-24%	593%	(72.802)
Depreciação e amortização	(7.009)	-9%	(4.976)	-10%	41%	(2.033)
EBITDA	(87.568)	-114%	(3.892)	-8%	2150%	(83.676)
EBITDA AJUSTADO*	(48.842)	-64%	(3.892)	-8%	1155%	(44.950)

*desconsiderando plano de reuneração em ações de R\$38,726 milhões nos 9M21, sem efeito caixa.



Anexo II:

Balanco Patrimonial

R\$ Mil	30/09/2021	31/12/2020	AH (%)	AH (abs)
Ativo circulante				
Caixa e equivalentes de caixa	406.865	486.707	-16%	(79.842)
Aplicações financeiras vinculadas	12.956	16.316	-21%	(3.360)
Contas a receber	11.129	-	-	11.129
Impostos a recuperar	5.218	3.378	54%	1.840
Adiantamentos	4.077	107	3710%	3.970
Partes relacionadas	7.123	-	-	7.123
Outros ativos	1.082	146	641%	936
Total do ativo circulante	448.450	506.654	-11%	(58.204)
Ativo não circulante				
Aplicações financeiras vinculadas	333	333	0%	-
Imobilizado	11.198	4.343	158%	6.855
Intangível	35.689	17.737	101%	17.952
Total do ativo não circulante	47.220	22.413	111%	24.807
Total Ativo	495.670	529.067	-6%	(33.397)

R\$ Mil	30/09/2021	31/12/2020	AH (%)	AH (abs)
Passivo circulante				
Fornecedores	15.146	12.460	22%	2.686
Obrigações sociais e trabalhistas	12.582	3.750	236%	8.832
Obrigações tributárias	320	1.183	-73%	(863)
Antecipações de recebíveis	101	6.507	-98%	(6.406)
Adiantamentos de clientes	3.605	-	-	3.605
Outras contas a pagar	1.994	3.740	-47%	(1.746)
Arrendamento	2.308	731	216%	1.577
Total do passivo circulante	36.056	28.371	27%	7.685
Passivo não circulante				
Arrendamento	5.756	1.188	385%	4.568
Provisão para contingências	2.927	2.365	24%	562
Total do passivo não circulante	8.683	3.553	144%	5.130
Patrimônio líquido				
Capital social	591.506	591.373	0%	133
Reservas de capital	50.266	11.540	336%	38.726
Prejuízos acumulados	(190.841)	(105.770)	80%	(85.071)
Total do patrimônio líquido	450.931	497.143	-9%	(46.212)
Total do passivo e patrimônio líquido	495.670	529.067	-6%	(33.397)



Anexo III:

Demonstração de Fluxo de Caixa

R\$ Mil	30/09/2021	30/09/2020	AH (%)	AH (abs)
Das atividades operacionais				
Prejuízo líquido do período	(85.071)	(12.269)	593%	(72.802)
Ajustes por:				
Depreciações e amortizações	7.058	4.976	42%	2.082
Provisão para contingências	562	56	904%	506
Plano de remuneração em ações	38.726	-	-	38.726
Despesa de Juros	323	399	-19%	(76)
	(38.402)	(6.838)	462%	(31.564)
Decréscimo (acrécimo) em ativos				
Aplicações financeiras vinculadas	3.360	(14.165)	-124%	17.525
Contas a receber	(11.129)	-	-	(11.129)
Adiantamentos	(3.643)	(60)	5972%	(3.583)
Impostos a recuperar	(1.840)	(3.062)	-40%	1.222
Partes relacionadas	(7.123)	-	-	(7.123)
Outros	(936)	15	-6340%	(951)
Imposto diferido	-	28	-100%	(28)
Decréscimo (acrécimo) em passivos				
Fornecedores	1.886	2.239	-16%	(353)
Obrigações trabalhistas	8.832	1.459	505%	7.373
Obrigações tributárias	(863)	2.700	-132%	(3.563)
Antecipações de recebíveis	(6.406)	3.331	-292%	(9.737)
Adiantamentos de clientes	3.605	-	-	3.605
Outras contas a pagar	(1.746)	352	-596%	(2.098)
Caixa líquido consumido (gerado) nas atividades operacionais	(54.405)	(14.001)	289%	(40.404)
Fluxo de caixa das atividades de investimento				
Aquisição de imobilizado	(1.321)	(410)	222%	(911)
Aquisição de intangível	(23.463)	(5.152)	355%	(18.311)
Caixa líquido consumido (gerado) nas atividades de investimento	(24.784)	(5.562)	346%	(19.222)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento				
Aumento de capital	1.265	70.176	-98%	(68.911)
(-) Gastos com emissões de ações	(1.132)	-	-	(1.132)
Captação líquida de empréstimos e financiamentos	-	7.500	-100%	(7.500)
Pagamento de empréstimo	-	(3.034)	-100%	3.034
Pagamento de arrendamento	(786)	(567)	39%	(219)
Adiantamentos diversos	-	-	-	-
Caixa líquido consumido (gerado) nas atividades de financiamentos	(653)	74.075	-101%	(74.728)
Aumento (redução) líquida de caixa e equivalentes de caixa	(79.842)	54.512	-246%	(134.354)
Caixa e equivalentes de caixa				
No início do período	486.707	3.104	15580%	483.603
No final do período	406.865	57.616	606%	349.249
Aumento (redução) líquida de caixa e equivalentes de caixa	(79.842)	54.512	-246%	(134.354)



Glossário

GMV

A definição do GMV representa o valor total pago em reais pelos compradores por transações de todas as naturezas, por compra de produtos ou serviços prestados e realizadas com sucesso, através dos meios de pagamento oferecidos na plataforma no momento do checkout. Não são consideradas como bem sucedidas as transações imediatamente rejeitadas, por qualquer razão, pelas instituições de processamento de pagamento. Não são removidas do cálculo transações que posteriormente possam ser rejeitadas pela plataforma em consequência de análises de segurança posteriores à confirmação do pagamento, ou por reembolso aos usuários, que pode ocorrer em casos de exercício do direito à desistência da compra e/ou serviço prestado. São removidas do cálculo do GMV as transações acima de valores considerados fora do padrão de consumo em relação às categorias de produto da plataforma.

Gross Billings

Gross Billings correspondem à parcela do GMV retida pelo Enjoei nas transações em nossa plataforma, e pode ser expressa percentualmente pelo Take Rate.

O GMV e Gross Billings são medidas não contábeis segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil (BR GAAP) ou pelas normas internacionais de relatório financeiro – International Financial Reporting Standards (IFRS), emitidas pelo International Accounting Standard Board (IASB), e, portanto, não possuem um significado padrão e podem não corresponder a medidas com a nomenclatura similar divulgada por outras companhias.

Novo comprador

Compradores que fazem a sua primeira compra na plataforma, ou que realizam compras em um período de 18 meses ou mais na plataforma, período que classificamos o usuário como perdido.

EBITDA

O EBITDA (sigla em inglês para LAJIDA – lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização) é uma medição não contábil elaborada pelo Enjoei, em consonância com a Instrução CVM nº 527/2012.





Relacionamento com os Auditores

Em conformidade da instrução CVM n. 381/037 informamos que a Companhia consultou os auditores independentes Grant Thornton Auditores Independentes no sentido de assegurar o cumprimento das normas emanadas pela Autarquia, bem como a Lei de Regência da profissão contábil, instituída por meio do Decreto Lei 9.295/46 e alterações posteriores. Também foi observado o cumprimento da regulamentação do exercício da atividade profissional emanada do Conselho Federal de Contabilidade (CFC) e as orientações técnicas emanadas do Instituto dos Auditores Independentes do Brasil (IBRACON).

A Companhia adotou o princípio fundamental de preservação da independência dos auditores, garantindo a não influência de auditarem os seus próprios serviços, e tão pouco de terem participado de qualquer função de gerência da Companhia.

A Grant Thornton Auditores Independentes estava contratada para execução de serviços de auditoria do exercício corrente e de revisão das informações trimestrais do mesmo exercício, além de trabalhos de due-diligence para operações de M&A.





TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS 3T21

Terça-feira, 16 de Novembro de 2021

14:00 (Horário de Brasília) | 13:00 (Horário de Nova Iorque)

[Clique aqui](#) para se inscrever no Webcast via Zoom.
(Em português com interpretação simultânea para inglês)

Para conexões via dial in, por gentileza realizar cadastro no link acima e discar o número enviado por email.