

# DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 4T21 e 2021

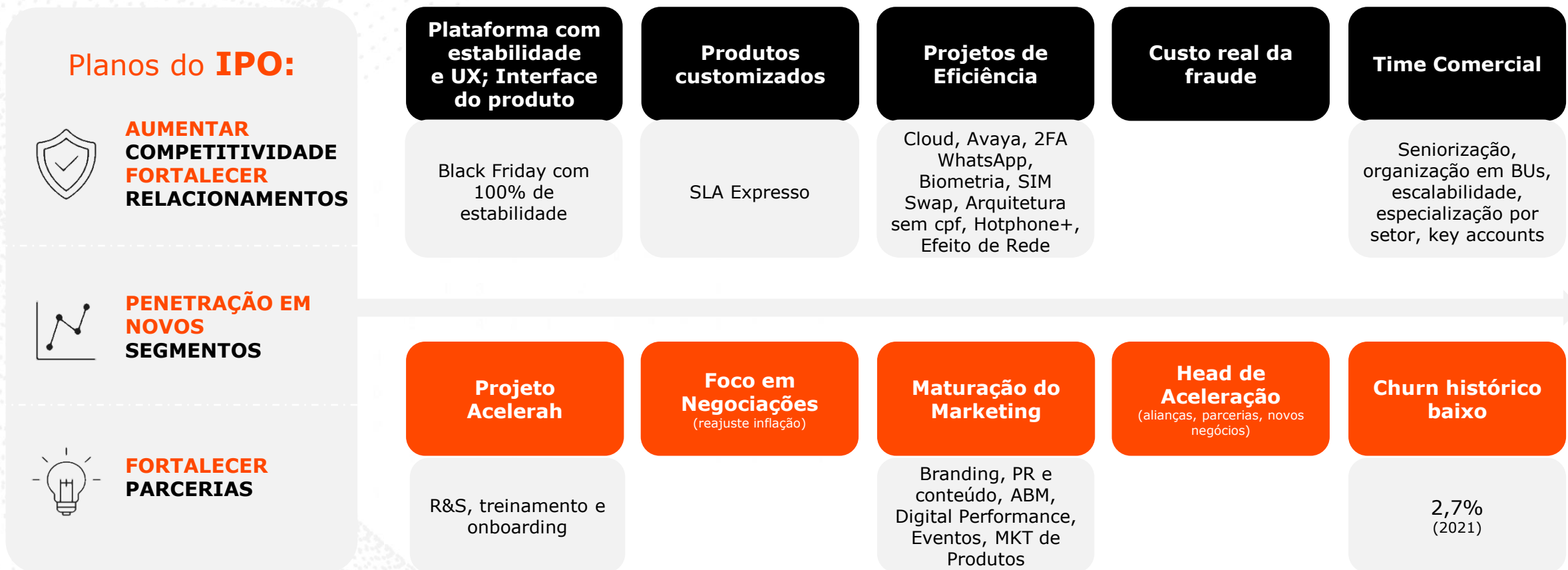
# Visão Geral 2021

**Bernardo Lustosa**  
**CEO**

**Temos os 10 maiores players  
de E-commerce**  
Contrato com Mercado Livre  
(Antifraude, Threat-X, Business Trust)

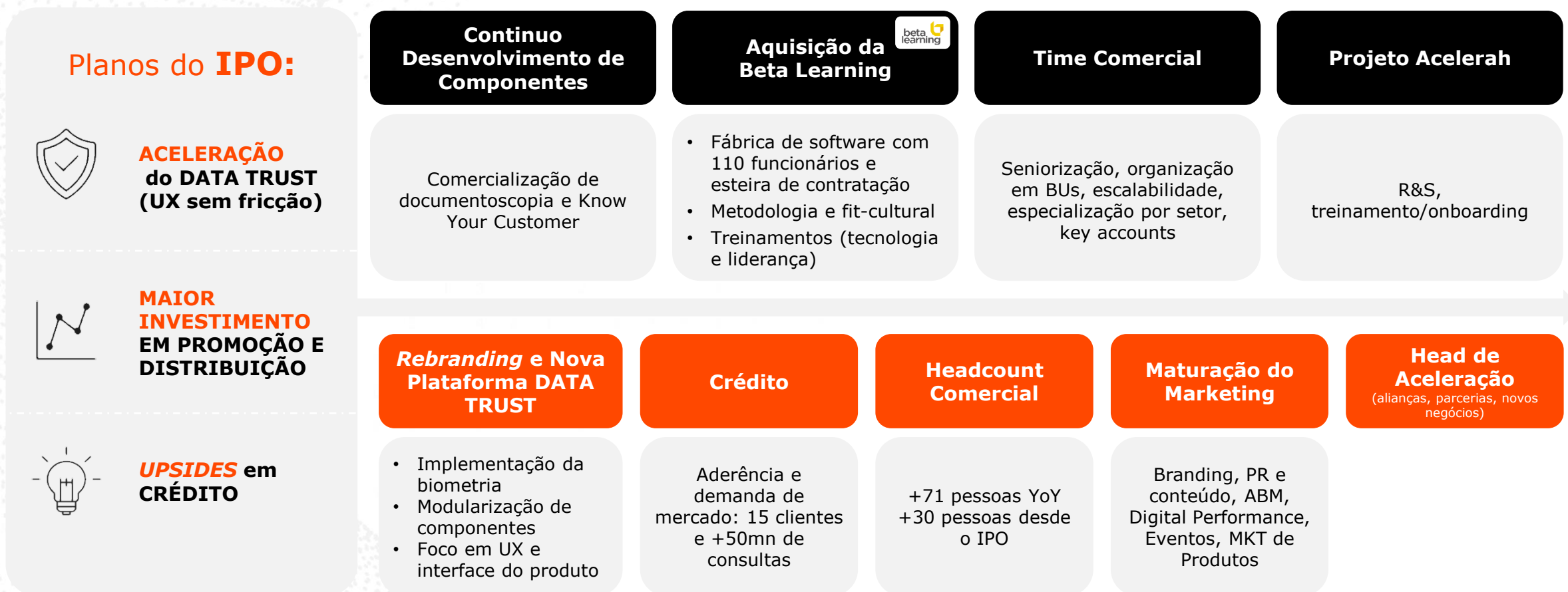
# E-commerce

Grandes entregas alinhadas com o plano do IPO



# Onboarding

Grandes entregas alinhadas com o plano do IPO



# E-commerce Internacional

Grandes entregas alinhadas com o plano do IPO

## Planos do IPO:



### MÉXICO e LATAM

Consolidação via *Outbound Sales* e parcerias para *Middle/Long Tail*



### EUA e CANADÁ

*Middle/Long Tail* via parceria e teste de *Enterprise* via *Outbound Sale*



### TESTAR NOVAS GEOGRAFIAS

com altas taxas de fraude com baixas taxas de aprovação

Reestruturação  
Comercial e Marketing:  
LatAm x RoW<sup>1</sup>

Contratação do *Head*  
de Alianças e *Head*  
*Enterprise* LatAm

Sinergias Brasil x  
Internacional

Contratação *Head*  
Comercial em LatAm  
em andamento

Aquisição da  
ChargeBack Ops



- Empresa de chargeback management (complementariedade de soluções)
- Fortalecer relacionamento com clientes e marca nos EUA
- Potenciais sinergias de receita e eficiência



Líder em Prevenção a Fraude  
G2 Grid (*Winter 2022*)

- **Líder:** Relatório Grid para Prevenção a Fraude para E-commerce
- **Líder:** Relatório Pequenos Negócios Grid de Prevenção a Fraude para E-commerce
- **Melhor desempenho:** Relatório de Médio Mercado Grid de Prevenção a Fraude para E-commerce



# Explore

Grandes entregas alinhadas com o plano do IPO

## Planos do IPO:



**SUSTENTAR INICIATIVAS EXISTENTES**  
(Threat-X e Business Trust)



**INVESTIR EM NOVOS NEGÓCIOS**



**AUMENTAR em HEADCOUNT**

**Threat-X e Business Trust em pré-escala**

**Saúde e Marketplace em Prototipação**

**Escolhidos pelo Lift**  
(Programa de inovação do BACEN)

**Seguros em fase de descoberta**

**Dobramos o número de headcount<sup>1</sup>**

**Triplicamos o número de clientes<sup>1</sup>**

## Trilha do Explore

1

**DESCOBERTA**

2

**PROTOTIPAÇÃO**

3

**OPERAÇÃO**

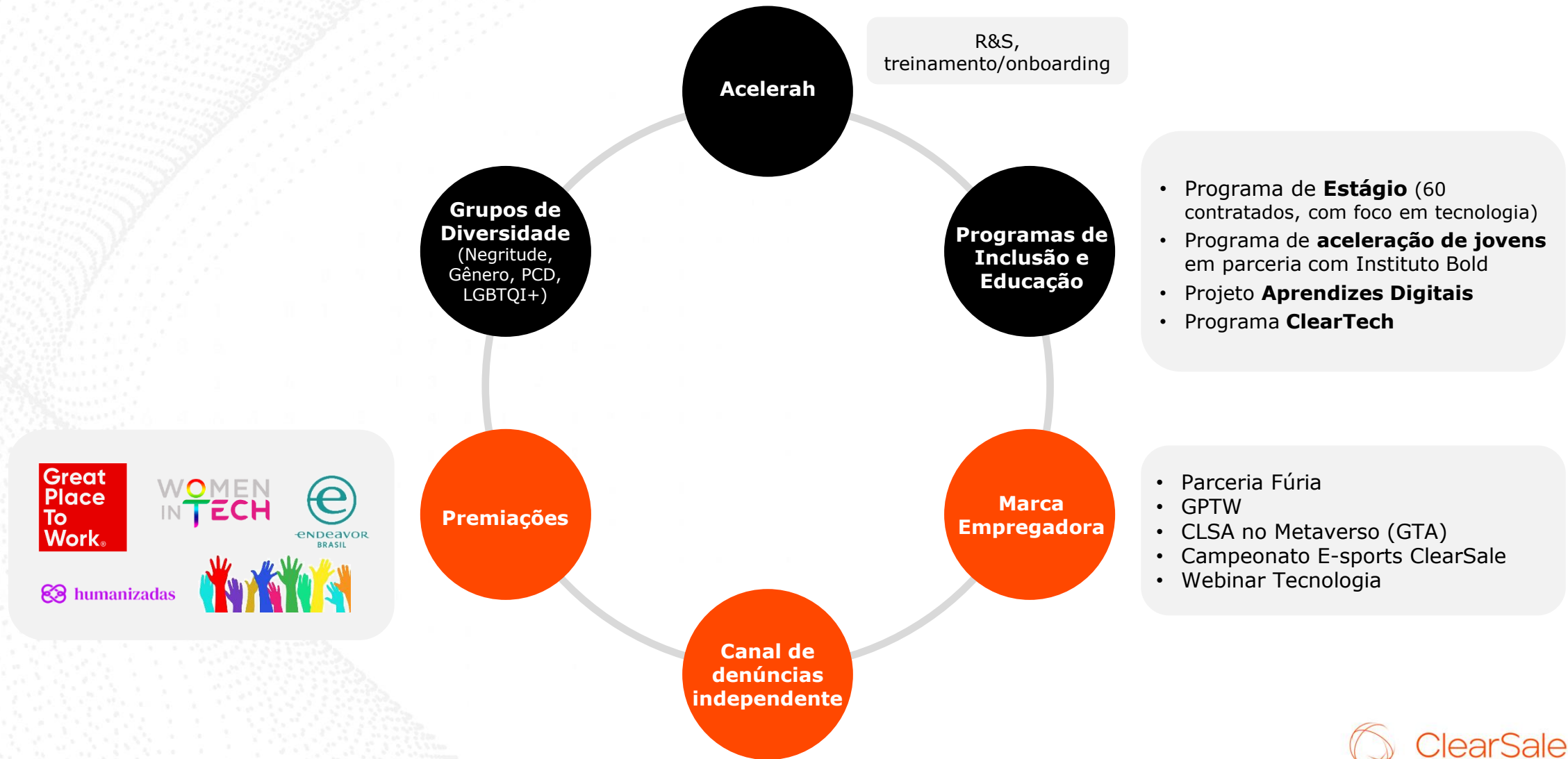
4

**PRÉ-ESCALA**

Spin-off ou Produtos

Nota: (1) Jul/21 vs Fev/22

# Pessoas, Diversidade e Cultura





# Oportunidades Inorgânicas

Duas transações com alinhamento de cultura e visão e de acordo com o plano do IPO



# Destaques – 2021

R\$ **458 MM**

**Receita Líquida total**  
**+32% YoY** (realizado)  
**+37% YoY** (potencial)

YoY  
YoY  
s/ FY20

**+87%**  
**+112%**  
**111%**

**ARR<sup>1</sup> Venda Nova Total**  
**ARR<sup>1</sup> Venda Nova Onboarding**  
**ARR<sup>1</sup> Venda Nova Onboarding**

R\$ **118 MM**

**Receita Onboarding**  
**+57% YoY**

**2,7%**

**Churn 2021**

R\$ **283 MM**

**Receita E-commerce Brasil**  
**+23% YoY** (realizado)  
**+29% YoY** (potencial)

**De 160**  
**para 231**  
**10,5x**

**Headcount Área Comercial<sup>2</sup>**  
**LTV/CAC<sup>3</sup> Field Sales<sup>2</sup>**

R\$ **56 MM**

**Receita E-commerce Internacional**  
**+42% YoY**

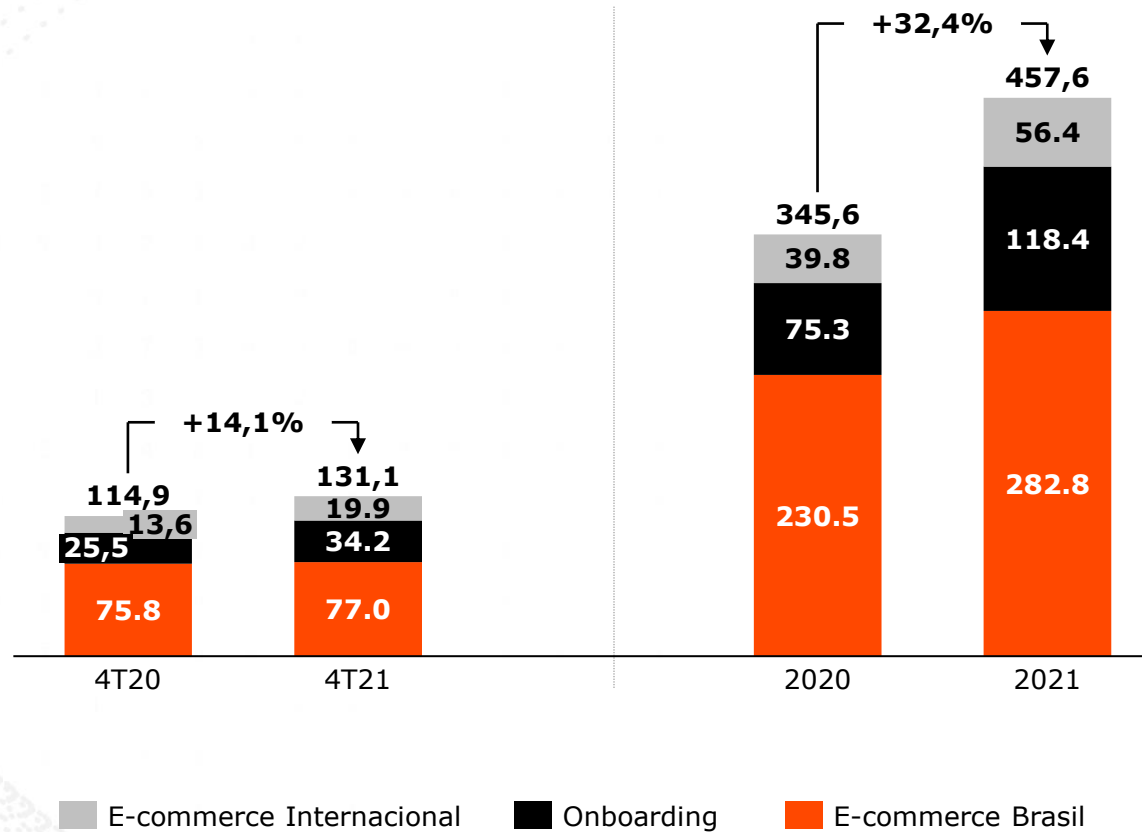
**36%**  
(realizado)  
**44%**  
(potencial)

**Regra dos 40<sup>4</sup>**

1. Annual Recurring Revenue ou Receita Recorrente Anual; 2. Considera apenas Brasil; 3 LTV/CAC é calculado pela divisão do LTV (*Lifetime Value*) pelo Custo de Aquisição de Cliente (CAC). O LTV considera a margem de contribuição média gerada pelos clientes durante o ciclo de vida (considerado 60 meses). O CAC considera custos e despesas realizados com vendas para conquistar um cliente novo. (4)Ajustado por despesas não recorrentes e duplicidade de cloud

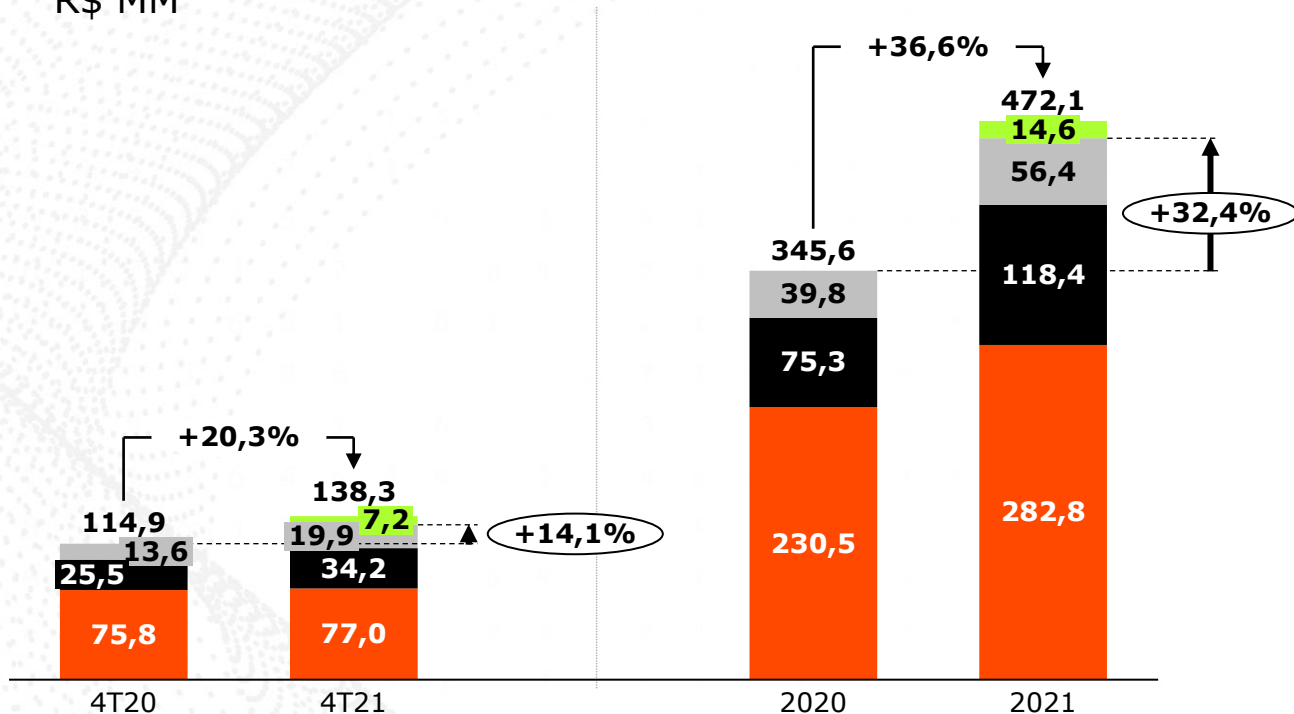
# Receita Líquida

Receita Líquida  
R\$ MM



# Receita Líquida

Receita Líquida  
R\$ MM



■ Ajustes Receita por Chargeback e Sucess fee/Descontos<sup>1</sup>
■ Onboarding  
■ E-commerce Internacional
 ■ E-commerce Brasil

**Receita Líquida potencial com crescimento anual de 37% em 2021, impulsionado pelo Onboarding**

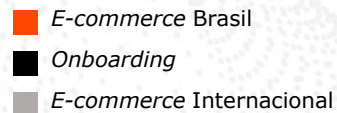
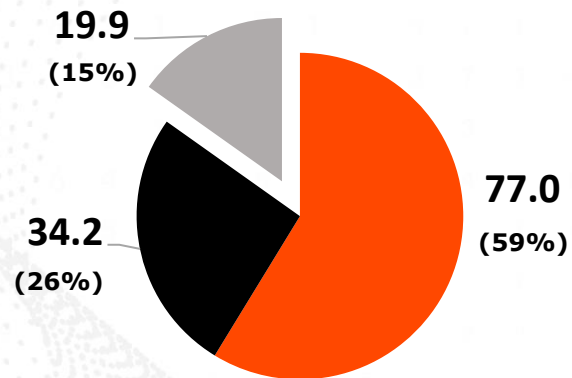
Crescimento Anual - Receita Líquida	4T21 / 4T20	2021 / 2020
<b>Brasil</b>		
<i>E-commerce BR realizado</i>	+1,6%	+22,7%
<i>E-commerce BR potencial<sup>1</sup></i>	+11,0%	+29,0%
<i>Onboarding</i>	+34,3%	+57,2%
<b>Internacional</b>		
<i>E-commerce Int. (BRL)</i>	+45,7%	+41,5%
<i>E-commerce Int. (USD)</i>	+40,9%	+41,5%
<b>Total realizado</b>	<b>+14,1%</b>	<b>+32,4%</b>
<b>Total potencial<sup>1</sup></b>	<b>+20,3%</b>	<b>+36,6%</b>
<b>Mercado<sup>2</sup></b>	<b>+27%</b>	

(1) Os ajustes de receita referem-se ao negócio de e-commerce Brasil e refletem descontos concedidos e *chargeback* reconhecidos acima do patamar relativo médio observado em 2020; (2) NielsenIQ Ebit - Webshopper 45

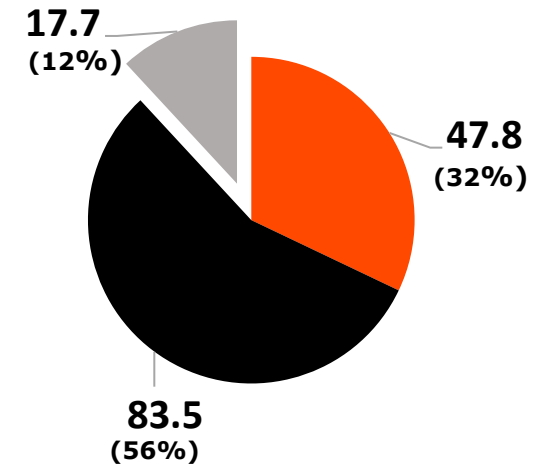
# Potencial do Onboarding

**Onboarding é o principal driver de crescimento**

**BREAKDOWN DE RECEITAS**  
(R\$ MM; Repr. %) – 4T21



**BREAKDOWN DE ARR<sup>1</sup> VENDA NOVA**  
(R\$ MM; Repr. %) – 2021

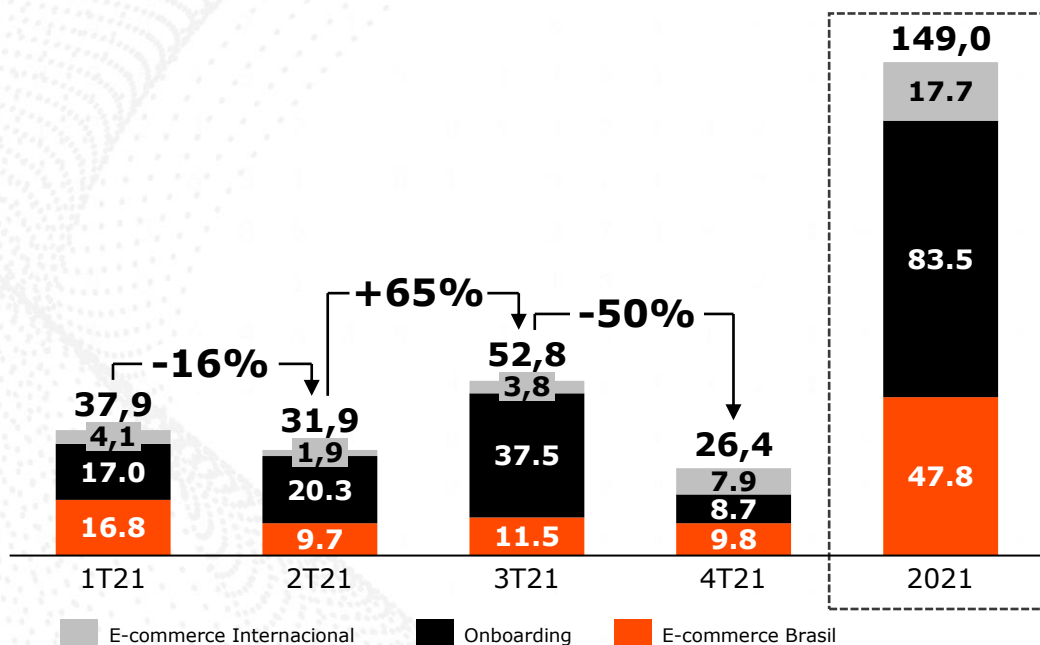


1. Annual Recurring Revenue ou Receita Recorrente Anual.

# Indicadores Operacionais de Receita

## ARR<sup>1</sup> Venda Nova

R\$ MM



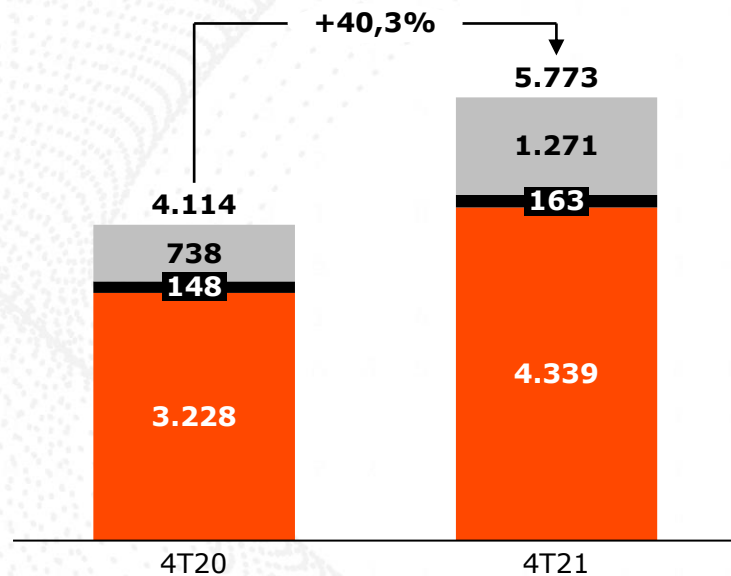
**ARR Venda Nova cresce 87% YoY em 2021, alavancado pelo Onboarding (+112% YoY).**

Crescimento Anual ARR Venda Nova	1T21/1T20	2T21/2T20	3T21/3T20	4T21/4T20	2021/2020
E-commerce Brasil	+557,8%	+111,5%	+102,2%	-41,3%	+62,0%
Onboarding	+438,3%	+18,6%	+422,6%	-27,2%	+111,8%
E-commerce Int.	+330,1%	-42,4%	+129,3%	+67,8%	+66,8%
<b>Total</b>	<b>+468,4%</b>	<b>+27,7%</b>	<b>+263,7%</b>	<b>-20,9%</b>	<b>+87,3%</b>

(1) Annually Recurring Revenue ou Receita Recorrente Anual.

# Indicadores Operacionais de Receita

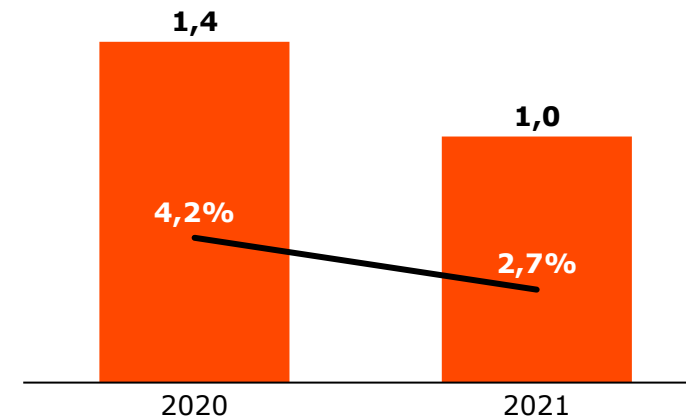
## Quantidade de Clientes



■ E-commerce Internacional ■ Onboarding ■ E-commerce Brasil

## Churn e Churn-rate

(R\$ milhões e %)



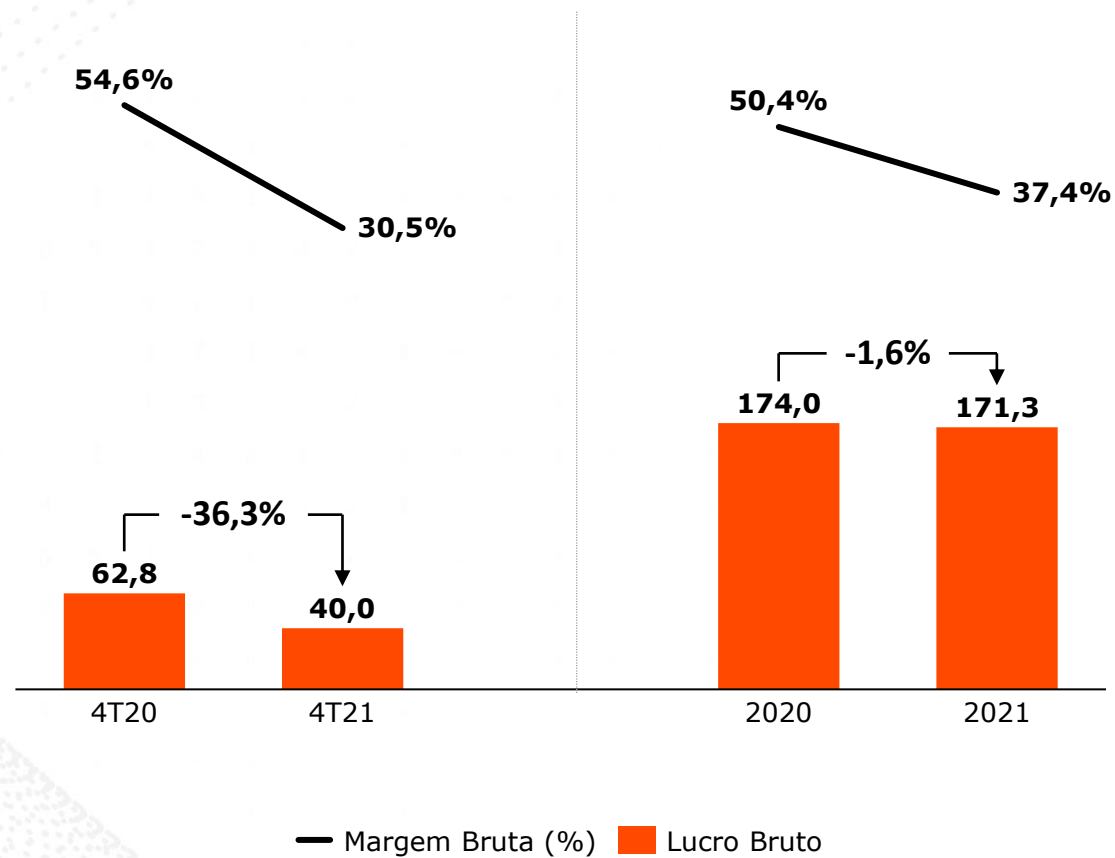
— Churn Rate (%) ■ Financial Churn

**Incremento de 1.659 clientes e Churn baixo em nível recorde histórico**

# Lucro Bruto e Margem Bruta

## Lucro Bruto e Margem Bruta

R\$ milhões e %

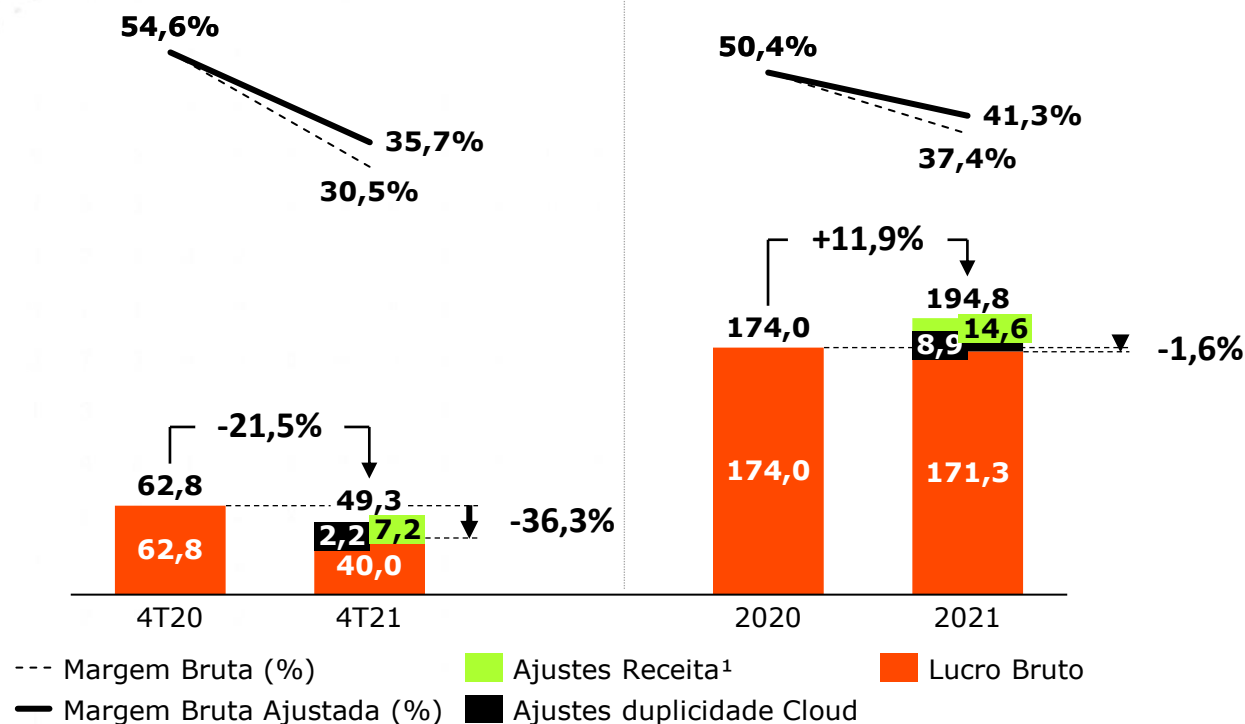




# Lucro Bruto e Margem Bruta

## Lucro Bruto e Margem Bruta

R\$ milhões e %



**Margem de contribuição ajustada de 2021 saudável de 61,4% e Lucro Bruto Ajustado de R\$ 194,8 milhões em 2021, com compressão de 9,1 p.p. em margem bruta explicada por:**

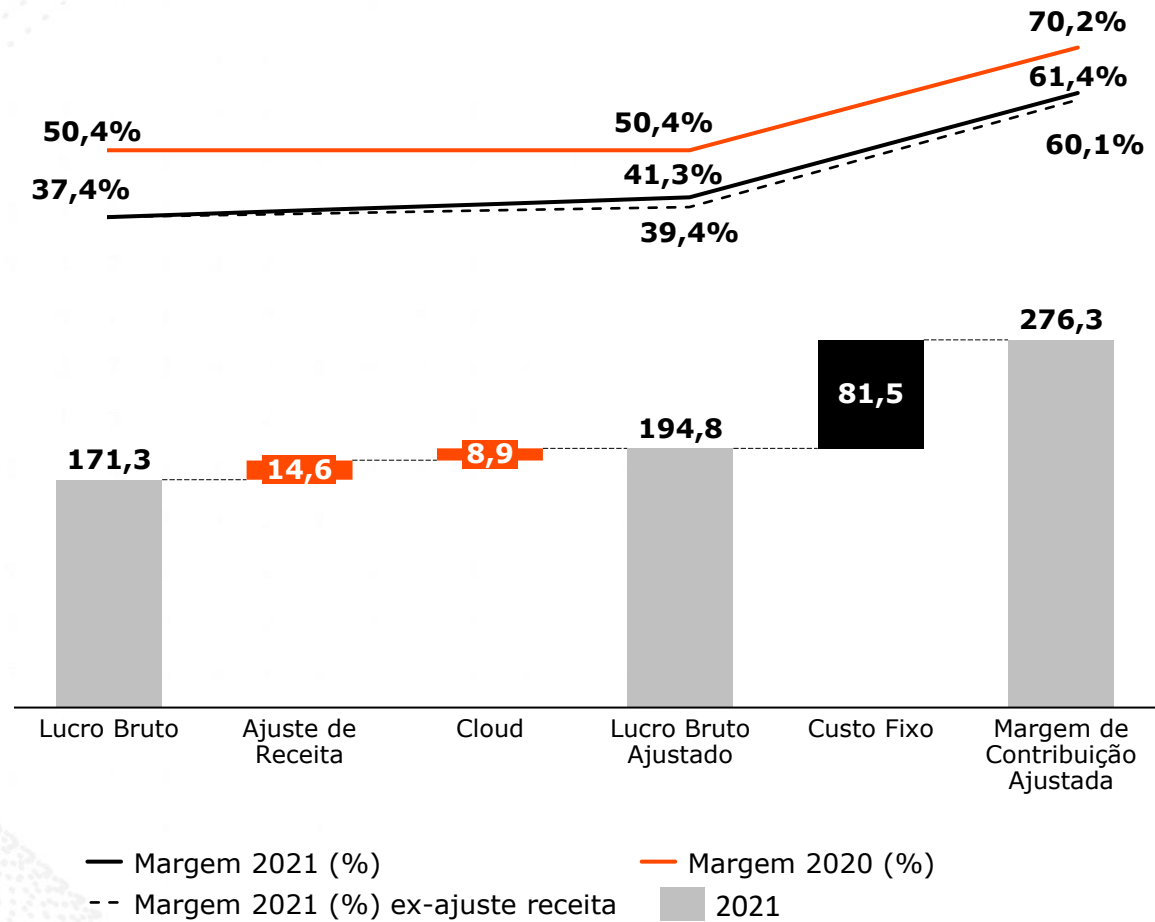
- Reforço do time de TI & Analytics em 77% YoY ou 203 pessoas (R\$ 20,4 milhões em 2021 e R\$ 6,7 milhões no 4T21)
- Readequação da quantidade de especialistas de análise humana que estava sub-ótima em +53% YoY (R\$ 24,5 milhões em 2021 e R\$11,3 milhões no 4T21)
- Processo de migração para Cloud (R\$ 8,9 milhões em 2021 e R\$2,2 milhões no 4T21)

(1) Os ajustes de receita referem-se ao negócio de e-commerce Brasil e refletem descontos concedidos e *chargeback* reconhecidos acima do patamar médio observado em 2020.

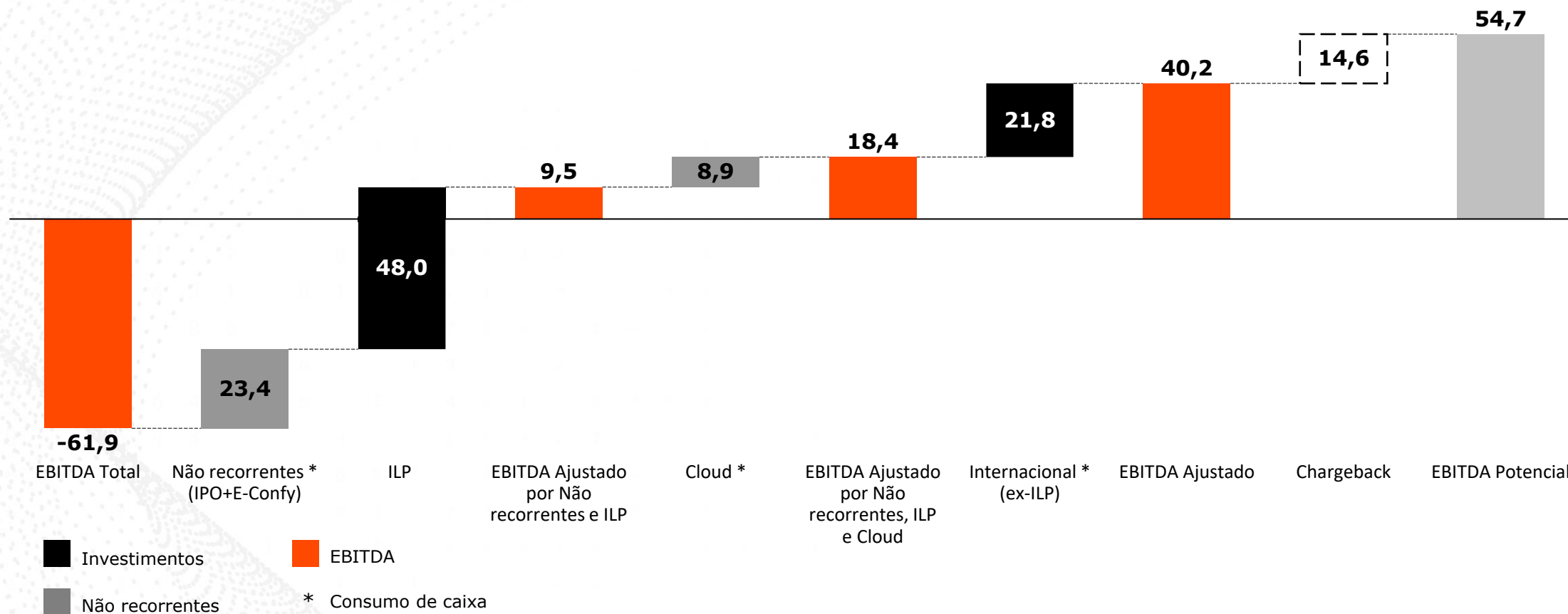
# Margem de Contribuição

## Margem de Contribuição (MC)

R\$ milhões e %



# Construção EBITDA 2021



**\* Real impacto em caixa:  
R\$ 52 milhões<sup>1</sup>**

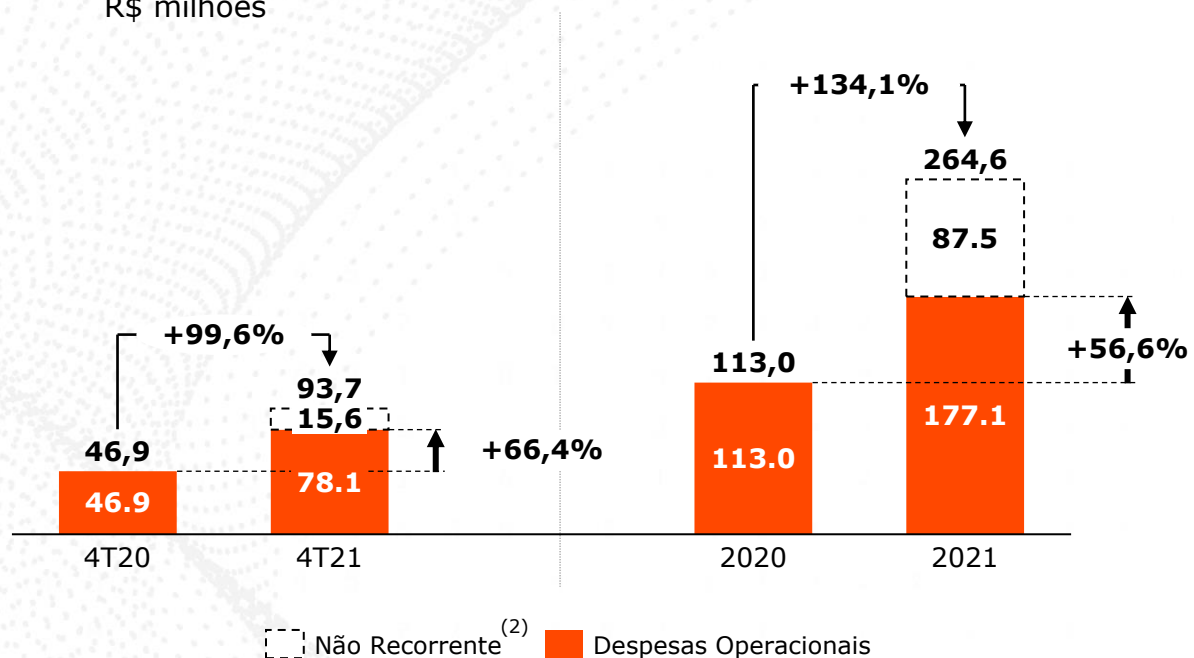


(1) Incluir: efeitos não recorrentes, duplicidade de cloud e internacional ex-ILP

# Despesas, EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Ajustado

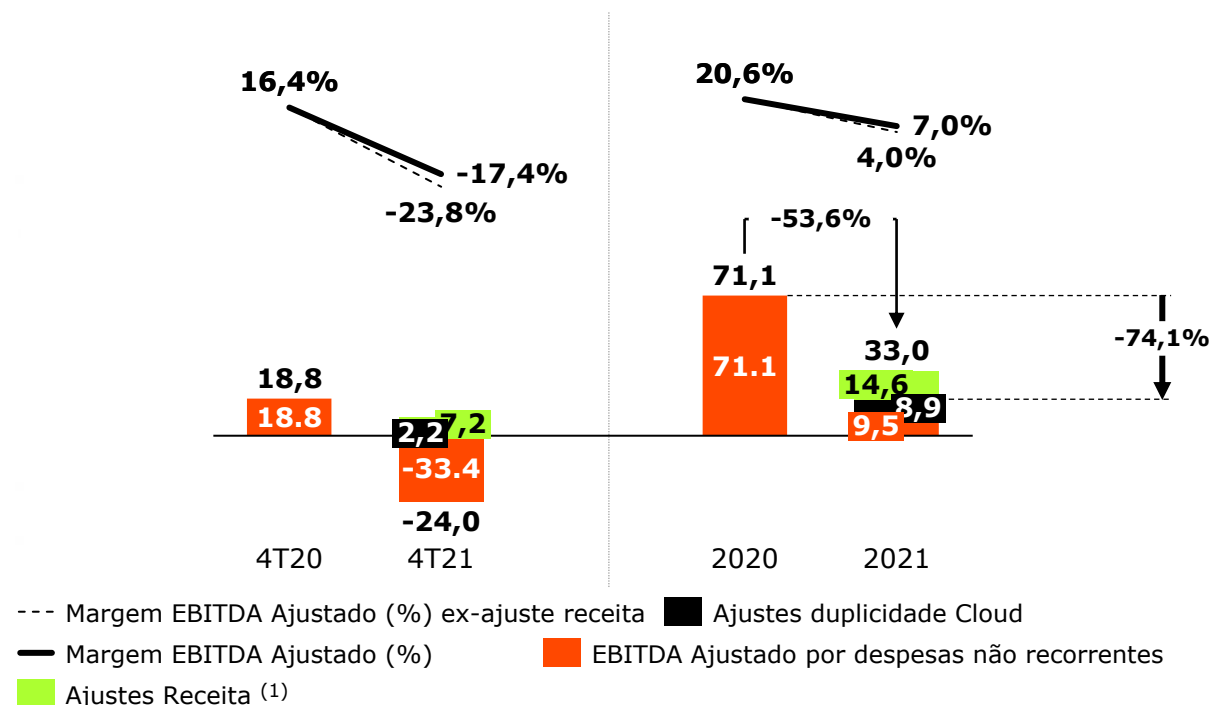
## Despesas

R\$ milhões



## EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Ajustado

R\$ milhões e %



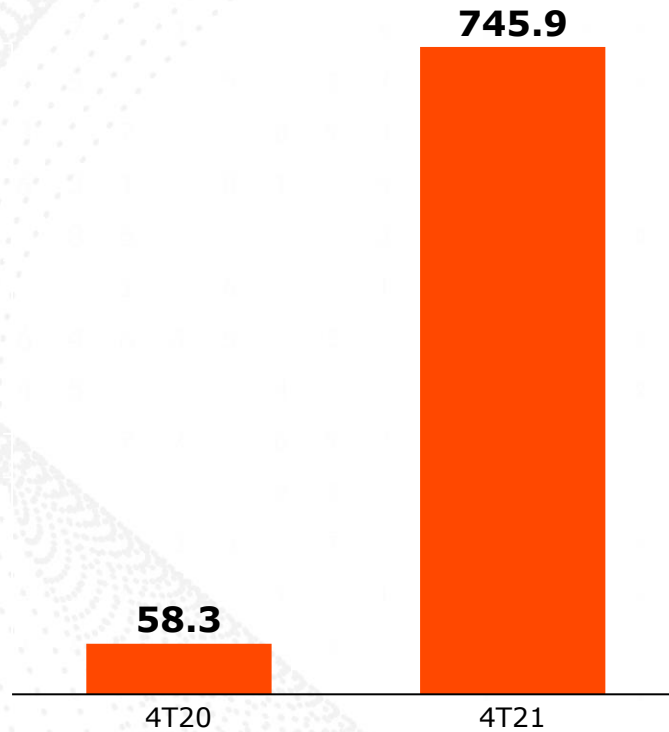
### EBITDA Ajustado de R\$33,0 mm, queda de 54% no YoY, refletindo os investimentos nos times operacional, comercial e administrativo:

- Gasto não recorrente: (i) preparação do IPO (R\$ 39,6 milhões) e (ii) Plano de incentivo de longo prazo (R\$ 47,5 milhões)
- Reforço da estrutura comercial em 71 pessoas ou 44% em 12 meses (R\$ 22,4 milhões em 2021 e R\$ 9,8 milhões no 4T21)
- Readequação administrativa - RH, Financeiro, RI, etc, para suportar IPO e crescimento do negócios (R\$ 10,4 milhões em 2021 e R\$ 4,2 milhões no 4T21)

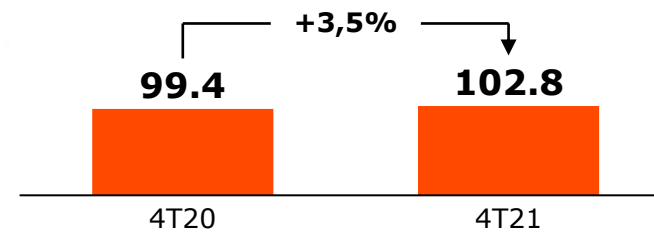
(1) Ajuste de receitas por *Chargeback* e *Success fee/Desconto*; (2) Despesas não recorrentes com IPO e ILP.

# Posição de Liquidez Financeira

**Caixa e Equivalentes de Caixa**  
R\$ milhões

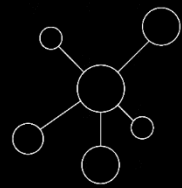


**Dívida Bruta**  
R\$ milhões



# Mensagem Final

# Q&A



PLATAFORMA  
Data Trust





# Muito obrigado!

**Relações com Investidores**

**Site:** [ri.clear.sale](http://ri.clear.sale)

**E-mail:** [ri@clear.sale](mailto:ri@clear.sale)