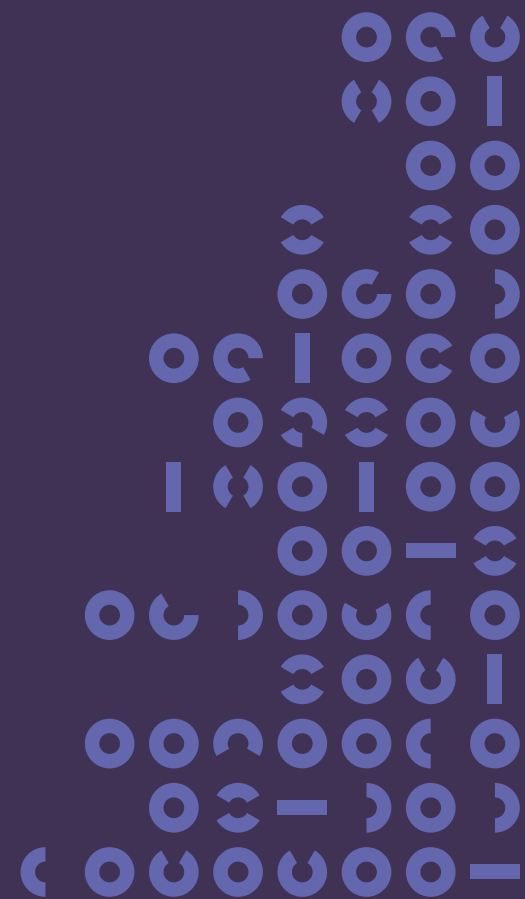


infra. commerce

Sua estratégia, nosso ecossistema.

Release de Resultados

4T21



Teleconferência 18 de março de 2022 | 13:00 (BRT) ou 12:00 (EST)
[Clique aqui](#) para acessar o webcast
ri.infracommerce.com.br | investor@infracommerce.com.br



Mensagem da Administração

Delivering More Than Expected

Em nosso escritório temos escrito na parede “Always Deliver More Than Expected”, o que reflete nossa cultura de sempre entregar além do esperado. Gostaria de agradecer à nossa equipe de Infras pelo espírito de resiliência, que possibilitou overdeliver em um ano que tinha o desafio de superar o ano recorde de 2020 onde o e-commerce como um todo foi impulsionado pela pandemia.

Tenho muito orgulho do que realizamos em 2021. Conseguimos entregar e superar as expectativas do mercado e nossas promessas no IPO, através da atração recorde de novos clientes, execução de 5 M&As transformacionais e consolidação como o líder de mercado em nosso segmento no Brasil e na América Latina.

Entregamos 2021 com um crescimento de 79% sobre 2020 em Receita Líquida, alcançando R\$423 milhões e

R\$7,1 bilhões em GMV, superando inclusive o guidance de Receita Líquida que havíamos indicado ao final do terceiro trimestre do ano passado. Com este resultado, mais que triplicamos o tamanho da Infracommerce em dois anos, internacionalizando a operação para um total de 7 países ao longo do mesmo período.

Por trás destes números, temos uma equipe apaixonada de Infras que faz esta máquina girar ao mesmo tempo em que alçamos voos ainda maiores. Eu sou apenas porta-voz de milhares de Infras que todos os dias vestem a camisa dos nossos mais de 500 clientes, com o foco em surpreender o seu consumidor final.

É muito gratificante ver a evolução de muitos profissionais que estão conosco nesta jornada e as novas adições de talentos que vieram através das

aquisições ou do mercado, que enriquecem e fortalecem o time que considero preparado para os desafios que temos pela frente nos próximos anos. Com a volta gradual ao escritório é possível sentir a energia da integração e a união da equipe em torno de um propósito claro de transformar o setor, ao democratizar a experiência excepcional ao consumidor das marcas que participam e usufruem do nosso ecossistema.

Desde a fundação da Infracommerce temos um compromisso forte com o retorno para a sociedade.

Eu geralmente falo que ESG sempre esteve no nosso DNA e isso facilitou muito a transição para um nível de exigência maior em função da relevância da companhia. Com o nosso crescimento, intensificamos as iniciativas de ESG e passamos a estruturá-las em torno de um programa robusto que será apresentado em breve.

O ano de 2022 começou desafiador macroeconomicamente, mas temos provado ter fundamentos sólidos e uma performance operacional resiliente. Estamos confiantes em continuarmos sendo impulsionados pelas macrotendências do setor de e-commerce e encarando os desafios econômicos como oportunidades (meu famoso "copo meio cheio"), pelas seguintes razões:

- Solução de desintermediação digital ajuda as empresas em momentos de crise por ganhar eficiência e margem na cadeia de suprimentos, reduzindo o custo de servir

- As marcas, nas crises, aceleram o canal de direct-to-consumer e digitalização, o que contribui para um fluxo maior nos e-commerces próprios
- A penetração do e-commerce B2B ainda é muito reduzida e deve permanecer crescendo, mesmo com um cenário de menor consumo e de mais inflação
- A América Latina possui um potencial de crescimento de curto e médio prazo ainda superior aos observados no Brasil
- O ajuste de valuations no mercado público e privado apresentam oportunidades de M&A e Parcerias Estratégicas

Em consequência, mantemos o guidance de 2022 de R\$13 bilhões de GMV e R\$950 milhões de Receita Líquida, sem contar eventuais M&As adicionais, que nos posiciona como um dos principais players de tech e de e-commerce na América Latina. A escala que alcançamos nos permite atender os clientes de forma cada vez melhor e nos abre oportunidades ainda maiores.

Por fim, ao final de 2021 relançamos nossa marca, com o fortalecimento das verticais com foco em produto e inovação, além de possibilitar a modularização que destrava um potencial de mercado ainda não atendido pela Infracommerce. O novo slogan "**Sua Estratégia, Nosso Ecossistema**" resume a forma como acreditamos que o mercado vai evoluir, onde não haverá espaço para players sem escala, valendo a máxima de que "ou você se torna um ecossistema, ou você precisará participar de um".

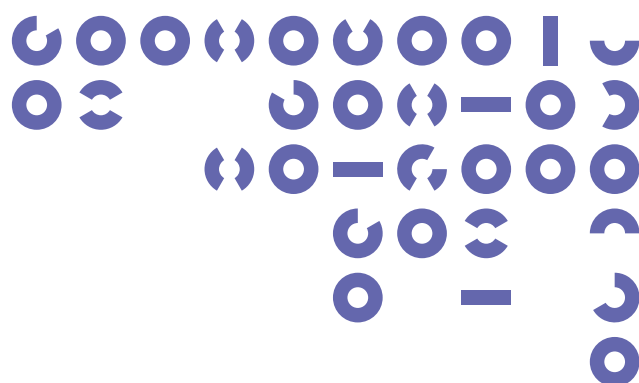
#GoInfra

#CXaaS

#AlwaysDeliverMoreThanExpected

Kai Schoppen

Founder e CEO da Infracommerce CXaaS S.A.





O poder do Ecosystema

Em 2021 realizamos a transação entre Synapcom e Infracommerce, tornando-a um dos principais líderes de mercado, em especial na categoria de *e-commerce enablement*.

Como fundador e ex-CEO da Synapcom, tem sido muito gratificante ver a integração entre as empresas.

A integração cultural e de pessoas foi praticamente automática. Mesmo trabalhando em empresas concorrentes, **sempre compartilhamos a mesma missão de mostrar ao mercado os benefícios para uma marca de fazer parte de um ecossistema digital maior e mais robusto.**

O poder de fazer parte de um ecossistema integrado em escala é visível em todos os elos do e-commerce. Além disso, a escala multibilionária nos permite investir de forma significativa em inovação tecnológica e atrair provedores de serviços complementares com custos marginais, porém com grande impacto em conversão e experiência ao consumidor.

A escala também nos permitiu organizar a companhia em

cinco verticais de produtos que têm o foco de entregar a operação de forma eficiente além de trazer um olhar de inovação, fazendo com que a Infracommerce seja referência em adoção tecnológica e não apenas em excelência operacional.

Entre os destaques da evolução do nosso ecossistema, podemos citar:

- Crescemos o número de funcionários de 1.266 no 4T20 para 3.908 no 4T21 – considerando o proforma das aquisições, crescemos em 30% a produtividade em termos de receita/FTE;
- Nenhum *churn* relevante de cliente;
- Adição de nomes de peso para nossa base de clientes, como Reckitt, Agrolgalaxy, Hermes, Seara, Lego e Empório Armani;
- Concretização da nossa agenda ESG e estruturação para publicação de relatórios em 2022;
- Integração de M&As praticamente concluída nos diversos níveis organizacionais, capturando as sinergias ao longo deste ano;

· Avanço substancial na agenda estratégica: fortalecimento do ecossistema, omnichannel, fintech e internacionalização da plataforma.

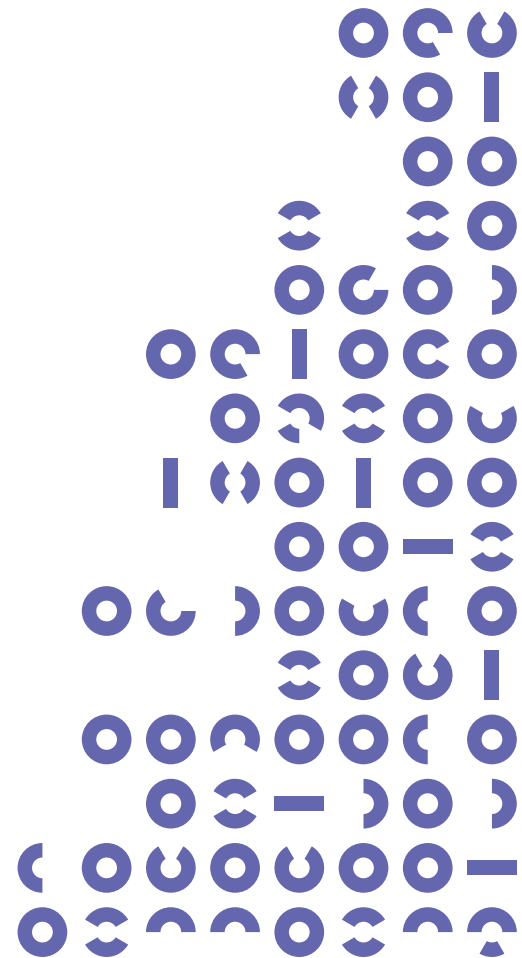
Este novo momento da Infracommerce também se dará através da expansão geográfica de seus serviços, hoje já presente em 7 países, nos consolidando como o principal ecossistema digital White label na América Latina, imprimindo nosso DNA de serviço e inovação.

Por fim, o time resultante da combinação de Infracommerce,

Pier8, Brandlive, Summa, Tatix, Synapcom e Tevec tem um potencial de transformação do mercado ao unir competências complementares e a experiência de profissionais que ajudaram a implementar a maioria dos projetos de direct-to-consumer do Brasil e da América Latina. Me sinto honrado de fazer parte do time Infracommerce cujo objetivo é perseguir no caminho da evolução e consolidação do ecossistema junto aos seus clientes.

Eduardo Fregonesi

Presidente Brasil da Infracommerce CXaaS S.A.





Customer Experience

A experiência excepcional ao consumidor faz parte do nosso DNA desde a fundação da Infracommerce. Por esta razão, gostamos de definir nosso modelo de negócio como CXaaS (Customer Experience as a Service). Entregar um nível de serviço excepcional só é possível aliando experiência, visão do todo e escala. Sem escala, por melhor que seja a gestão de um e-commerce, uma marca está sempre fadada a entregar, ano após ano, um nível de serviço e opções aos consumidores inferior aos grandes ecossistemas, em especial marketplaces, que têm os recursos necessários para inovar e usar a máquina de execução a seu favor. Com a escala que alcançamos ao longo dos últimos anos, foi possível investir em uma estrutura específica dentro da Infracommerce focada em CX e que

gera capital intelectual baseada na nossa experiência de ter operado mais de 500 e-commerces. Como exemplos de uso do nosso ecossistema em favor dos nossos clientes podemos citar a inteligência artificial baseado em milhões de transações e visitas, taxas de aprovação e conversão superiores nos meios de pagamento, tempo e qualidade de entrega, suporte tecnológico, número de canais de vendas integrados na plataforma, atualizações constantes de inovação na jornada do cliente e atendimento ao cliente especializado e automatizado. Outro exemplo de CX, cada vez mais visível ao consumidor, é o tempo ultra-rápido de entrega. Mais uma vez a Infracommerce se destaca ao prover 18 dark stores que entregam em menos de duas horas nas principais capitais

do Brasil, serviço cada vez mais contratado pelos nossos clientes. **Olhando o futuro, temos a missão de levantar a bandeira da necessidade de elevar a experiência ao consumidor para as operações direct-to-consumer de forma que seja sustentável em crescimento e rentabilidade.** Esta necessidade está cada vez mais cristalizada no mercado, conforme os mercados digitais vão amadurecendo. Nosso desafio também será propagar e entregar este mesmo propósito em todos os países que operamos, com a visão de termos um padrão de CX excepcional único a todos os clientes.

Luiz Pavão

Co-Founder, B2C e CX da Infracommerce CXaaS S.A.

Infracommerce
atinge crescimento de

155%

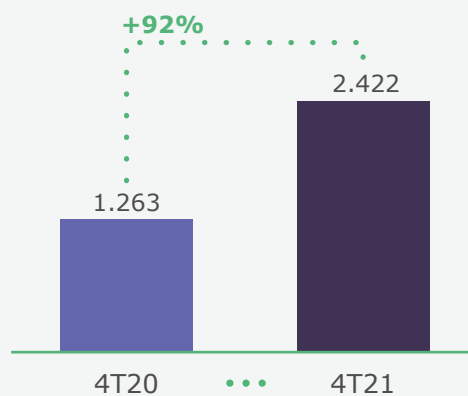
em Receita Líquida
no 4T21

Destaques Financeiros

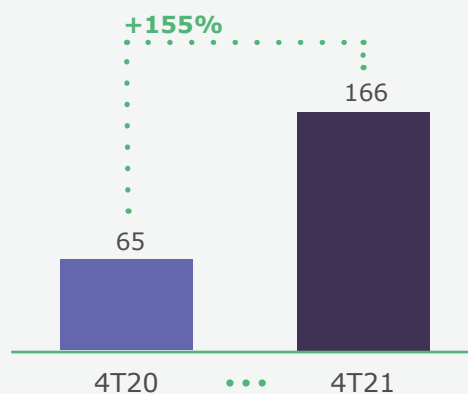
4º Trimestre de 2021

(R\$ milhões)

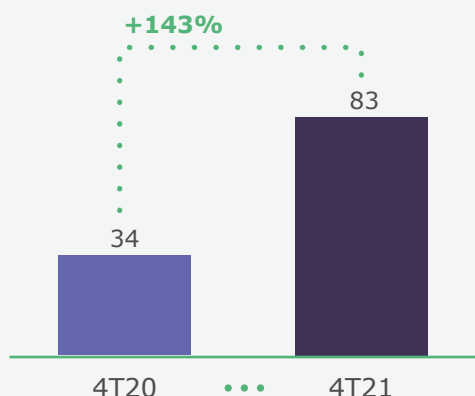
GMV



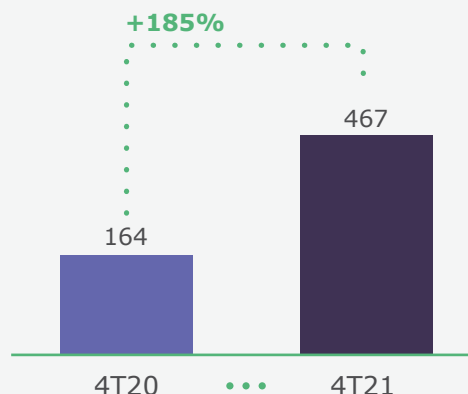
Receita Líquida



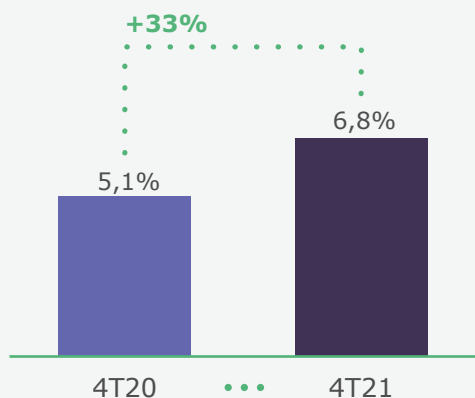
Lucro Bruto



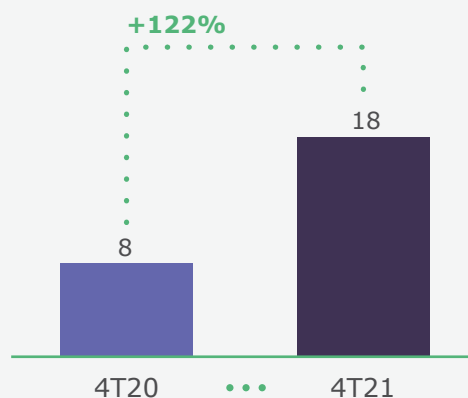
TPV



Take Rate (%)



EBITDA Ajustado



Infracommerce

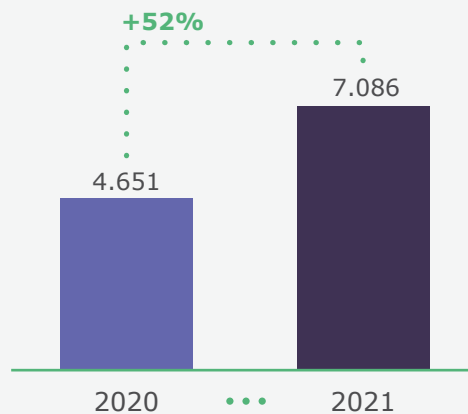
SUPERA guidance para

2021

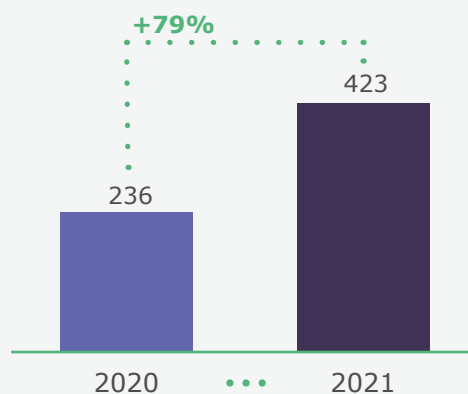
em Receita Líquida e EBITDA

Destaques Financeiros
Ano 2021
(R\$ milhões)

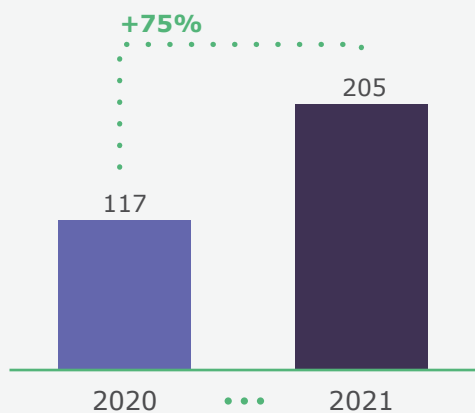
GMV



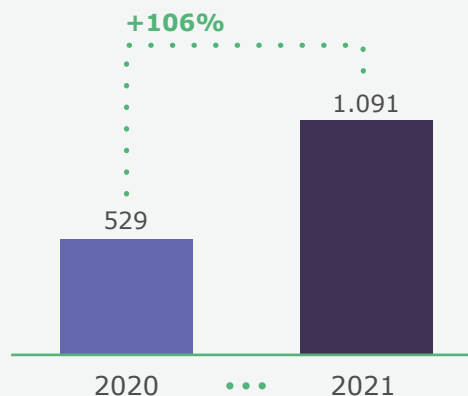
Receita Líquida



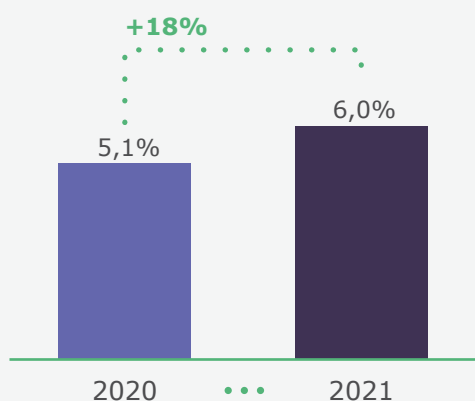
Lucro Bruto



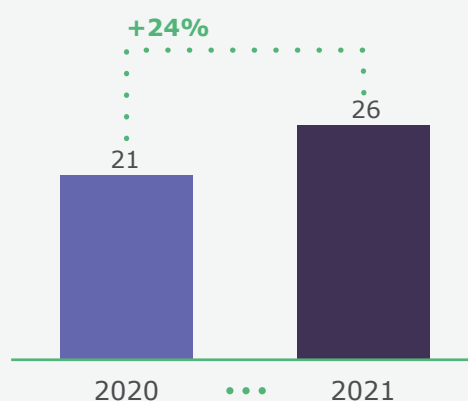
TPV



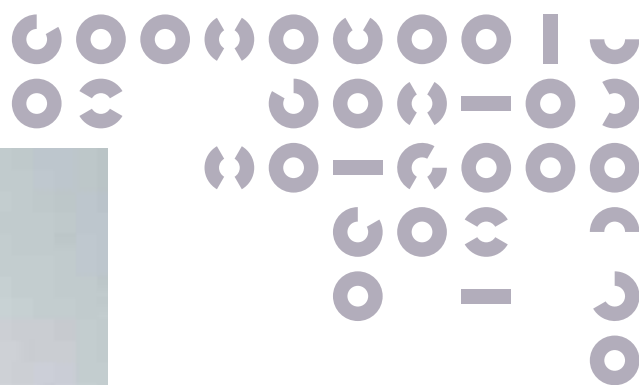
Take Rate (%)



EBITDA Ajustado



O 4T de 2021 se destacou pela consolidação de todos os M&As, especialmente após o closing da Synapcom, e o forte crescimento orgânico dos novos clientes conquistados ao longo do 2T e 3T de 2021. **O resultado foi um expressivo crescimento de 155% da Receita, que nos deixa muito bem posicionados para o ano de 2022.** Tivemos ainda um foco muito grande em buscar ganhos de eficiência operacional e redução de custo, que nos permitiu terminar o trimestre com um EBITDA de R\$ 18M, 28% acima do Guidance para o 4T21 e 17% acima do Guidance divulgado para o ano de 2021.



Raffael Quintas
CFO

Destques

4º Trimestre

- **Recorde de 520 clientes no ecossistema**, versus 201 no 4T20, refletindo a estratégia de consolidação do mercado, modularização e expansão do TAM para clientes médios
- Durante o 4T21, **registramos 40 novos contratos fechados, mais um recorde comparado ao mesmo período do ano anterior**
- Terminamos o trimestre com **3.908 #Infras**, comparado à 1.266 no 4T20
- Aumento de eficiência do faturamento provando escalabilidade do negócio* (2021 vs 2020):
R\$224 mil/FTE vs R\$170 mil/FTE
- Processamos **30 milhões de itens** neste trimestre, um crescimento de 77% versus o mesmo período do ano anterior
- **A Black Friday foi mais um sucesso em 2021**, atingindo recorde histórico de vendas com 681 mil pedidos faturados versus 343 mil em 2020
- No 4T21 tivemos 65% dos pedidos entregues em 48 horas no Brasil e 89% no estado de São Paulo
- Inovações disruptivas na fintech como implantação da opção de pagamento one-click para clientes Nubank sem necessitar de passar pelo adquirente e nova funcionalidade de CashBack
- Abertura da operação no sétimo país (Peru) com o primeiro cliente de alta escala (H&M)
- Lançamento da **Nova Marca da Infracommerce** cujo principal foco é dar maior visibilidade às verticais de negócio que a Infracommerce possui em seu ecossistema ("Sua Estratégia, Nosso Ecossistema")
- **Closing de aquisição da Synapcom**, um evento transformacional para a história da Infracommerce, consolidando nossa posição de liderança no Brasil e América Latina
- No último dia do ano foi finalizada a **aquisição da TEVEC**, empresa de inteligência artificial que complementa a tecnologia da vertical Infra.Data



A nova estratégia de modularização e branding, aliada à expansão e refinamento da máquina de vendas, nos permitiu alcançar um número recorde em 2021 em leads e conversão de novos clientes, o que assegura o crescimento dos próximos trimestres em ritmo acelerado.

Fábio Fialho
CMO



Continuamos firmes na missão de entregar uma experiência excepcional ao consumidor por meio do aumento de produtividade, maior uso da automação e tecnologia, além da abrangência e alavancagem da nossa escala, que se mostra cada vez maior, a fim de alcançar, no futuro, 60% da população em até 1 dia e 80% em até 2 dias.

Fábio Gallo
Infra.Log



A Infracommerce já nasceu como um ecossistema integrado que tem sido nosso diferencial, pois, por conhecer o todo, podemos entregar melhor as partes. O avanço tecnológico de cada **Vertical de Produto** leva em conta as relações e integrações com as demais engrenagens do ecossistema para que continuemos entregando nosso propósito de democratizar o nível de serviço excepcional a todas as marcas em sua estratégia de direct-to-consumer.

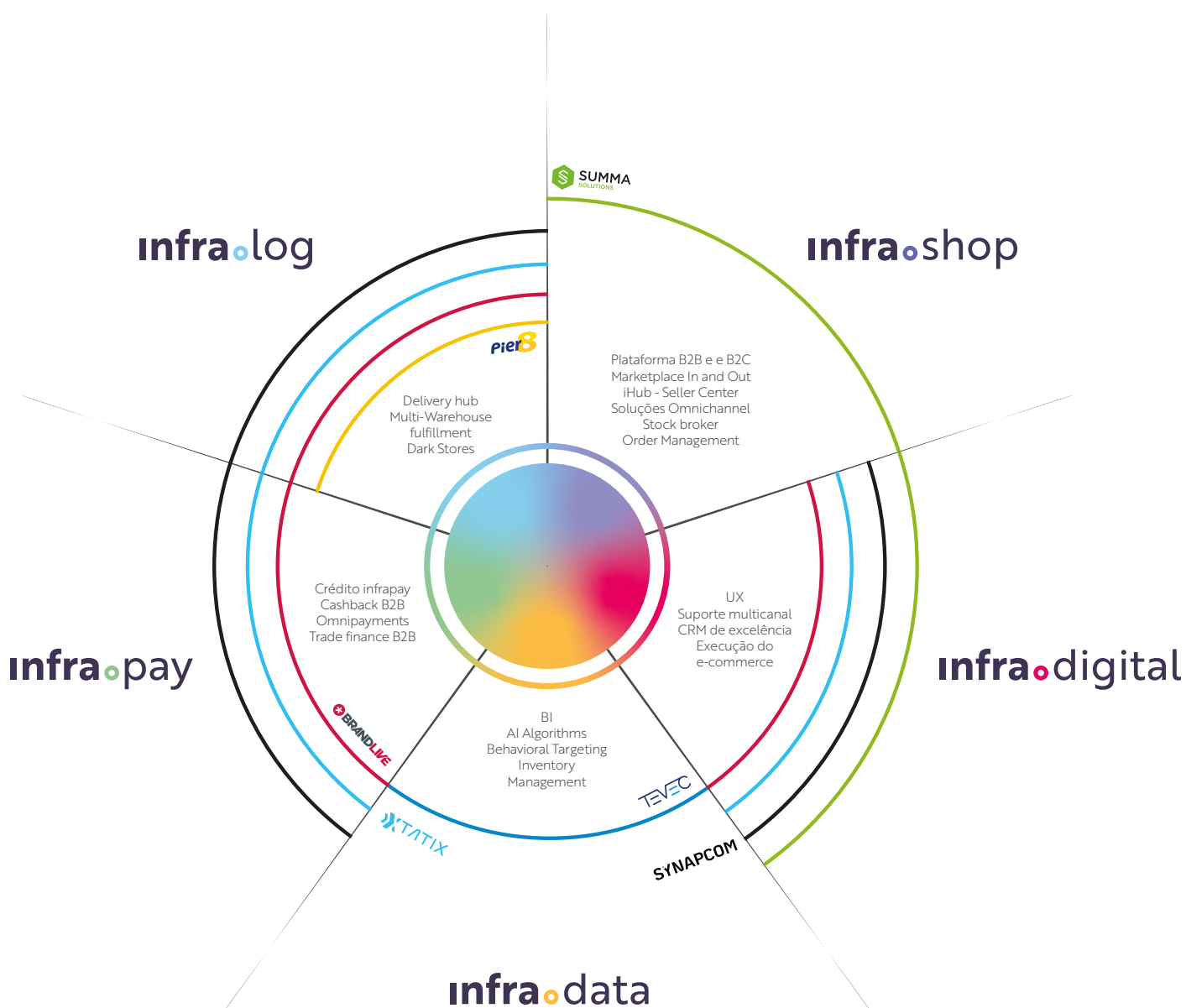
Fábio Veras
CTO

Ecosistema Infracommerce

O ano de 2021 foi marcado pela consolidação do ecossistema da Infracommerce que foi possível principalmente pelo reforço na especialização de suas verticais (anunciada em janeiro de 2022, mas que já vinha sendo estruturada desde

o 4T21) e pelas aquisições realizadas ao longo do ano, principalmente com a de Synapcom no quarto trimestre. Isso permite aos clientes, atuais ou potenciais, se beneficiarem da modularização dos serviços em alta escala. A ilustração abaixo permite visualizar as

soluções que fazem parte do nosso ecossistema, assim como o racional de como cada M&A contribui para o fortalecimento das verticais e do todo o ecossistema.





A Infra.Shop é um dos pilares do nosso ecossistema, responsável pela digitalização do Go to Market dos negócios, sejam eles B2C, B2B, Marketplace, Omnichannel, digitais ou físicos. Ela concentra todos os softwares que permitem uma integração perfeita entre os elos do ecossistema, entregando conexão near real time entre todas as plataformas de captação de vendas e sistemas de Backoffice, incluindo múltiplas possibilidades Omnichannel de processamento financeiro e físico dos pedidos.

Carol Sampaio
Infra.Shop



A Infra.Data vem para ser mais um diferencial da proposta integrada da Infracommerce ao democratizar o acesso de marcas e pequenos distribuidores e varejistas às possibilidades do mundo de inteligência artificial e uso de big data. A proposta é impulsionar a performance da digitalização de nossos clientes e contribuir para um crescimento sustentável e acelerado, mostrando, mais uma vez, a clara vantagem de um cliente participar de nosso ecossistema e usufruir do nosso crescente data lake."

Bento Ribeiro
Infra.Data



A Infra.Pay é uma vertical estratégica pois a experiência do consumidor está altamente vinculada às opções de pagamentos. As taxas de conversão e segurança podem variar significativamente por consequência de uma gestão próxima e especializada dos serviços envolvidos na aprovação do pedido. Além disso, especificamente no B2B, por ser um mercado bastante carente de soluções financeiras, desenvolvemos tecnologias que, além de melhorar a experiência do pequeno varejista, também garantem uma maior qualidade na cadeia de distribuição e na relação entre varejistas e seus fornecedores.

Fernando Marsigliese
Infra.Pay



Iniciativas ESG

Afirmamos o nosso compromisso com o crescimento sustentável, considerando nossos impactos nos âmbitos ambiental, social e econômico (ESG na sigla em inglês) e

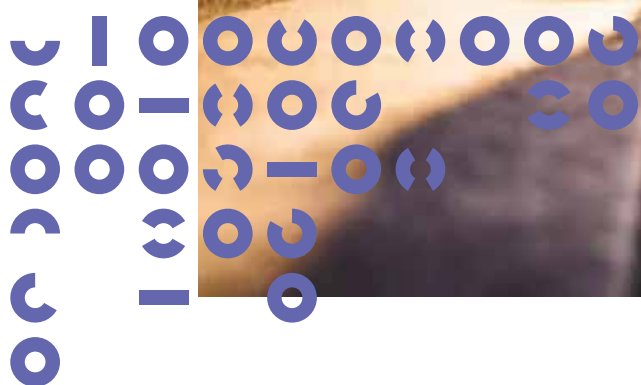
entendemos nossa capacidade de gerar e compartilhar valor para a sociedade.

Ambiental

Iniciamos a coleta de dados referentes às emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE), utilizando como base a metodologia do Programa Brasileiro GHG Protocol para poder compensar com mais assertividade no futuro. Na frente logística a Infracommerce fez investimento significativo em 18 dark

stores, que tem como objetivo fazer entregas ultrarrápidas, reduzindo drasticamente a distância de entrega. Uma consequência natural é a redução na emissão de gases poluentes uma vez que são utilizados veículos de menor emissão, podendo ser bicicletas ou motos elétricas no last mile. A

Companhia permanece continuamente estudando a implantação de outras medidas para reduzir suas emissões. Adicionalmente, lançamos um programa de redução de uso de plástico e material de embalagem, reduzindo o impacto do descarte deles no meio-ambiente



Social

A Infracommerce deu continuidade ao piloto do **Projeto Entregando na Favela, em parceria com a instituição Gerando Falcões.**

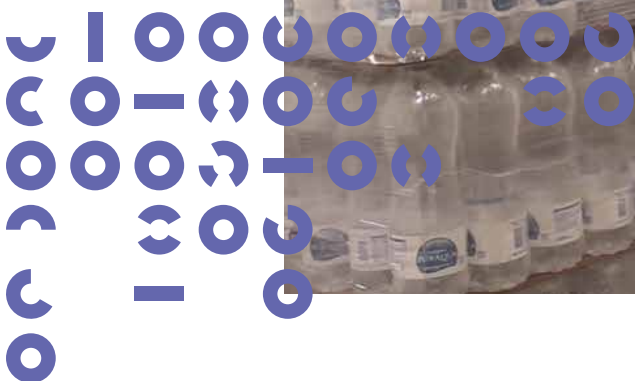
Começando pela zona norte de São Paulo – área que possui 20% do seu território classificado como restrito para entregas – o projeto visa digitalizar todo o ecossistema social da comunidade. A criação de pontos de entrega e a contratação de pessoas das comunidades para as operações já produziram impacto positivo.

Realizamos ações para o desenvolvimento das comunidades no entorno dos Centros de Distribuição (CDs), como a oferta de Primeiro Emprego a alunos do ensino

médio e representantes de minorias. Um dos projetos teve o **apoio do Instituto Ser+**, visando a capacitação técnica de jovens de minorias (negros e LGBTQIA+) em programação.

A Companhia incentiva seus colaboradores a se engajarem em ações de voluntariado, como o estímulo à doação de brinquedos no dia das crianças ou à coleta de agasalhos. **Como resposta às enchentes na Bahia em janeiro de 2022, o esforço conjunto entre colaboradores e empresa resultou na doação de 5 toneladas de alimentos e milhares de litros de água, entregues à Cruz Vermelha da Bahia.**

Na frente de representatividades, no final do 4T21 a Infracommerce contava com 45% homens e 55% mulheres, sendo que aproximadamente 46% de mulheres em posição de liderança. No Conselho de Administração temos duas das sete cadeiras de administração ocupadas por mulheres. Um reflexo dessa diversidade é a conquista nesse trimestre do selo Women on Board (WOB) cujo objetivo é reconhecer, valorizar e divulgar ambientes corporativos com a presença de pelo menos duas mulheres em conselhos de administração ou consultivo.



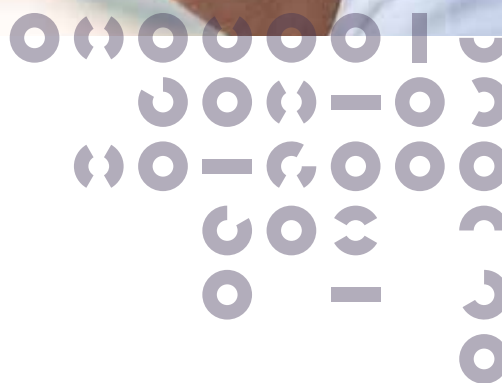
Social

Em 2020, iniciamos um trabalho de parceria com a Infracommerce durante a pandemia onde eles operaram um portal de doações para a Gerando Falcões, aportando todo seu conhecimento em gestão e tecnologia. Além disso, recebemos todo o suporte para a realização e aprimoramento do Bazar do Bem.

A parceria se estendeu para o Projeto Entrega em Favelas que busca entregar em áreas não atendidas

pelas transportadoras, com altos prazos de entrega ou só atendidas pelos Correios. A Infracommerce e a Gerando Falcões criaram um hub no Complexo Cachoeirinha que recebe pedidos dos e-commerces e utiliza entregadores locais para fazerem as entregas no last mile. Além de melhorar a experiência de compra dos consumidores das favelas, o projeto visa fortalecer a economia local e gerar empregos.

Edu Lyra
CEO e Fundador da Gerando Falcões



Governança Corporativa

A Infracommerce, como uma empresa listada no Novo Mercado, segmento de maior nível de governança corporativa da B3, conta com um Conselho de Administração presidido por um não-executivo, composto por sete membros, sendo 43% independentes, eleitos e destituíveis pela Assembleia Geral.

Desde 2020 a Companhia possui um código de conduta, que estabelece os

comportamentos que exemplifiquem seu compromisso com a ética e integridade. A empresa oferece uma plataforma digital de consulta e treinamento sobre as políticas, e conta com um canal de ética gerenciado por especialistas externos, que possibilita o anonimato daqueles que preferiram relatar uma má-prática sem se identificar. As denúncias são tratadas por comitê de

ética e conduta, no qual são apuradas as informações e recomendadas as ações disciplinares ou educativas, aprovadas em instância superior. Ainda em 2021 fomos incluídos no índice de Ações por Governança Corporativa Diferenciada da B3 em função do alto standard de governança e gestão

Pedro Jereissati



CEO
Grupo Jereissatti

Kai Schoppen



Fundador

Pedro Sirotsky



Igah Ventures
(FKA e eBricks Ventures)

Guilherme Weege



CEO
Malwee

Claudia Worms Sciamia



Managing Director
Google Canada

João Paulo Ferreira



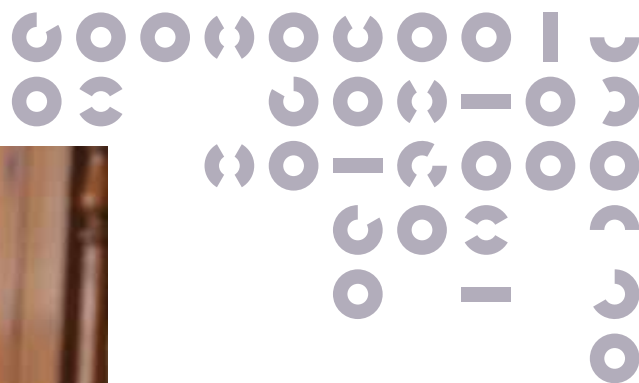
CEO Latin America
Natura&Co

Estela Vieira



Presidente do Comitê de Auditoria
Ex-sócia Sênior PwC

A agenda de ESG sempre esteve muito presente no DNA da Infra, mas **em 2021 evoluímos especialmente nas frentes Social e de Governança**. Além de estarmos alinhados aos melhores padrões de governança do Novo Mercado desde o IPO, conseguimos nos engajar em ações sociais coerentes com nosso business, como mostram os projetos impactantes descritos neste release. **A partir de 2022 teremos ainda mais foco na agenda estratégica de ESG, estabelecendo compromissos ambiciosos para o futuro, acompanhando e comunicando nossa evolução.**



Paula Traldi
RH



People

Desde Fevereiro de 2020, com a iminência da pandemia, a Infracommerce colocou em marcha o plano de contingência elaborado por seu Comitê de Crise.

A partir de 13 de março todos os colaboradores das áreas administrativas e de tecnologia foram para suas casas

equipados para o trabalho à distância, enquanto os profissionais dos CDs permaneceram operando presencialmente, com todos os cuidados possíveis.

Depois de um mês de experiência bem-sucedida de trabalho remoto, oferecemos ao nosso profissional um

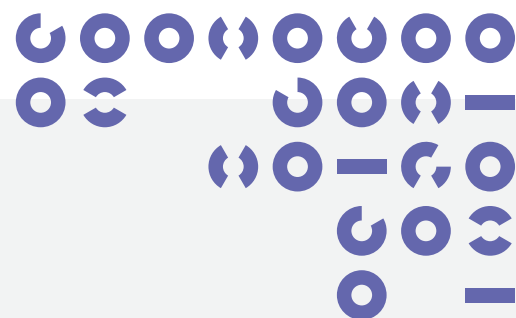
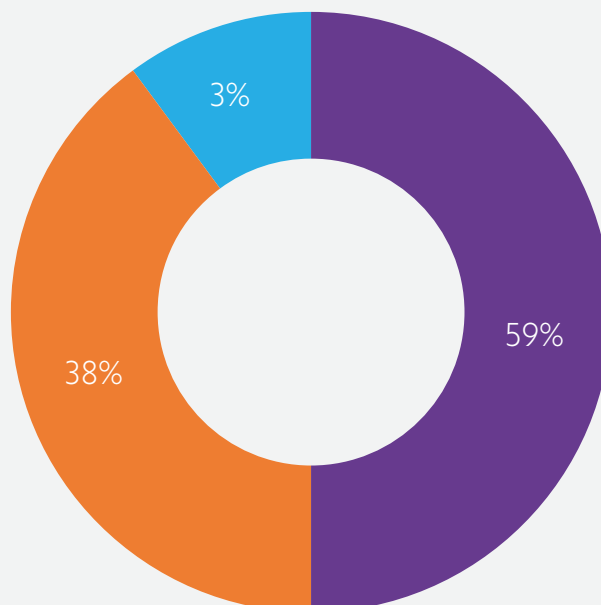
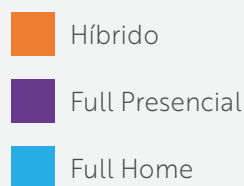
People

voucher da Tokstok para melhorar as condições de seu ambiente de trabalho, um pagamento adicional mensal para incrementar a qualidade de seus pacotes de internet e a migração de benefícios de vale refeição para vale alimentação. Para os profissionais do time de tecnologia - desenvolvedores, arquitetos, tech leads, time de BI - a preferência pelo modelo full digital office se tornou um diferencial competitivo, num mercado escasso de talentos. Muitos se mudaram para outras cidades e estados, com ganho de qualidade de vida e sem perda de produtividade. Tivemos acesso a um pool mais amplo de talentos, atualmente residentes em outras cidades. Em Agosto de 2021, quando os índices de contágio começaram a cair e o percentual de vacinados ultrapassou

50%, os líderes começaram a retornar ao escritório. Adotamos o modelo voluntário e híbrido, obedecendo a uma escala por áreas, uma vez por semana, de forma a garantir lotação máxima de 20% das estações de trabalho. Em Outubro de 2021 as equipes começaram a voltar voluntariamente, seguindo escala e obedecendo a uma série de medidas preventivas – nesse momento o escritório estava com máximo de 40% de ocupação. Desde Janeiro de 2022 as equipes completas (líderes e liderados) estão trabalhando voluntariamente em modelo de escala, com máximo de 60% da capacidade do escritório ocupada diariamente. A presença de todos juntos no escritório atual tem

beneficiado a união de culturas de Infracommerce e Synapcom. A partir da mudança para o novo escritório, estabeleceremos um modelo híbrido de pelo menos 2 dias de atividades presenciais, para que a convivência presencial maximize a integração de culturas. As equipes de CDs e Darkstores continuarão 100% presenciais, e o SAC vai alternar modelos full presencial e híbrido, conforme demanda. Acreditamos que, com essa grade de diferentes modelos, conseguiremos atrair e reter profissionais importantes para a Infra, respeitando as necessidades de suas áreas de atuação.

Modelo de Trabalho



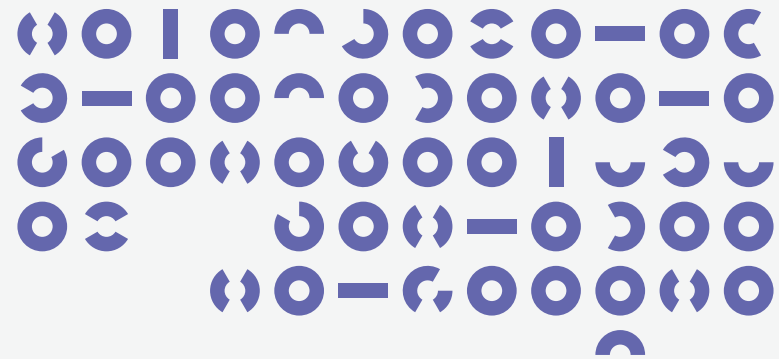


Guidance 2022

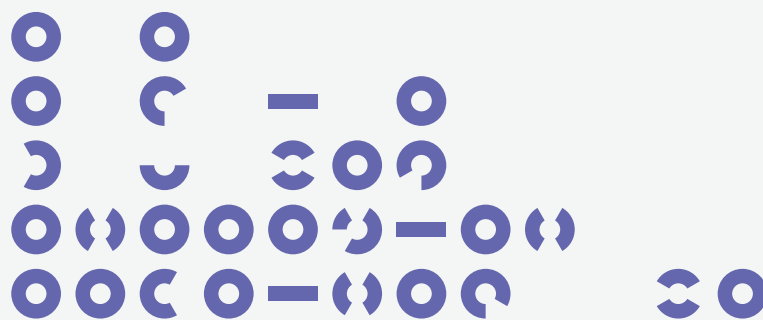
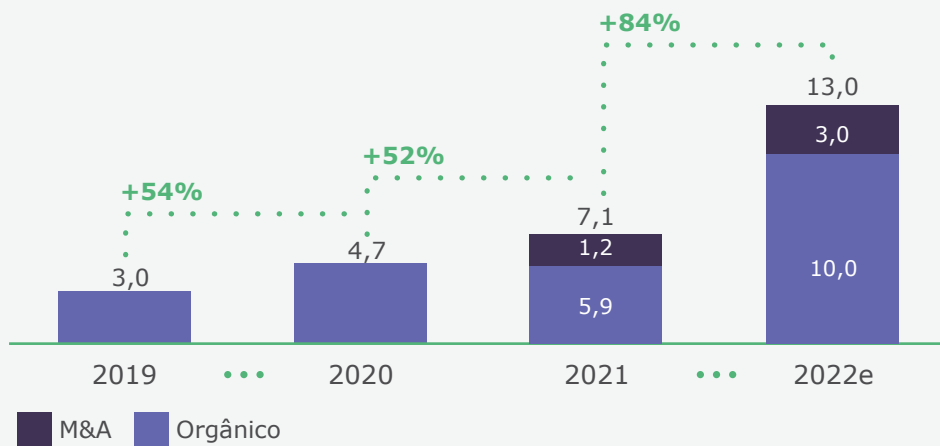
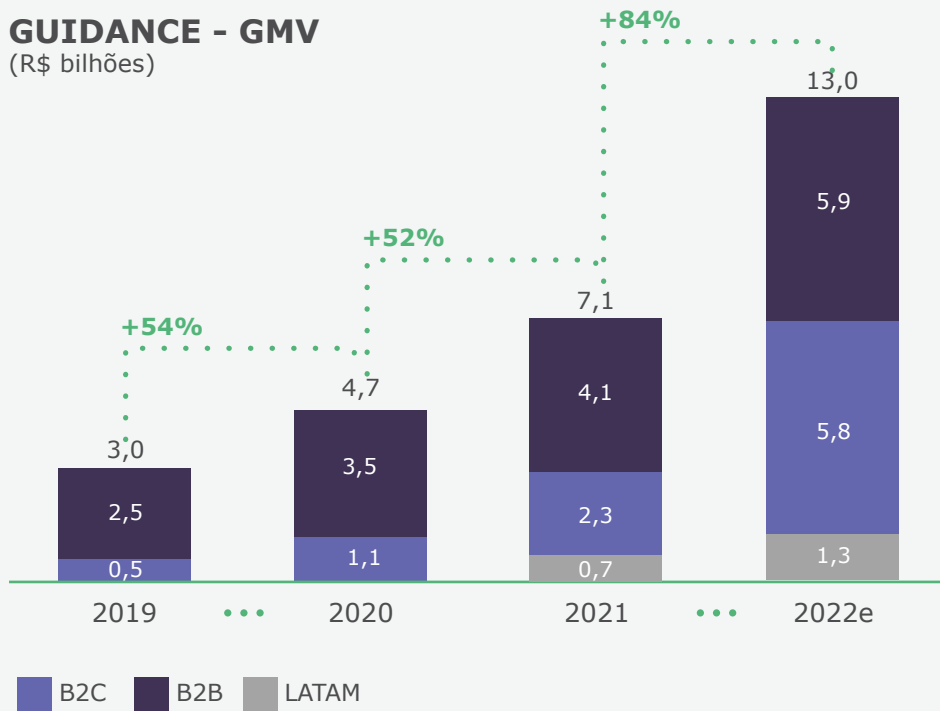
As expectativas para 2021 tanto de receita quanto de EBITDA foram superadas, conforme pode ser observado neste release. O recorde de clientes e as aquisições feitas ao longo do ano foram alavancas valiosas para que o guidance divulgado no terceiro trimestre de 2021 fosse superado. As entregas ao longo do ano de 2021, acima inclusive das expectativas apresentadas no plano proposto no IPO, trazem robustez e relevância para a InfraCommerce, que permanece buscando um nível de serviço diferenciado.

Nesse sentido, a Companhia permanece com o foco na estratégia de crescimento e mantém suas expectativas para o ano de 2022, reafirmando o guidance apresentado no 3T21, atualizando a proporção entre as unidades de negócio B2C, B2B e LATAM, além da composição de crescimento orgânico e M&A.

O ganho de EBITDA em 2022 se dará ao longo do ano, onde perceberemos uma diluição gradual do custo fixo trimestre a trimestre, em especial nas Despesas Gerais e Administrativas (G&A).

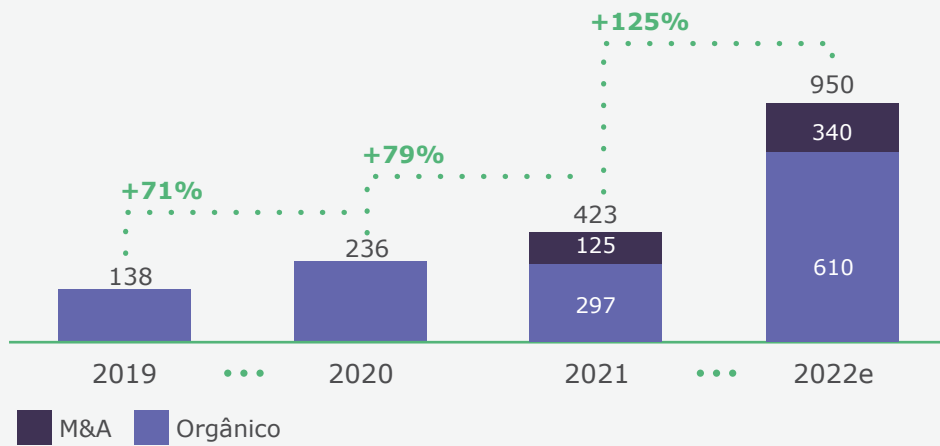
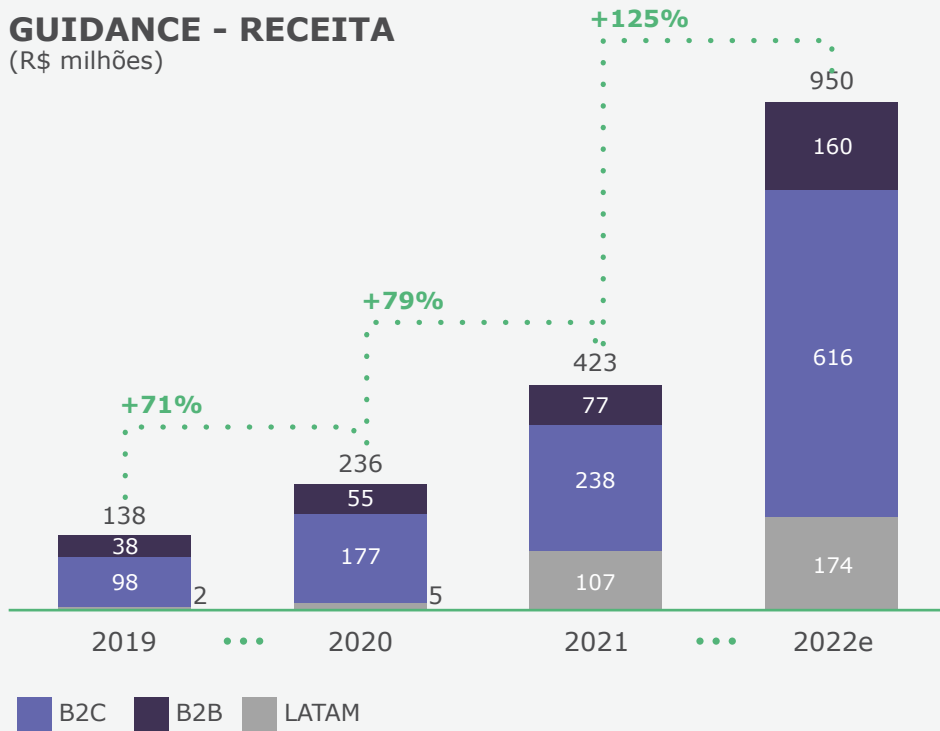


GUIDANCE - GMV (R\$ bilhões)



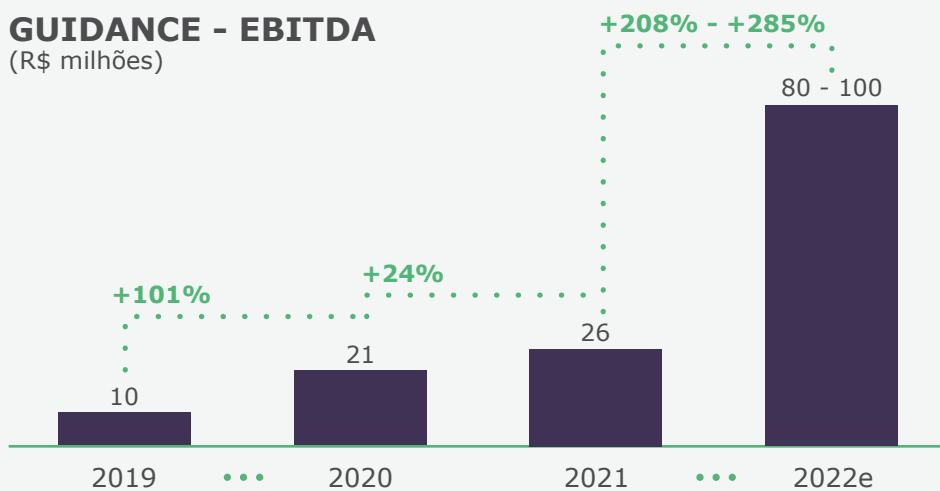
GUIDANCE - RECEITA

(R\$ milhões)



GUIDANCE - EBITDA

(R\$ milhões)



Ressaltamos que estas estimativas são preliminares e estão sujeitas a alterações devido às condições macroeconômicas gerais.



Após o pico da pandemia, vimos considerável procura por clientes que não conseguiram suportar o crescimento, bem como players desejando impulsionar o nível de serviço de seus e-commerces. O crescimento das lojas atuais, acima das taxas de mercado, reforça a vantagem competitiva que o modelo de direct-to-consumer via Infracommerce tem sobre o modelo supostamente 'in-house' com múltiplos fornecedores, em função do nível de serviço superior.

Marcel Jacob
B2C



O mercado B2B e-commerce está crescendo e cada vez mais indústrias e distribuidores de setores estão usando os canais digitais para abastecer pequenos estabelecimentos. Além da maturação dos nossos primeiros marketplaces, o ano de 2021 foi marcado pela expansão do número de clientes B2B de 12 em 2020 para 36 em 2021, além da expansão para mais de 200 distribuidores.

Guido Carelli
B2B



A Infracommerce permanece focada no crescimento via aquisições e América Latina, tendo como alicerce sua comprovada robustez e capacidade. Com a experiência de nossos profissionais, temos conseguido absorver a forte demanda do mercado a fim de seguir crescendo a taxas aceleradas uma vez que a arbitragem do nosso ecossistema é ainda mais forte junto a marcas relevantes em cada país que atuamos.

Fábio Bortolotti
Internacionalização e Crescimento / DRI

Desempenho Financeiro

As demonstrações de resultados e os dados operacionais apresentados nas tabelas a seguir devem ser lidos em conjunto com os comentários dos resultados trimestrais apresentados posteriormente. Todos os números são comparados ao mesmo período do ano anterior e foram

arredondados para o milhar mais próximo, contudo podem apresentar divergências quando comparado às demonstrações financeiras em virtude das casas decimais.

Demonstrações de Resultados (R\$ milhões)	4T21	4T20	% Δ	2021	2020	% Δ
Receita líquida	165,5	64,9	155,2%	422,6	235,9	79,1%
Custo dos serviços prestados	(82,7)	(30,8)	168,8%	(217,6)	(118,5)	83,5%
Lucro bruto	82,8	34,1	142,9%	205,0	117,4	74,6%
Margem bruta	50,0%	52,5%	-2,5 p.p.	48,5%	49,8%	-1,2 p.p.
Despesas comerciais e administrativas	(90,1)	(34,3)	162,9%	(249,0)	(116,9)	112,9%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(3,6)	3,2	-213,0%	15,1	4,7	221,9%
Lucro antes das despesas financeiras líquidas e resultado de equivalência patrimonial	(10,9)	3,0	-468,1%	(28,9)	5,1	-663,3%
Despesas financeiras	(17,8)	2,6	-791,3%	(39,7)	(12,4)	221,2%
Receitas financeiras	5,1	(1,0)	-602,0%	30,7	0,0	161278,9%
Resultado financeiro líquido	(12,6)	1,5	-916,8%	(9,1)	(12,4)	-26,5%
Equivalência patrimonial	0,4	0,4	-16,2%	0,6	0,7	-16,6%
Lucro (Prejuízo) antes dos impostos	(23,2)	4,9	-568,8%	(37,4)	(6,5)	472,4%
Imposto corrente	(1,3)	--	n.a.	(1,7)	--	n.a.
Lucro (Prejuízo) do exercício	(24,5)	4,9	-594,6%	(39,1)	(6,5)	497,9%
Margem Líquida	-14,8%	7,6%	-22,4 p.p.	-9,2%	-2,8%	-6,5 p.p.

Destaques operacionais	4T21	4T20	% Δ	2021	2020	% Δ
GMV (R\$ milhões)	2.422,0	1.262,7	91,8%	7.085,6	4.651,0	52,3%
TPV (R\$ milhões)	467,4	163,9	185,2%	1.090,7	528,5	106,4%
Take Rate	6,8%	5,1%	33,3%	6,0%	5,1%	17,6%
Total de clientes	520	201	158,7%	520	201	158,7%
Funcionários equivalentes em tempo integral	3.908	1.266	208,7%	3.908	1.266	208,7%
Unidades de produtos entregues (milhões)	29,7	16,8	77,0%	86,6	50,5	71,7%

Receita líquida

No 4T21, a Infracommerce reportou uma receita líquida de R\$165,5 milhões, um crescimento de 155,2% em relação à receita líquida de R\$64,9 milhões registrada no 4T20. Esse

desempenho está relacionado com: (i) o crescimento na quantidade de clientes, que passou de 201 no 4T20 para 520 no 4T21; (ii) o aumento na quantidade de transações

em nosso ecossistema, o que resultou em um crescimento de 91,8% do GMV ano contra ano; e (iii) o crescimento de 33,3% no take rate médio da Companhia, resultado da estratégia de cross-sell e dos recentes M&As. O crescimento anual composto (CAGR) da Receita Líquida entre o 4T19 e o 4T21 foi de 103%.

Em 2021, a receita líquida totalizou em R\$422,6 milhões, comparado com R\$235,9 milhões no mesmo período do ano passado, o que representa um crescimento de 79,1% relacionado principalmente com o aumento na quantidade de clientes, com o crescimento de 52,3% no GMV e o aumento de 17,6% no take rate médio, este último saindo de 5,1% no ano de 2020 para 6,0% em 2021.

O crescimento orgânico de receita no 4T21 sobre o 4T20 foi de 29,4% em função principalmente do aumento de volume dos clientes existentes e cross-sell de novos serviços.

O desempenho da receita no trimestre não incorpora o potencial total de receita adicional que virá com os recentes M&As, além da entrada de 40 novos clientes em nosso ecossistema, resultado do investimento em marketing e vendas realizado pela Infracommerce. Como resultado da nossa estratégia de modularização da oferta, registramos no trimestre um churn de apenas 3% em número de clientes, equivalente a menos de 1% da receita da Companhia em 2021.

Composição do Crescimento por BU Total Ano

(i) As nossas soluções para B2C apresentaram um crescimento na receita líquida de 35% ano contra ano, em função do crescimento dos novos clientes e incorporação das empresas adquiridas, ainda não totalmente capturadas no 4Q21.

(ii) As soluções de B2B registraram um aumento ajustado de 41% no período em receita líquida, em função da maturação dos clientes atuais e novos clientes com go-live ao longo do ano.

(iii) Os demais países da América Latina apresentaram crescimento exponencial (2.123% em Receita) muito em

função da consolidação dos resultados de Brandlive e Summa a partir de fevereiro de 2021 e agosto de 2021, respectivamente.

Neste trimestre, os dois maiores clientes da Companhia representaram, em conjunto, 30% de nossa receita líquida, uma redução de 8 pontos percentuais comparado com 38% no mesmo período do ano anterior, dando sequência a nossa estratégia de diversificação da base de clientes. No total do ano, a concentração dos dois maiores clientes representou 23%, comparado a 34% no ano de 2020.

Custos e despesas operacionais

Custos e despesas (R\$ milhões)	4T21	4T20	% Δ	2021	2020	% Δ
Custo dos serviços prestados	(82,7)	(30,8)	168,8%	(217,6)	(118,5)	83,5%
Despesas comerciais e administrativas	(90,1)	(34,3)	162,9%	(249,0)	(116,9)	112,9%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(3,6)	3,2	-213,0%	15,1	4,7	221,9%
Custos e despesas totais	(176,4)	(61,9)	185,1%	(451,5)	(230,8)	95,6%

Os custos e despesas operacionais registraram aumento de 185,1% no 4T21 em relação ao 4T20 devido, principalmente, aos seguintes pontos abaixo:

- Os custos dos serviços prestados totalizaram R\$82,7 milhões no 4T21 e R\$30,8 milhões no 4T20, um aumento de 168,8% no período, principalmente em razão do aumento do número de itens entregues. Como porcentagem da receita líquida, os custos dos serviços prestados representaram 50,0% no 4T21 e 47,5% no 4T20, um aumento devido principalmente a variação na composição do mix de canais, já que, com a aquisição da Synapcom, o B2C passou a ficar mais relevante como % da Receita.

Conseguimos compensar parcialmente esse efeito, com a redução no valor do frete unitário mesmo com o crescimento do preço do combustível no período, como reflexo das sinergias com os recentes M&As e das renegociações realizadas já incorporando o novo patamar de volume da Companhia.

- No ano, os custos de serviços prestados somaram R\$ 217,6 milhões em 2021 comparado a R\$118,5 milhões em 2020, principalmente devido ao aumento orgânico do número de pedidos e o volume total das aquisições. Estes custos representaram 51,5% sobre a receita líquida em 2021 e 50,2% em 2020.

Desta forma, o lucro bruto da Infracommerce foi de R\$82,8 milhões no 4T21, comparado com R\$34,1 milhões no 4T20, um aumento de 142,9% no período. No trimestre registramos uma diminuição na margem bruta em relação ao 4T20, refletindo os efeitos mencionados acima.

O lucro bruto total de 2021 foi de R\$205,0 milhões, um aumento de 74,6% em relação ao valor de R\$ 117,4 milhões registrados no ano anterior.

- As despesas comerciais e administrativas totalizaram R\$90,1 milhões, 162,9% maior que o registrado no 4T20, em função do aumento da estrutura comercial e das funções administrativas incorporadas ao longo do ano. Tivemos ainda o equivalente a R\$ 11,7 milhões de despesas não recorrentes relacionadas principalmente aos M&As realizados. Expurgando esse efeito as despesas comerciais e administrativas teriam crescido 128,8% quando comparado ao mesmo período do ano anterior

- No ano, as despesas comerciais e administrativas cresceram de R\$116,9 milhões em 2020 para R\$249,0 milhões, relacionado principalmente com (i) o reforço dos times comerciais e administrativos em função do aumento de clientes e volume de vendas; (ii) as despesas pré-operacionais com a fintech e soluções omnichannel; e (iii) a preparação da Companhia para a nova onda de crescimento após o IPO e novos ciclos de investimento.

EBITDA

EBITDA (R\$ milhões)	4T21	4T20	% Δ	2021	2020	% Δ
Lucro (Prejuízo) do exercício	(24,5)	4,9	-594,6%	(39,1)	(6,5)	497,9%
Depreciação	16,6	4,6	256,3%	45,3	14,3	216,0%
Resultados financeiros líquidos	12,6	(1,5)	n.a.	9,1	12,4	-26,5%
Imposto corrente	1,3	--	n.a.	1,7	--	n.a.
EBITDA	6,0	8,0	-25,7%	17,0	20,2	-15,8%
Margem EBITDA	3,6%	12,4%	-8,8 p.p.	4,0%	8,5%	-4,5 p.p.
Eventos não-recorrentes	11,7	(0,1)	n.a.	8,7	0,5	1503,0%
EBITDA Ajustado	17,7	8,0	122,0%	25,7	20,7	24,2%
Margem EBITDA ajustada	10,7%	12,3%	-1,6 p.p.	6,1%	8,8%	-2,7 p.p.

O EBITDA consiste no lucro líquido adicionado pela despesa de imposto de renda e contribuição social corrente e diferido, pelo resultado financeiro líquido e pelas despesas com depreciação e amortização. O EBITDA Ajustado, representa uma medição não contábil que corresponde ao EBITDA deduzido da despesa não-recorrentes como as relacionadas com fusões e aquisições, despesas com programas de incentivo de longo prazo, e despesas extraordinárias relacionadas com o IPO. No 4T21, a Infracommerce apresentou um EBITDA Ajustado de R\$17,7 milhões, que significa uma margem EBITDA de 10,7% comparado a 12,3% no 4T20. As razões para queda de margem são a expansão das áreas corporativas realizada no final de 2020 para suportar o plano de crescimento da Companhia após o IPO, e as despesas pré-operacionais

com a fintech, soluções omnichannel, e redução da margem bruta.

No ano de 2021 o EBITDA Ajustado foi de R\$ 25,7 milhões, com uma margem de 6,1%, sendo que em 2020 o EBITDA foi de R\$ 20,7 milhões e a margem de 8,8%. Os investimentos em crescimento de estrutura, em especial comercial e administrativa, alinhadas às necessidades futuras, foram os principais responsáveis pela queda na margem EBITDA.

Contribuiu ainda para essa variação as despesas não-recorrentes de R\$11,7 milhões realizadas no 4T21 com (i) despesas com M&As, em especial da Synapcom e (ii) programa de incentivo de longo prazo. No ano, as despesas não-recorrentes tiveram o impacto adicional das despesas com o IPO.

O prejuízo líquido de R\$ 24,5 milhões no 4T21 considera R\$18,3 milhões de efeitos não recorrentes relacionados, principalmente, aos M&As realizados. Desconsiderando esse valor, o prejuízo líquido do 4T21 seria de R\$ 6,2 milhões.

Resultado financeiro

Resultado financeiro líquido (R\$ milhões)	4T21	4T20	% Δ	2021	2020	% Δ
Despesa financeira	(17,8)	2,6	-791,3%	(39,7)	(12,4)	221,2%
Receita financeira	5,1	-1,0	n.a.	30,7	0,0	161278,9%
Resultado financeiro líquido	(12,6)	1,5	-916,8%	(9,1)	(12,4)	-26,5%

O resultado financeiro do 4T21 foi composto por uma despesa financeira de R\$17,8 milhões, relacionada principalmente ao impacto da emissão da debênture em novembro, variação cambial, atualização monetária das parcelas futuras dos M&As e alta da taxa de juros; e uma receita financeira de R\$5,1 milhões, devido ao ganho de aplicação financeira dos recursos captados com o IPO.

No ano de 2021 a despesa financeira foi de R\$ 39,7 milhões, devido principalmente à variação cambial, atualização das parcelas futuras dos M&As, juros recorrentes e sobre quitação de empréstimo. A receita financeira foi de R\$30,7 milhões, principalmente pelos ganhos de aplicações financeiras.

Liquidez e dívida líquida

Liquidez (R\$ milhões)	31/12/2021	31/12/2020	% Δ
Caixa	210,0	67,3	212,3%
Empréstimos e financiamentos	(268,2)	(71,9)	272,9%
Dívida líquida	(58,1)	(4,7)	1147,9%

Em 31 de dezembro de 2021, a Infracommerce registrou um caixa de R\$210 milhões, comparado com um caixa de R\$67,3 milhões em 31 de dezembro de 2020, mesmo após o desembolso de R\$558 milhões da aquisição da Synapcom. Ao final do 4T21, a Infracommerce apresentou dívida líquida

de R\$58,1 milhões comparado a R\$ 4,7 milhões em 31 de dezembro de 2020, já refletindo a entrada dos recursos da debênture, cujo desembolso aconteceu em 11 de novembro de 2021.

Capex

No 4T21, o capex total da Companhia foi de R\$21,2 milhões, um aumento de 66,5% em relação ao 4T20, devido principalmente ao investimento em nossa plataforma

omnichannel de R\$8,1 milhões e investimento em infraestrutura de R\$13,1 milhões, relacionados à abertura dos novos CDs e dark stores.

Capex (R\$ milhões)	4T21	4T20	% Δ	2021	2020	% Δ
Tecnologia	8,1	9,6	-15,6%	44,4	30,8	44,2%
Infraestrutura	13,1	3,2	315,3%	32,3	11,7	176,4%
Capex total	21,2	12,7	66,5%	76,6	42,4	80,6%



Relacionamento com auditores independentes

Em conformidade da instrução CVM n. 381/03 informamos que a Companhia consultou os auditores independentes KPMG 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 auditar os seus próprios serviços, e tampouco de terem participado de qualquer função de gerência da Companhia. A KPMG Auditores Independentes estava contratada para execução de serviços de auditoria do exercício corrente e de revisão das informações trimestrais do mesmo exercício.

Conferência de resultados

Sexta-feira, 18 de março de 2021

13h00 (horário de Brasília)

12h00 (EST)

[Webcast](#)

Sobre a Infracommerce

A Infracommerce é um ecossistema digital white label que atua no conceito de Customer Experience as a Service (CXaaS). A Companhia oferece soluções digitais desde plataforma e dados até logística e pagamentos que simplificam as operações digitais de empresas de qualquer tipo de negócio, desde mercado de luxo a grandes varejistas e indústrias. Com presença no Brasil, México, Colômbia, Peru, Chile e

Argentina, e cerca de 4.000 funcionários, a Companhia foi premiada como a Melhor Empresa de Soluções Digitais, pela Associação Brasileira de Comércio Eletrônico. Para mais informações, visite ri.infracommerce.com.br.

Contatos

Relações com Investidores

Tel: +55 11 3848-1313 ou +55 11 94009-7825

investor@infracommerce.com.br

Relações com a Imprensa

Tel: +55 11 98244-4516

infracommerce@fsb.com.br



Balanço Patrimonial

(R\$ milhões)	31/12/2021	31/12/2020	% Δ
Ativo			
Circulante			
Caixa e equivalentes de caixa	120,9	67,3	79,8%
Investimentos Financeiros	89,1	--	n.a.
Contas a receber	382,8	99,8	283,6%
Adiantamentos de fornecedores	88,2	38,2	130,6%
Impostos a recuperar	85,3	13,1	551,6%
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	0,6	5,8	-88,7%
Despesas pagas antecipadamente	2,0	0,8	161,4%
Outros ativos financeiros	1,5	--	n.a.
Outras contas a receber	112,4	6,6	1602,9%
Total do ativo circulante	882,8	231,5	281,3%
Não circulante			
Impostos a recuperar	46,1	26,5	73,9%
Depósitos judiciais	66,8	0,1	95298,6%
Outras contas a receber	69,8	--	n.a.
Investimentos	0,7	7,9	-91,2%
Imobilizado	57,7	22,0	162,8%
Intangível	1.546,6	106,0	1358,9%
Direito de Uso	91,0	26,9	238,2%
Total do ativo não circulante	1.878,7	189,4	891,9%
Total do ativo	2.761,5	420,9	556,1%
Passivo			
Circulante			
Fornecedores	397,0	161,2	146,3%
Risco sacado	51,9	--	n.a.
Adiantamento de clientes	12,2	0,8	1346,5%
Salários, encargos e provisão para férias	41,3	16,6	148,8%
Impostos a pagar	37,7	8,1	366,8%
Empréstimos e financiamentos	13,1	30,3	-56,7%
Debenture	2,3	--	n.a.
Passivo de arrendamento	28,7	7,9	265,1%
Mútuo a pagar para partes relacionadas	--	8,5	n.a.
Contas a pagar pela combinação de negócios	300,8	6,0	4913,9%
Outras contas a pagar	1,6	0,1	2822,1%
Total do passivo circulante	886,6	239,4	270,4%
Não circulante			
Empréstimos e financiamentos	5,3	41,6	-87,3%
Debenture	247,5	--	n.a.
Passivo de arredamento	67,8	23,9	155,4%
Contas a pagar pela combinação de negócio	10,6	23,0	-53,7%
Outras contas a pagar	45,0	26,6	68,9%
Provisões para contingências	79,8	7,4	982,0%
Impostos diferidos	3,6	--	n.a.
Instrumentos financeiros	68,3	--	n.a.
Impostos a pagar	60,9	--	n.a.
Total do passivo não circulante	588,9	122,5	380,7%
Total do patrimônio líquido	1.286,0	59,0	2078,6%
Total do passivo e do patrimônio líquido	2.761,6	420,9	556,1%

Demonstração do fluxo de caixa

(R\$ milhões)	4T21	4T20	% Δ	2021	2020	% Δ
Fluxo de caixa das atividades operacionais						
(Prejuízo) lucro do exercício	(24,5)	4,9	-694,6%	(39,1)	(6,5)	n.a.
Ajustes não-caixa:						
Depreciação de imobilizado	4,8	0,9	446,6%	7,8	2,5	214,5%
Amortização de intangível	4,5	2,4	87,7%	16,5	5,4	209,0%
Depreciação do direito de uso	7,2	1,8	440,9%	20,9	6,5	222,3%
Juros sobre arrendamentos	2,1	0,8	172,8%	5,8	3,3	75,1%
Rendimento de Aplicações financeiras	(6,1)	--	n.a.	(6,1)	--	n.a.
Resultado de equivalência patrimonial, líquido de impostos	(0,4)	(0,4)	-16,2%	(0,6)	(0,7)	-16,6%
(Reversões) provisões para contingências	4,0	(1,6)	n.a.	3,3	(1,2)	n.a.
Encargos financeiros de empréstimos	5,4	0,2	2215,4%	11,2	1,0	1010,7%
Encargos financeiros de debêntures	3,1	--	n.a.	3,1	--	n.a.
Atualização monetária nas aquisições de controladas	0,9	--	n.a.	0,9	--	n.a.
Ajuste valor presente nas aquisições de controladas	--	--	n.a.	0,5	--	n.a.
Remuneração pós-combinação	0,6	--	n.a.	7,5	--	n.a.
Transações de pagamentos baseados em ações, liquidável em ações	0,3	--	n.a.	1,8	--	n.a.
provisão para perda esperada	1,5	--	n.a.	1,5	--	n.a.
Variação cambial não realizada	2,4	0,3	697,7%	1,4	0,3	351,7%
Bonus subscrição Synacom	2,0	--	n.a.	2,0	--	n.a.
Resultado na remensuração de investimento	--	--	n.a.	(18,6)	--	n.a.
Realização do diferido	(0,6)	--	n.a.	--	--	n.a.
Baixa imobilizado	0,1	--	n.a.	0,4	--	n.a.
Varição nos ativos e passivos operacionais	7,3	8,9	-17,5%	20,0	10,5	90,4%
Contas a receber	89,0	3,3	2388,0%	48,4	(9,2)	n.a.
Adiantamentos de fornecedores	44,3	18,3	142,5%	47,4	(1,0)	n.a.
Imposto de renda e contribuição social e outros impostos a recuperar	(14,0)	(9,8)	n.a.	(33,8)	(23,1)	46,5%
Outras contas a receber	28,8	(2,7)	n.a.	33,0	(4,9)	n.a.
Despesas pagas antecipadamente	0,9	(0,1)	n.a.	(1,2)	(0,1)	2092,9%
Depósitos judiciais	(14,2)	0,0	-355100,0%	(21,8)	0,1	-19298,2%
Fornecedores	(173,7)	(12,7)	n.a.	(260,2)	44,1	-690,0%
Risco vacado a pagar	24,2	--	n.a.	51,9	--	n.a.
Adiantamento de clientes	1,1	0,8	27,2%	(0,0)	(3,7)	-98,7%
Salários, encargos e provisão para férias	9,7	(3,3)	n.a.	24,7	6,4	288,8%
Impostos a pagar	7,9	1,6	381,8%	18,7	(0,1)	n.a.
Outras contas a pagar	1,9	8,3	-76,7%	(0,8)	23,4	-103,4%
Pagamento / baixa de contingências	(0,2)	1,0	-116,3%	(0,6)	--	n.a.
Juros pagos sobre arrendamentos	(2,0)	(0,8)	n.a.	(5,8)	(3,3)	75,1%
Juros pagos sobre debêntures	--	--	n.a.	--	--	n.a.
Juros pagos sobre empréstimos	0,4	(0,4)	n.a.	(6,2)	(1,0)	n.a.
Fluxo de caixa usado nas atividades operacionais	5,0	12,5	-60,3%	(86,4)	38,1	-326,7%
Fluxo de caixa de atividades de investimento						
Aquisição de imobilizado	(13,1)	(3,2)	n.a.	(32,3)	(11,7)	n.a.
Aquisição de intangível	(8,1)	(9,5)	-15,2%	(44,4)	(30,8)	n.a.
Investimento em aplicações financeiras	(411,8)	--	n.a.	(426,3)	--	n.a.
(Resgate) em aplicações financeiras	343,3	--	n.a.	343,3	--	n.a.
Mútuo concedido a parte relacionada	4,1	--	n.a.	(2,6)	--	n.a.
Caixa adquirido em combinação de negócio	29,1	--	n.a.	25,0	--	n.a.
Aquisição de participação em controlada	(567,0)	(29,1)	2353,1%	(658,0)	(23,1)	n.a.
Fluxo de caixa usado nas atividades de investimento	(623,5)	(35,9)	1638,4%	(795,2)	(65,6)	n.a.
Fluxo de caixa de atividades de financiamento						
Aumento de capital	--	(1,7)	n.a.	15,1	25,1	-99,6%
Aumento de capital - oferta pública	--	--	n.a.	902,4	--	n.a.
Aumento de capital - ações exercidas SOP	5,8	--	n.a.	5,8	--	n.a.
Custo de emissão - IPO	(0,5)	--	n.a.	(47,7)	--	n.a.
Custo de emissão - debêntures	(3,3)	--	n.a.	(3,3)	--	n.a.
Captação de empréstimos e financiamentos	--	54,9	n.a.	31,0	80,0	-61,3%
Emissão de debêntures	280,0	--	n.a.	250,0	--	n.a.
Pagamento de principal de empréstimos	(18,4)	(0,6)	3023,9%	(114,0)	(26,0)	n.a.
Aquisição de participação em controlada - parcelas diferidas pagas	(85,2)	--	n.a.	(85,2)	--	n.a.
Captação de mútuo com partes relacionadas	--	1,0	n.a.	--	5,1	n.a.
Pagamento de mútuo com partes relacionadas	--	(1,4)	n.a.	--	(1,4)	n.a.
Pagamento de principal de arrendamentos	(5,5)	(0,9)	n.a.	(18,9)	(3,4)	n.a.
Fluxo de caixa líquido proveniente das atividades de financiamento	142,9	51,4	178,1%	93,3	79,4	1077,9%
Aumento líquido (redução) em caixa e equivalentes de caixa	(475,6)	28,0	-1798,0%	53,7	51,9	3,3%
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	596,5	39,2	1420,1%	67,3	15,3	339,3%
Caixa e equivalentes de caixa no fim do período	120,9	67,3	79,8%	120,9	67,3	79,8%
Aumento líquido (redução) em caixa e equivalentes de caixa	(475,6)	28,0	-1798,1%	53,7	51,9	3,4%

Glossário

ARR (Annual Recurring Revenue): Receita Anual Recorrente

B2B (Business-to-business): Comércio estabelecido entre empresas.

B2C (Business-to-customer): Comércio efetuado diretamente entre a empresa produtora, vendedora ou prestadora de serviços e o consumidor final.

CAPEX: Montante investido na aquisição (ou introdução de melhorias) de bens de capital.

Customer Experience as a Service (CXaaS): Valorização da experiência do consumidor em todos os canais de relacionamento de nossos clientes.

DTC (Direct-to-customer): Termo utilizado para caracterizar a relação direta comercial entre a empresa produtora, vendedora ou prestadora de serviços e o consumidor final.

GMV (Gross Merchandise Volume): Volume bruto de transação das mercadorias em nosso ecossistema.

FTE (Full Time Equivalent): Número de funcionários ajustado pelo tempo integral de trabalho.

Guide Shops: Lojas físicas, com mostruário, mas sem estoque, nas quais o cliente pode fazer as suas compras de forma online, experimentar os produtos e recebê-los em casa.

EBITDA: Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização.

TAM (Total Addressable Market): Valor de receita potencial do mercado todo, no segmento de atuação da Companhia.

TPV (Total Payment Volume): Volume transacionado pelos meios de pagamento.

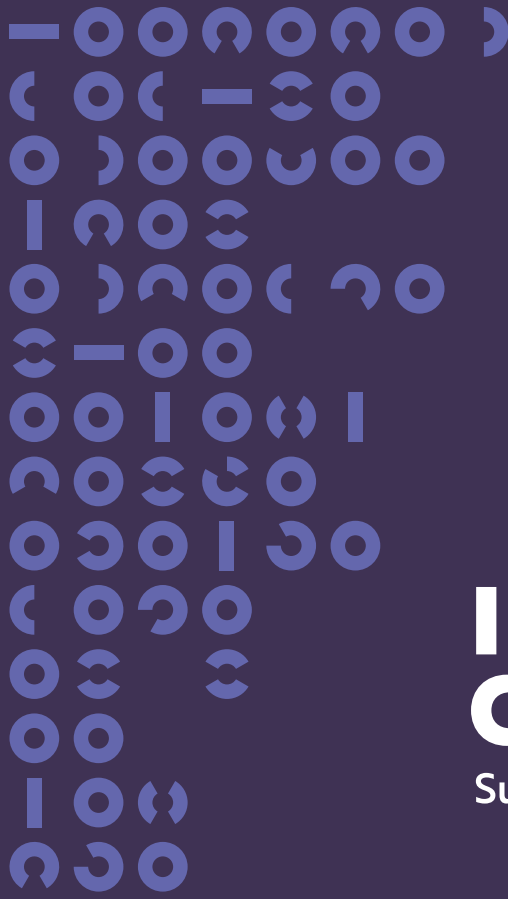
Este documento pode conter certas declarações e informações relacionadas à Infracommerce CXAAS S.A., isoladamente ou em conjunto com as demais sociedades do seu grupo econômico ("Companhia"), que refletem as visões atuais e/ou expectativas, estimativas ou projeções da Companhia e de sua administração com respeito a sua performance, seus negócios e eventos futuros. Declarações prospectivas incluem, sem limitação, qualquer declaração

que possua previsão, indicação ou estimativas e projeções sobre resultados futuros, performance ou objetivos, bem como palavras como "acreditamos", "antecipamos", "esperamos", "estimamos" e "projetamos", entre outras palavras com significado semelhante. Embora a Companhia e sua administração acreditem que tais declarações prospectivas são baseadas em premissas razoáveis, elas estão sujeitas a riscos, incertezas e eventos

futuros e são emitidas à luz de informações que estão atualmente disponíveis na data em que emitidas. Tais declarações prospectivas se referem apenas à data em que foram emitidas, e a Companhia não se responsabiliza por atualizá-las ou revisá-las publicamente após a distribuição deste documento, por qualquer razão ou motivo, inclusive em virtude de novas informações ou eventos futuros. Diversos fatores, incluindo os riscos e incertezas supramencionados, podem fazer com que as circunstâncias e eventos prospectivos discutidos neste documento não ocorram, e, em consequência, os resultados futuros da Companhia podem diferir significativamente daqueles expressos ou sugeridos nessas declarações prospectivas. Declarações prospectivas envolvem riscos e incertezas e não são garantias de eventos futuros. Portanto, os investidores não devem tomar nenhuma decisão de investimento com base nas declarações prospectivas eventualmente aqui contidas. O mercado e as informações de posição competitiva, incluindo eventuais projeções de mercado citadas ao longo deste documento, foram obtidas por meio de

pesquisas internas, pesquisas de mercado, informações de domínio público e publicações empresariais. Apesar de não termos razão para acreditar que qualquer destas informações ou relatórios sejam imprecisos em qualquer aspecto relevante, tais informações não foram verificadas de forma independente. A Companhia não se responsabiliza pela veracidade de tais informações.

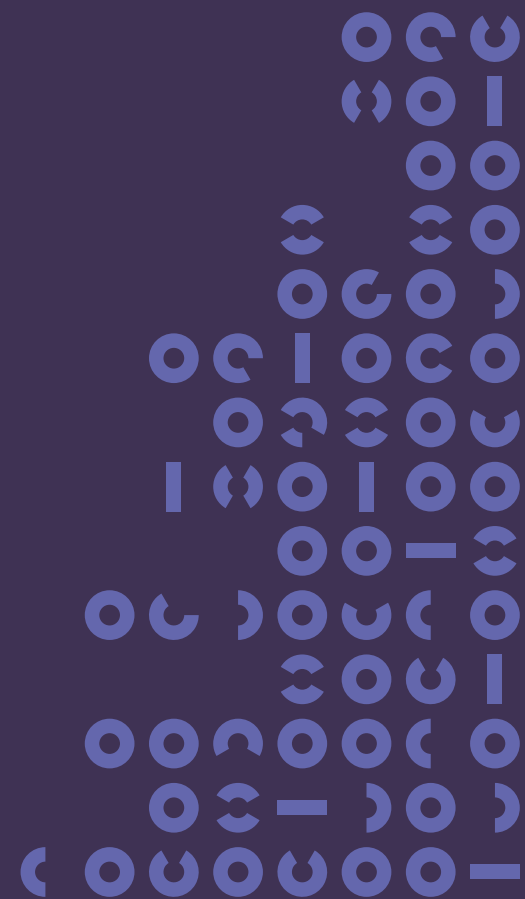
Certas porcentagens e outros valores incluídos neste documento foram arredondados para facilitar a sua apresentação. As escalas dos gráficos dos resultados podem figurar em proporções diferentes, para otimizar a demonstração. Dessa forma, os números e os gráficos apresentados podem não representar a soma aritmética e a escala adequada dos números que os precedem, e podem diferir daqueles apresentados nas demonstrações financeiras. As informações trimestrais foram preparadas de acordo com as Normas Internacionais de Relatórios Financeiros (IFRS) emitidas pelo International Accounting Standards Board (IASB), e de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil (BR GAAP).



infra^o commerce

Sua estratégia, nosso ecossistema.

Obrigado!



Teleconferência 18 de março de 2022 | 13:00 (BRT) ou 12:00 (EST)
[Clique aqui](#) para acessar o webcast
ri.infracommerce.com.br | investor@infracommerce.com.br