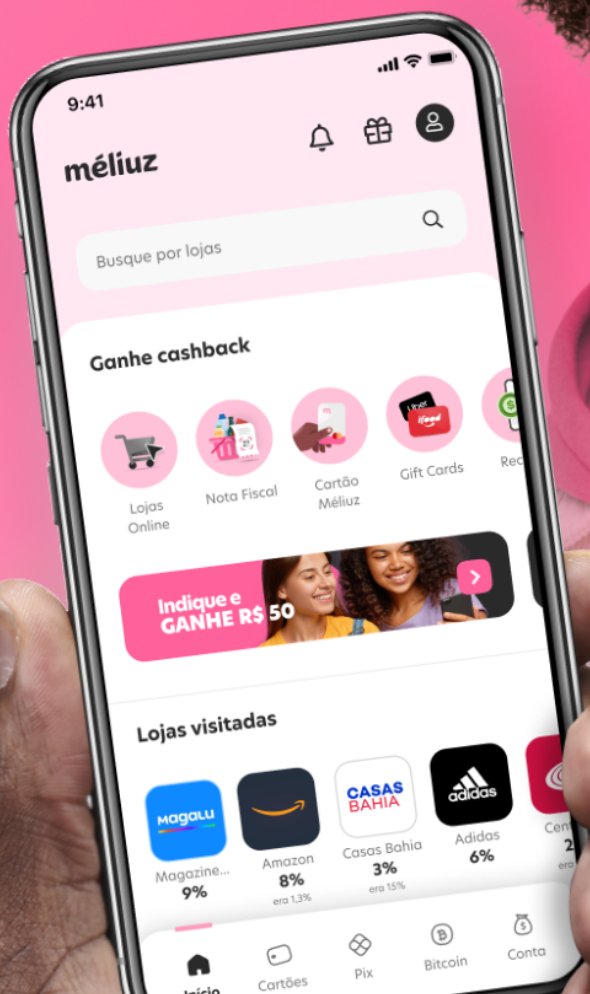


méliuz

Resultados 4T22



Conteúdo

Destaques financeiros e operacionais	3
Mensagem do CEO	4
Desempenho operacional	6
Desempenho financeiro	13
Demonstração de resultado Bankly	21
Demonstrações financeiras	22
Contatos	27

Webcast de resultado

15 de março de 2023 às 11h (Horário de Brasília)
com tradução simultânea para o inglês*

Link do Webcast: [Clique aqui](#)
Código de Acesso: Meliuz

*Selecione o idioma de sua preferência clicando no botão "Interpretação" que estará localizado na parte inferior da tela Zoom

Destques financeiros e operacionais

	4T22	4T21	(Var. %)	3T22	(Var. %)	2022
Desempenho Financeiro						
Receita Líquida (R\$ milhões)	101,2	98,5	3%	97,8	3%	368,1
Shopping Brasil (Méliuz)	60,8	76,9	-21%	60,0	1%	249,2
Shopping international (Picodi)	6,8	9,3	-27%	5,9	16%	25,0
Serviços financeiros (Méliuz)	7,1	5,6	27%	4,7	51%	19,9
Bankly	19,8	-	-	20,8	-5%	48,0
Outras Companhias	6,7	6,7	-	6,4	5%	26,0
EBITDA consolidado ex-Bankly	-2,3	-51,7	96%	-24,7	91%	-90,1
EBITDA consolidado	-18,4	-51,7	64%	-40,3	54%	-127,8
Lucro/Prejuízo consolidado ex-Bankly	2,8	-29,7	109%	-21,8	113%	-39,5
Lucro/Prejuízo consolidado	-5,4	-29,7	82%	-18,0	70%	-58,1
Caixa & equiv. caixa (Controladora)¹	418,7	489,3	-14%	419,7	-	418,7
Caixa & equiv. caixa (Consolidado)¹	460,8	571,0	-19%	486,6	-5%	460,8
Desempenho operacional						
Net take rate (Méliuz)	2,6%	0,4%	2,2 p.p	2,4%	0,2 p.p	2,3%
Take rate (Méliuz)	6,9%	7,4%	-0,5 p.p	6,4%	0,5 p.p	6,5%
GMV (R\$ milhões)	1.561,2	1.773,4	-12%	1.286,2	21%	5.545,7
Shopping Brasil (Méliuz)	1.394,2	1.683,0	-17%	1.191,6	17%	5.136,4
Shopping Brasil (Promobit)	77,3	79,8	-3%	44,1	75%	210,7
Picodi operação de cashback ²	89,7	10,6	749%	50,5	78%	198,5
Contas totais (# milhões)	28,2	22,5	25%	27,0	4%	28,2
Shopping Brasil (Méliuz)	26,9	22,4	20%	26,2	3%	26,9
Picodi operação de cashback ²	1,3	0,1	1245%	0,8	59%	1,3
Contas digitais abertas acumul.³ (# milhão)	1,9	-	-	1,8	8%	1,9
Cartões de créd. Méliuz acumul. (# mil)	43,9	-	-	23,5	87%	43,9
TPV (R\$ milhões)	694,7	946,5	-27%	731,7	-5%	2.992,0
Cartão de crédito Méliuz	119,8	-	-	57,1	110%	183,8
Cartão co-branded	574,9	946,5	-39%	674,6	-15%	2.808,3

¹ Inclui caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras. No caso do Consolidado, exclui o saldo de clientes do Bankly.

² Inclui apenas as informações sobre a operação de cashback do Picodi, não considera informações sobre a operação legado (cupom de desconto). Para mais detalhes, acesse o capítulo "Shopping Internacional";

³ Contas digitais que foram abertas desde o lançamento da conta digital Méliuz.

Mensagem do CEO

Em 2022, avançamos muito em eficiência operacional e concluímos algumas etapas importantes para a consolidação definitiva da aliança estratégica com o banco BV.

Na última semana, assinamos o acordo comercial que nos permite a ser remunerados por conta e cartões de crédito, o que, no modelo anterior, representava um custo inicial alto: manutenção de uma conta digital gratuita, confecção do plástico do cartão físico e do kit de entrega, logística de distribuição e, no médio/longo prazo, corríamos ainda o risco de crédito inerente à operação. Com o acordo, o BV absorve também uma série de outros custos que passamos a ter no último ano, como o serviço de *call center* de atendimento ao cliente.

Também indicamos que o banco BV irá adquirir 100% do Bankly e que estamos muito próximos de anunciar a venda.

O ano de 2022 foi bastante desafiador. No primeiro semestre, nos deparamos com uma mudança abrupta do cenário macroeconômico. O aumento da inflação e, conseqüentemente, da taxa de juros impactou severamente os setores de tecnologia e varejo, fazendo com que fosse necessário fazer mudanças na nossa estratégia, mesmo contando com um caixa robusto.

Não demoramos a agir e, ainda no primeiro semestre do ano, alteramos nossos KPI's e nossas metas com objetivo de trazer maior rentabilidade e melhores margens a todas linhas de negócios da Companhia.

Com esse foco, conseguimos entregar resultados muito importantes no ano, como o aumento de 78% do *net take rate* do Shopping Brasil no período, aliado a um crescimento de 14% do GMV, contra a redução de 4% no faturamento médio do e-commerce brasileiro no mesmo período⁴. Conquistamos esse resultado positivo mesmo reduzindo em aproximadamente 61% as nossas despesas em marketing no ano⁵. Na visão trimestral, os avanços ficam ainda mais evidentes. Conseguimos melhorar o EBITDA da Companhia (ex-Bankly) em 96% em comparação ao mesmo trimestre do ano anterior. **Excluindo o Bankly, revertemos o prejuízo da Companhia e conseguimos reportar um lucro líquido de R\$ 2,8 milhões no 4T22.** Considerando o Méliuz (controladora), reduzimos nosso caixa

⁴ Fonte: Neotrust.

⁵ Valores referentes a Controladora.

em apenas R\$ 1 milhão em relação ao 3T22. Esses números mostram que estamos no caminho certo para tornar a empresa geradora de caixa no curto prazo.

Olhando em retrospectiva, agradeço ao nosso time pelas discussões que tivemos e me orgulho das decisões tomadas de forma tempestiva que nos ajudaram a chegar na posição que estamos hoje.

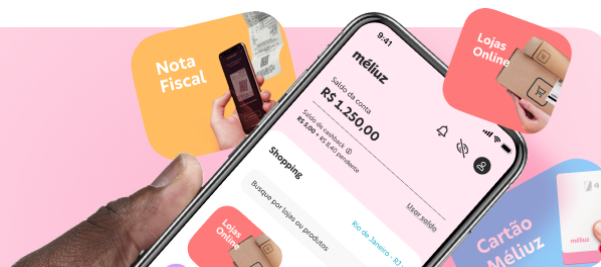
E seguimos muito animados com o Shopping. O Méliuz Ads está cada dia maior, reforçando a importância do Méliuz como canal de vendas para as lojas parceiras. O Méliuz Nota Fiscal, segmento até então relativamente pequeno em termos financeiros, começou a desbloquear novas linhas de receita com as indústrias. E no nosso core business, seguimos crescendo, retendo e mantendo nossas safras saudáveis, aumentando o valor gerado para nossos parceiros.

E o banco BV veio para somar...

Consolidar a venda do Bankly e transferir a estrutura de custo dos serviços financeiros para o BV vai acelerar o nosso processo de atingir o *break-even* da Companhia. Além disso, vamos voltar a crescer no segmento de serviços financeiros, depois de diminuirmos a velocidade por conta da deterioração do cenário macro e dos eventuais riscos de crédito que correríamos ao escalar a operação. Estamos próximos de voltar a ser uma empresa geradora de caixa, assim como em 2020, ano em que fizemos o nosso IPO, e que continuará crescendo de forma sustentável, gerando cada vez mais valor aos acionistas.

Entramos muito animados no ano de 2023, quando teremos a oportunidade de voltar a focar naquilo que fazemos de melhor e que nos trouxe até aqui - nossa capacidade de gerar valor para mais de 27 milhões de usuários cadastrados, com o apoio de mais de 14.000 lojas parceiras e com o BV, nosso novo parceiro em serviços financeiros.

Desempenho Operacional



Shopping Brasil

Net take rate e GMV

Diante de um cenário macroeconômico mais desafiador, com aumento na taxa de juros e, conseqüentemente, com impactos negativos nos setores de tecnologia e varejo, revisitamos nossa estratégia ao longo de 2022 de forma a continuar crescendo de forma mais eficiente, com margens mais saudáveis em todas as linhas de negócio.

No caso do Shopping Brasil, o aumento do net take rate é o principal caminho na busca de maior eficiência e, conseqüentemente, da geração de margens mais positivas.

No 4T22, já conseguimos observar os resultados positivos dessa estratégia, com um net take rate de 2,6%, **o maior valor registrado na história do Méliuz**, representando um forte crescimento de 2,2 p.p. em relação ao 4T21, quando atingimos 0,4%, e 0,2 p.p. acima do 3T22, quando atingimos 2,4%.

+2,2 p.p. yoy
2,6%
net take rate 4T22

-0,5 p.p. yoy
6,9%
take rate 4T22

Mesmo ajustando a estratégia de forma a não visar apenas o GMV mas também a maior rentabilidade do negócio, conseguimos registrar um sólido take rate de 6,9% no 4T22, sendo apenas 0,5 p.p. menor do que o 4T21. Diferente do 4T22 onde nossa estratégia foi priorizar a rentabilidade dos produtos, a estratégia adotada no 4T21 procurava atrair novos compradores, quando negociamos melhores comissões com nossos parceiros visando maximizar os valores de cashbacks oferecidos aos nossos usuários.

Em relação ao 3T22, apresentamos um aumento de 0,5 p.p. no take rate, quando atingimos 6,4%, evidenciando que mesmo num cenário externo mais desafiador para os

varejistas o Méliuz se mantém posicionado como um importante canal na geração de vendas.

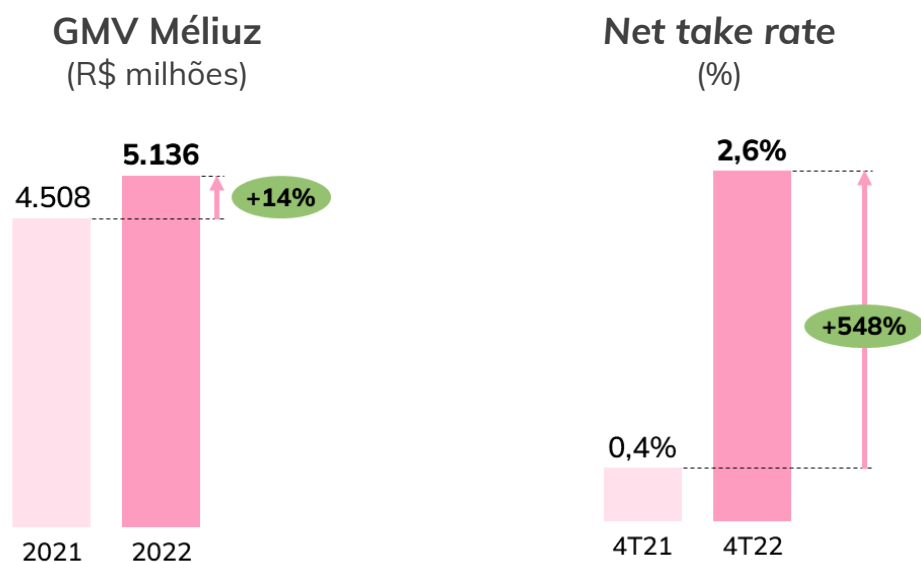
Já na visão anual, finalizamos 2022 atingindo um net take rate de 2,3%, um importante crescimento de 1,0 p.p. em relação a 2021, quando atingimos 1,3%. Em termos de take rate, atingimos o percentual de 6,5%, em linha com o registrado em 2021.

+1,0 p.p. yoy
2,3%
net take rate 2022

+0,1 p.p. yoy
6,5%
take rate 2022

Com o foco na otimização de margens, evidenciado pelo forte crescimento do net take rate no período, atingimos um GMV de R\$ 1.394 milhões no 4T22 no Méliuz, 17% menor comparado ao mesmo período do ano anterior, mas 17% superior ao 3T22. Conseguimos apresentar um sólido GMV no 4T22 mesmo com um cenário macroeconômico mais desafiador, devido à desaceleração do e-commerce e do nosso foco em otimizar o aumento de margens - priorizando o net take rate em detrimento ao GMV.

Considerando os resultados da Promobit, no valor de R\$ 77 milhões, alcançamos no Shopping Brasil um GMV de R\$ 1.472 milhões no 4T22, contra R\$ 1.236 milhões no 3T22.



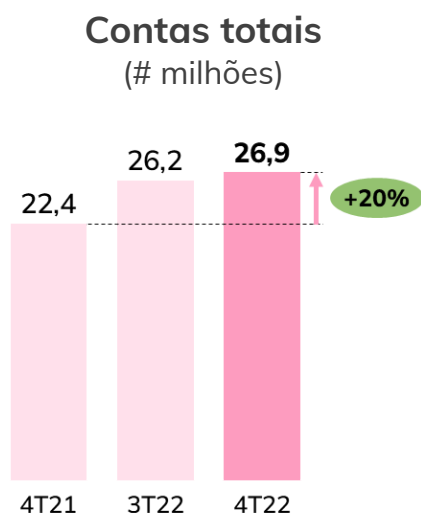
Na visão anual, registramos R\$ 5.136 milhões de GMV no Méliuz em 2022, um crescimento de 14% comparado a 2021, quando atingimos R\$ 4.508 milhões. Apesar do

cenário externo mais desafiador, com dados do e-commerce brasileiro retraindo em 2022 em média 4,2%⁶ em relação a 2021, fomos bem sucedidos em apresentar um crescimento do GMV de 14% entre os períodos, bem superior à média do mercado e que confirma a assertividade da nossa estratégia de que é possível continuar crescendo de forma sustentável, alcançando margens mais saudáveis.

Se considerarmos os resultados da Promobit, no valor de R\$ 211 milhões, alcançamos no Shopping Brasil em 2022, um GMV de R\$ 5.347 milhões, contra R\$ 4.669 milhões em 2021, representando um crescimento de 15%.

Contas totais e compradores

Mesmo com menos investimentos em *marketing* devido à mudança de estratégia com maior foco em rentabilidade, conseguimos finalizar o ano de 2022 com um total de 26,9 milhões de contas totais no Méliuz, um crescimento de 20% em comparação a 2021.



Shopping Internacional

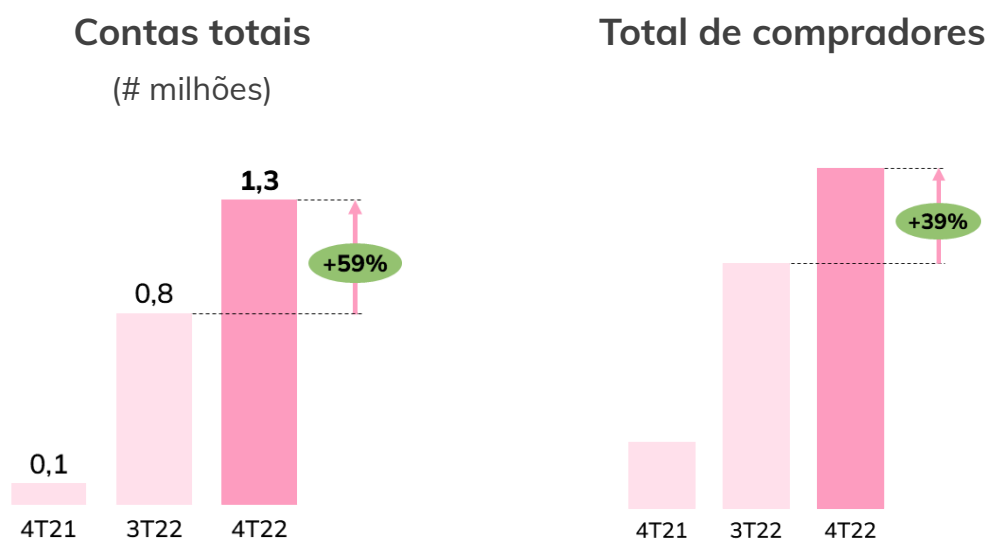
Após completar um ano com a operação de *cashback* presente em 9 dos 44 países em que o Picodi atua, finalizamos o *rollout* da *feature* para os demais países e já construímos um ecossistema com aproximadamente 13 mil lojistas parceiros. Atualmente, todos os 44 países onde o Picodi tem operação estão atuando com a *feature* de *cashback* e os resultados iniciais são animadores.

⁶ Fonte: Neotrust.

A operação de cashback continua ganhando cada vez mais representatividade frente à operação legada (cupom de desconto), principalmente após a finalização do rollout da feature para todos os países. Os 35 países que tiveram a operação de cashback implementada ao longo do 4T22 já representam, aproximadamente, 40% do total de novos compradores do Picodi. Alguns desses países já atingiram um número de cadastros e compras próximos, em alguns casos até superiores, aos volumes apresentados nos 9 países que estavam com a feature rodando desde setembro de 2021.

Utilizando a expertise adquirida com o Méliuz, atingimos um total de 1,3 milhão de contas abertas em pouco mais de um ano de operação de cashback no Picodi. Apenas para efeito de comparação, no Méliuz essa quantidade de usuários foi atingida somente no quarto ano de operação de cashback no Brasil.

O número de 1,3 milhão de contas abertas no 4T22 representa um crescimento de 59% em relação ao 3T22, explicado pela finalização do rollout da feature de cashback para todos os países onde o Picodi atua. O número total de compradores também apresentou uma sólida evolução, crescendo 39% em relação ao 3T22.



GMV

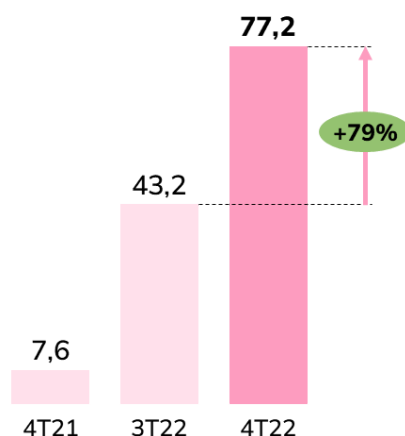
No 4T22, atingimos um GMV na operação de cashback de PLN 77,2 milhões (R\$ 89,7 milhões⁷), um crescimento de 79% em relação ao 3T22, quando atingimos PLN 43,2 milhões (R\$ 50,5 milhões), explicado pela finalização do rollout da feature de cashback

⁷ Utilizado a taxa de conversão de R\$ 1,1623 por PLN.

para todos os países onde o Picodi atua e pelo crescimento da representatividade da operação nos demais países em que a feature já estava implementada.

GMV da operação de cashback

(PLN milhões)



Serviços financeiros

No dia 30 de dezembro de 2022, anunciamos uma importante aliança estratégica com o banco BV que nos proporcionará um crescimento sustentável no segmento de serviços financeiros. Com a mudança do cenário macroeconômico, essa aliança se tornou fundamental para que o Méliuz consiga se transformar numa empresa *asset light*, geradora de caixa no curto prazo e livre do risco de crédito.

A transação com o banco BV nos trás a oportunidade de crescer com uma estrutura de custos e despesas mais enxuta. Teremos novas fontes de receitas advindas da ativação de cartões e de contas, além de cada transação realizada (TPV), além de manter por completo a experiência do usuário dentro do nosso ecossistema, garantindo assim a qualidade dos serviços que tanto valorizamos.

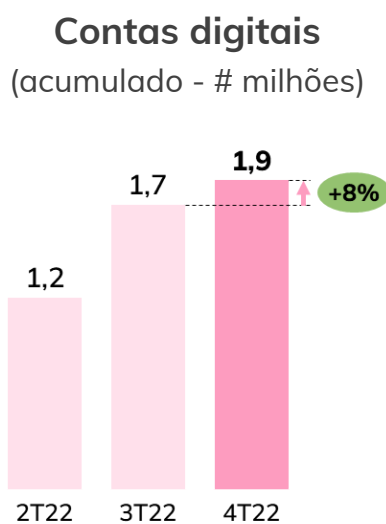
Na última quarta-feira, dia 8 de março, concluímos uma etapa importante para a consolidação da transação com o banco BV: aprovamos em assembleia de acionistas as mudanças necessárias no Estatuto da Companhia relacionadas à cláusula de *poison pill*, além de aprovar a eleição do novo membro do Conselho do Méliuz indicado pelo banco BV. Ainda na semana passada, o BV consolidou a compra da participação minoritária de

3,85% no Méliuz através dos acionistas que compõem o Bloco de Referência⁸ da Companhia e concluímos o acordo comercial para o início da oferta de produtos e serviços financeiros, que irá ocorrer de forma gradativa. Além disso, esperamos consolidar a venda de 100% do Bankly até o final de março.

Esperamos colher os resultados dessa aliança já no segundo trimestre de 2023, acelerando o *payback* de serviços financeiros com uma base de custos mais enxuta, uma geração de caixa mais rápida e reforçando o ciclo virtuoso de engajamento entre shopping e serviços financeiros.

Conta digital e cartão de crédito

Abrimos 1,9 milhão de contas digitais Méliuz desde o seu lançamento, um crescimento de 8% em relação ao acumulado até 3T22, quando atingimos 1,7 milhão.

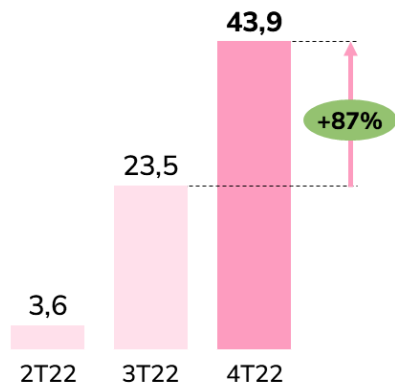


Com o cenário econômico e de crédito mais desafiadores, optamos por não acelerar a oferta dos nossos produtos financeiros no 4T22, ainda mais após o início das negociações com o banco BV.

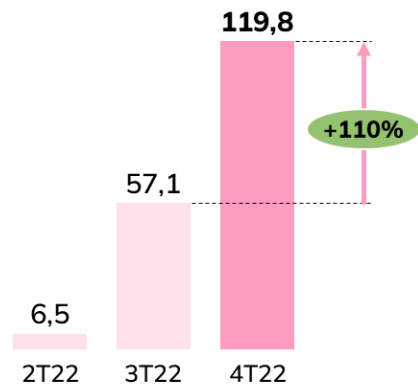
No 4T22, atingimos 43,9 mil cartões de créditos emitidos (acumulado), um crescimento de 87% comparado ao final do 3T22, quando totalizamos 23,5 mil cartões emitidos. Em termos de volume transacionado, atingimos no cartão de crédito Méliuz um TPV de R\$ 119,8 milhões no 4T22, 110% acima do trimestre anterior quando atingimos R\$ 57,2 milhões.

⁸ Acionistas do Bloco de Referência que participaram da venda: Israel Salmen, André Amaral e Lucas Marques.

Emissão de cartão de crédito (Acumulado - # mil)



TPV do cartão de crédito (R\$ milhões)



Já no cartão co-branded, registramos R\$ 575 milhões de TPV no 4T22, o que reforça a retenção do usuário Méliuz mesmo com o distrato referente à parceria do cartão co-branded em prol do lançamento do cartão próprio do Méliuz.

Desempenho Financeiro



Receita líquida

No 4T22 atingimos uma receita líquida total de R\$ 101,2 milhões, representando um aumento de 3% em relação aos R\$ 98,5 reportados no 4T21 e de 3% em comparação aos R\$ 97,8 milhões no 3T22.

Já na visão anual, atingimos uma receita líquida total de R\$ 368,1 milhões em 2022, um aumento de 40% em relação aos R\$ 263,5 milhões reportados em 2021. Esse crescimento foi impulsionado principalmente pelo: (i) maior GMV gerado no Shopping Brasil fazendo com que a receita desta linha de negócio aumentasse 30% entre os períodos; (ii) incorporação dos resultados de Bankly a partir de junho de 2022 (R\$ 48 milhões); (iii) melhores resultados de Promobit, Melhor Plano e iDinheiro.

Receita Líquida (R\$ milhões)	4T22	4T21	%	3T22	%	2022	2021	%
Shopping Brasil	60,8	76,9	-21%	60,0	1%	249,2	191,0	30%
Shopping Internacional	6,8	9,3	-27%	5,9	16%	25,0	27,9	-10%
Serviços financeiros	7,1	5,6	27%	4,7	51%	19,9	31,6	-37%
Bankly ⁹	19,8	-	-	20,8	-5%	48,0	-	-
Outros	6,7	6,7	-	6,4	5%	26,0	13,0	101%
Total	101,2	98,5	3%	97,8	3%	368,1	263,5	40%

Shopping Brasil

Apesar da receita líquida do Shopping Brasil no 4T22 ter sido menor em termos absolutos em comparação ao 4T21, **o resultado foi muito positivo pois conseguimos aumentar consideravelmente a margem entre os períodos**, que era o nosso principal objetivo.

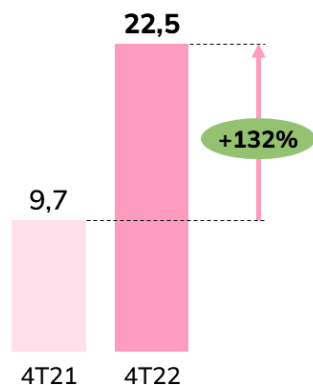
Apesar da redução de 21% na receita líquida do Shopping Brasil entre o 4T21 e o 4T22, apresentamos uma forte melhora de margem de 132% entre os períodos, indicado no gráfico abaixo pela receita líquida menos as despesas com cashback, além de uma

⁹ Consolidado a partir de junho de 2022.

redução de 76% nas despesas com *marketing*¹⁰, mostrando nossa capacidade de aumentar a rentabilidade do produto e gerar resultados mais sustentáveis.

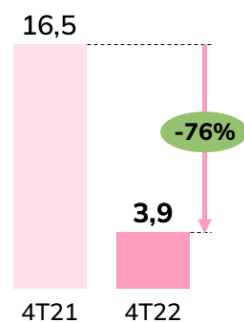
Receita líquida shopping Brasil menos desp. com cashback

(R\$ milhões)



Desp. marketing

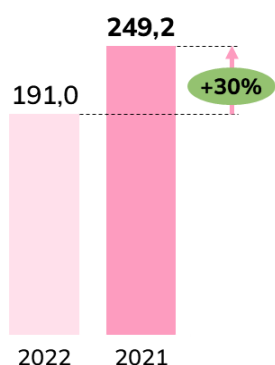
(R\$ milhões)



Na visão anual também conquistamos excelentes resultados nesse sentido. Conseguimos aumentar nossa receita líquida do Shopping Brasil em 30% entre 2021 e 2022, principalmente pelo maior número de compradores e pelo aumento do GMV, enquanto as nossas despesas com cashback subiram 25% e as despesas com *marketing* tiveram uma forte queda de 61%¹¹.

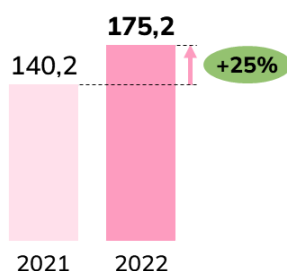
Receita líquida

(R\$ milhões)



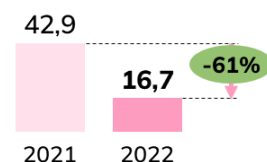
Desp. cashback

(R\$ milhões)



Desp. marketing

(R\$ milhões)



¹⁰ Considera apenas os valores de Méliuz (controladora) para as despesas com cashback e despesas com *marketing*.

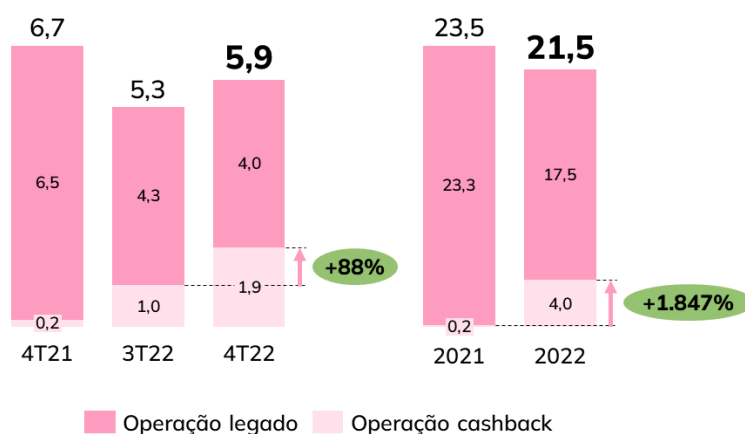
¹¹ Considera apenas os valores de Méliuz (controladora) para as despesas com cashback e despesas com *marketing*.

Shopping Internacional

A receita líquida do Picodi no 4T22 foi de R\$ 6,8 milhões, uma redução de 27% em relação ao 4T21, quando atingiu R\$ 9,3 milhões. Se excluirmos o impacto da variação cambial (-R\$ 1,3 milhão), a queda da receita líquida entre os períodos seria de R\$ 807 mil, explicada principalmente pela: (i) redução do resultado da operação legado a fim de promover a operação de cashback (-PLN 1,4 milhão); e (ii) os efeitos da guerra entre Rússia e Ucrânia (-PLN 0,5 milhão). Os impactos causados por esses fatores foram parcialmente compensados pelo crescimento da operação de cashback, que no 4T22 já representava aproximadamente 32% da receita total de Picodi.

Em 2022, a receita líquida no Picodi foi de R\$ 25,0 milhões, 10% inferior a 2021, quando a receita foi de R\$ 27,9 milhões. Desconsiderando o impacto da variação cambial (R\$ 4,8 milhões), a receita apresentou uma pequena redução explicada pela substituição natural da operação legado pela operação de cashback.

Receita líquida do Picodi (milhões de PLN)



Serviços financeiros

A receita líquida de serviços financeiros no 4T22 foi de R\$ 7,1 milhões, um aumento de 27% em relação aos R\$ 5,6 milhões reportados no 4T21 e 51% em relação aos R\$ 4,7 milhões reportados no 3T22. Esse aumento é explicado pelo crescimento dos resultados dos produtos financeiros próprios.

Já na visão anual, a receita líquida de serviços financeiros foi de R\$ 19,9 milhões em 2022, uma redução de 37% em relação a 2021, explicado pela despriorização do cartão co-branded em prol do lançamento dos produtos financeiros próprios do Méliuz.

Despesas operacionais

No 4T22, excluindo os números de Bankly, nossas despesas operacionais totalizaram R\$ 87,9 milhões. Neste trimestre, tivemos itens extraordinários que ajudaram positivamente o resultado em R\$ 24,5 milhões. Se desconsiderarmos esses itens extraordinários, as despesas operacionais totalizariam R\$ 112,3 milhões no 4T22, um aumento de 8% em relação ao 3T22, quando totalizaram R\$ 103,9 milhões.

Estamos empenhados em reduzir consideravelmente os custos e despesas a partir da consolidação da aliança estratégica com o banco BV. Acreditamos que a estrutura de custos da Companhia se reduzirá de forma considerável e consistente após o início das operações com o BV.

Despesas Operacionais (R\$ milhões)	4T22	3T22	Var	4T22	4T22	2022
	(Ex-Bankly)	(Ex-Bankly)	%	Bankly	Consolidado	Consolidado
Cashback	39,5	42,6	-7%	-	39,5	179,3
Shopping Brasil	33,4	37,8	-12%	-	33,4	158,6
Outros	6,1	4,8	26%	-	6,1	20,7
Pessoal	38,1	35,8	6%	14,6	52,7	182,1
Opex	25,5	21,6	18%	14,6	40,1	117,4
Time de desenvolvimento de novos produtos	12,6	14,3	-12%	-	12,6	54,5
Itens extraordinários	-	-	-	-	-	10,2
Comercial e marketing	7,9	4,8	64%	0,1	8,0	26,7
Softwares	6,4	6,4	0%	1,4	7,8	29,7
Serviços de terceiros	5,0	5,2	-4%	3,4	8,4	33,2
Itens extraordinários	-	0,3	-100%	-	-	7,1
Outras despesas/receitas	(9,1)	11,1	-182%	16,8	7,7	58,6
Itens extraordinários	(24,5)	1,7	-1.556%	-	(24,5)	(20,8)
Total despesas operacionais	87,9	105,9	-17%	36,2	124,1	509,6
Total itens extraordinários	(24,5)	2,0	-1.312%	-	(24,5)	(3,4)
Total despesas operacionais excl. itens extraordinários	112,3	103,9	8%	36,2	148,6	513,0

Cashback

As despesas de cashback totalizaram R\$ 39,5 milhões no 4T22, uma redução de 7% em relação ao 3T22, quando totalizaram R\$ 42,6 milhões, explicada pela otimização da

relação *cashback* e comissão evidenciada principalmente pelo aumento do *net take* em 0,2 p.p.

Conforme informado no capítulo de *Receita Líquida do Shopping Brasil*, vale ressaltar que as despesas de *cashback* sofreram uma forte queda de 43% entre o 4T21 e o 4T22, evidenciando nosso foco na geração de margens mais saudáveis.

Em 2022 as despesas com *cashback* foram de R\$ 179,3 milhões, um aumento de 28% em comparação aos R\$ 140,5 milhões reportados em 2021, explicado principalmente pelo aumento do GMV reportado no período.

Pessoal

Excluindo Bankly, as despesas com pessoal foram de R\$ 38,1 milhões no 4T22, um aumento de 6% comparado ao 3T22, quando atingimos R\$ 35,8 milhões. Apesar da redução do número de colaboradores no 4T22, os custos referentes à rescisão de contrato e a assinatura do acordo coletivo anual assinado em novembro de 2022 resultaram no aumento das despesas no período.

Em 2022, excluindo Bankly, nossas despesas com pessoal foram de R\$ 145,9 milhões, 118% maior se comparado a 2021, quando atingiram R\$ 67,0 milhões. Esse aumento é explicado principalmente pelos:

(i) itens extraordinários referente ao custo de *stock options* de funcionários (R\$ 10,2 milhões). O pagamento foi realizado via transferência de ações que estavam em tesouraria, desta forma, o custo é a diferença entre o resultado do valor de mercado das ações frente ao seu custo de aquisição. Reforçamos que essa operação não impacta o caixa da Companhia;

(ii) outorga de ações dos colaboradores que se tornaram sócios no início de 2022 (Programa anual Gravata Amarela), cuja operação também é um efeito não-caixa;

(iii) investimento para o crescimento do time relacionado ao desenvolvimento de novos produtos. Vale lembrar que, com a mudança abrupta do cenário macroeconômico, revisitamos nossa estratégia de crescimento versus otimização de margens, de forma a despriorizar as contratações ao longo do segundo semestre de 2022.

No início de 2023 realizamos uma reestruturação na Companhia de forma a acelerar o movimento em busca da otimização de margens e geração positiva de caixa operacional. Essa reestruturação, alinhada à conclusão da aliança estratégica com o banco BV, vai nos ajudar a alcançar o *break-even* operacional do Méliuz, entregando resultados mais saudáveis e perenes a longo prazo.

Comercial e Marketing

Excluindo Bankly, as despesas comerciais e de *marketing* totalizaram R\$ 7,9 milhões no 4T22, um aumento de 64% em relação aos R\$ 4,8 milhões do 3T22. Este aumento é explicado pelos investimentos sazonais por conta do período da *Black Friday* e festas de final de ano. Nossa estratégia de continuar mantendo os investimentos em *marketing* em níveis mais baixos comparativamente ao histórico dos últimos anos permanece inalterada.

Conforme informado no capítulo de *Receita Líquida do Shopping Brasil*, vale ressaltar que as despesas de *marketing* do Méliuz (controladora) sofreram uma forte queda de 76% entre o 4T21 e o 4T22, evidenciando nosso foco na geração de margens mais saudáveis e busca por uma melhor rentabilidade do negócio.

Em 2022, excluindo Bankly, nossas despesas comerciais e de *marketing* foram de R\$ 26,0 milhões, uma redução de 45% comparado a 2021, quando foram de R\$ 47,2 milhões. Apenas considerando o Méliuz (controladora), conseguimos reduzir nossas despesas comerciais e de *marketing* em 61% no entre 2022 e 2021. Essa redução reforça nossa busca por eficiência e otimização de margens, alcançando um crescimento consistente e saudável de GMV e, conseqüentemente, de receita.

Serviços de terceiros

Excluindo Bankly, as despesas de serviços de terceiros foram de R\$ 5,0 milhões no 4T22, uma redução de 4% comparado ao 3T22, quando atingimos R\$ 5,2 milhões. Excluindo os itens extraordinários (R\$ 0,3 milhão) do 3T22, as despesas com serviços de terceiros teriam ficado em linha com o valor apresentado no 4T22.

Excluindo Bankly, em 2022 as despesas de serviços de terceiros foram de R\$ 26,5 milhões, um aumento de 6% comparado a 2021, quando atingiram R\$ 24,9 milhões. Se desconsiderarmos os itens extraordinários (R\$ 7,1 milhões em 2022 e R\$ 9,8 milhões em 2021) relacionados a despesas com M&As, o aumento seria de 28%, majoritariamente devido a novas despesas relacionadas aos nossos produtos financeiros, como a entrada da central de atendimento aos clientes.

Importante ressaltar que, com a consolidação da aliança estratégica com o banco BV, a parte desses custos referentes aos serviços financeiros deixarão de fazer parte dos resultados do Méliuz sendo absorvidos pelo banco BV.

Outras Despesas/Receitas

Excluindo Bankly, as outras despesas/receitas, que incluem despesas gerais e administrativas, depreciação e amortização e outras despesas da DRE, totalizaram uma receita de R\$ 9,1 milhões no 4T22, contra uma despesa de R\$ 11,1 milhões no 3T22. Se desconsiderarmos os itens extraordinários (R\$ 24,5 milhões positivos no 4T22 e R\$ 1,7 milhões negativos no 3T22) teríamos um pequeno aumento na linha de outras despesas/receitas devido a provisão para crédito de liquidação duvidosa referente ao cartão de crédito próprio.

Os itens extraordinários do 4T22 se referem principalmente: (i) a reversão parcial do earn-out a pagar das empresas adquiridas em 2021 (Promobit, Melhor Plano e Alter) no valor positivo de R\$ 2,6 milhões; ii) atualização da opção de compra do Picodi no valor positivo de R\$ 28,5 milhões; e (iii) provisão de perda da Americanas no valor negativo de R\$ 4,7 milhões. Vale lembrar que esses itens extraordinários não possuem efeito caixa.

Em 2022, excluindo Bankly, as outras despesas/receitas totalizaram R\$ 18,3 milhões, uma redução de 47% comparado a 2021, quando atingiram R\$ 34,3 milhões. Essa redução é explicada pela reversão parcial do earn-out a pagar das empresas adquiridas em 2021 (Promobit, Melhor Plano e Alter) e atualização da opção de compra da Picodi, conforme explicado acima.

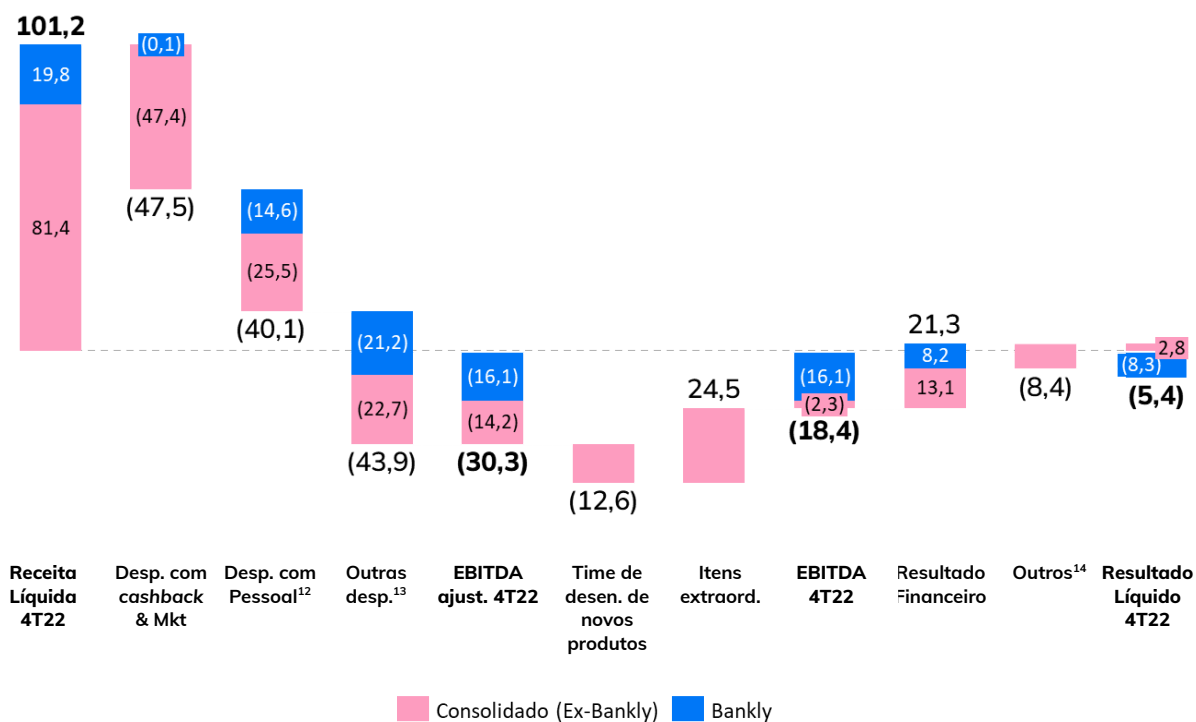
EBITDA e resultado líquido

O EBITDA consolidado foi de R\$ 18,4 milhões negativos no 4T22, contra R\$ 40,3 negativos no 3T22. Excluindo o Bankly, o EBITDA do Méliuz foi de R\$ 2,3 milhões negativos no 4T22, contra R\$ 24,7 milhões negativos no 3T22.

Considerando o resultado financeiro (R\$ 21,3 milhões), amortização, depreciação e impostos (R\$ 8,4 milhões), finalizamos o 4T22 com prejuízo líquido consolidado de R\$ 5,4 milhões, contra um prejuízo de R\$ 18,0 milhões no 3T22. Excluindo o Bankly, finalizamos o 4T22 com lucro líquido de R\$ 2,8 milhões no Méliuz, contra um prejuízo de R\$ 11,6 milhões no 3T22.

Resultado Líquido 4T22

(R\$ milhões)



Já na visão anual, o EBITDA consolidado foi de R\$ 127,8 milhões negativos em 2022. Excluindo o Bankly, o EBITDA foi de R\$ 90,1 milhões negativos, contra R\$ 63,3 milhões negativos em 2021.

Considerando o resultado financeiro (R\$ 69,6 milhões), amortização, depreciação e impostos (R\$ 0,1 milhão), finalizamos 2022 com prejuízo consolidado de R\$ 58,1 milhões. Excluindo o Bankly, finalizamos 2022 com prejuízo líquido de R\$ 39,5 milhões, contra um prejuízo líquido de R\$ 34,3 milhões em 2021.

¹² Exclui R\$ 12,6 milhões de despesas com time destinadas ao desenvolvimento de novos produtos;

¹³ Despesas gerais e administrativas, despesas com software, serviços de terceiros e outras receitas/despesas da DRE. Exclui R\$ 24,5 milhões de itens extraordinários;

¹⁴ Depreciação, amortização e impostos.

Demonstração de Resultado Bankly

(R\$ milhões)	4T22	2022 ¹⁵	2022 proforma ¹⁶
Receita Líquida	19,8	48,0	75,2
Despesas operacionais	(36,2)	(86,7)	(151,3)
Despesas com pessoal	(14,6)	(36,2)	(64,0)
Despesas comerciais e de marketing	(0,1)	(0,7)	(1,9)
Despesas de software	(1,4)	(2,8)	(5,0)
Despesas gerais e administrativas	(15,9)	(33,0)	(55,5)
Serviços de terceiros	(3,4)	(6,7)	(12,7)
Depreciação e amortização	(0,4)	(1,0)	(1,9)
Outros	(0,5)	(6,4)	(10,3)
Resultado bruto	(16,4)	(38,7)	(76,1)
Equivalência patrimonial	-	-	-
Lucro antes do resultado financeiro e impostos	(16,4)	(38,7)	(76,1)
Resultado financeiro	8,2	20,1	28,5
Lucro antes dos impostos sobre o lucro	(8,3)	(18,7)	(47,6)
Imposto de renda e contribuição social corrente e diferido	0,0	0,0	0,0
Lucro (prejuízo) líquido	(8,3)	(18,7)	(47,6)
EBITDA	(16,1)	(37,8)	(74,2)

¹⁵ Considera os valores a partir de junho de 2022, quando foi concluída a compra do Bankly pelo Méliuz.

¹⁶ Considera os valores de todos os meses de 2022.

Demonstrações Financeiras

Demonstrações de resultado

Exercício findo em 31 de dezembro de 2022

Em milhares de reais, exceto lucro (prejuízo) básico e diluído por ação

	Controladora		Consolidado	
	31/12/2022	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2021
Receitas líquidas	266.427	222.652	368.107	263.486
Despesas operacionais	(364.796)	(298.393)	(509.608)	(331.332)
Despesas com cashback	(175.188)	(140.159)	(179.277)	(140.477)
Despesas com pessoal	(123.840)	(53.718)	(182.117)	(67.000)
Despesas comerciais e de marketing	(16.733)	(42.933)	(26.740)	(47.150)
Despesas com softwares	(24.256)	(15.994)	(29.688)	(17.543)
Despesas gerais e administrativas	(15.460)	(3.264)	(63.790)	(10.786)
Serviços de terceiros	(24.773)	(20.320)	(33.196)	(24.911)
Depreciação e amortização	(11.018)	(3.266)	(13.683)	(4.567)
Ajuste a valor justo	31.065	(12.928)	31.065	(12.928)
Outros	(4.593)	(5.811)	(12.182)	(5.970)
Resultado bruto	(98.369)	(75.741)	(141.501)	(67.846)
Resultado de equivalência patrimonial	(21.708)	1.335	0	0
Resultado antes do resultado financeiro e impostos	(120.077)	(74.406)	(141.501)	(67.846)
Resultado financeiro	47.672	16.484	69.612	16.521
Resultado antes dos tributos sobre o lucro	(72.405)	(57.922)	(71.889)	(51.325)
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	15.812	20.114	13.741	16.991
Lucro (prejuízo) do período	(56.593)	(37.808)	(58.148)	(34.334)
Lucro (prejuízo) do período atribuível a:				
Não controladores	-	-	(1.555)	3.474
Controladores	-	-	(56.593)	(37.808)
Resultado básico e diluído por ação (em R\$)	(0,07)	(0,05)	(0,07)	(0,05)

Balanços patrimoniais

31 de dezembro de 2022

(Em milhares de reais)

	Controladora		Consolidado	
	31/12/2022	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2021
Ativo Circulante				
Caixa e equivalentes de caixa	413.667	489.256	455.772	514.749
Contas a receber	12.524	53.452	31.180	66.882
Títulos e valores mobiliários	5.026	-	287.614	-
Tributos a recuperar	16.891	6.867	27.734	7.732
Empréstimos e contratos a receber	-	18.588	-	18.588
Custódia de criptoativos	-	-	6.707	28.303
Carteira de criptoativos	-	-	102	106
Valores a receber de partes relacionadas	-	3.785	-	-
Outros valores a receber	-	27.000	-	27.000
Outros ativos	7.876	2.981	113.883	3.756
Total do ativo circulante	455.984	601.929	922.992	667.116
Não circulante				
Realizável a longo prazo				
Valores a receber de partes relacionadas	-	591	-	-
Tributos diferidos	55.094	39.282	73.262	39.282
Adiantamentos	-	4.105	-	-
Antecipação earn-out	12.994	-	12.994	-
Outros ativos	12.353	4.148	5.456	4.608
Total do ativo realizável a longo prazo	80.441	48.126	91.712	43.890
Investimento	393.411	185.892	1	1
Imobilizado	3.516	6.067	4.605	6.258
Arrendamento mercantil - Direito de uso	-	1.554	-	1.554
Intangível	3.082	5.078	338.641	184.010
Total do ativo não circulante	480.450	246.717	434.959	235.713
Total do ativo	936.434	848.646	1.357.951	902.829
Passivo				
Fornecedores	6.950	4.569	18.716	6.953
Empréstimos e financiamentos	-	-	132	305

	Controladora		Consolidado	
	31/12/2022	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2021
Obrigações trabalhistas e tributárias	27.206	15.868	41.792	18.712
Imposto de renda e contribuição social a recolher	-	-	656	724
Cashback	16.270	34.818	16.270	34.818
Arrendamento mercantil a pagar	-	660	-	660
Créditos em circulação e estabelecimentos a pagar	-	-	356.016	-
Dividendos mínimos a pagar	19	21	19	21
Custódia de criptoativos	-	-	6.707	28.303
Receita Diferida	5.749	3.375	5.749	3.375
Earn-out a pagar	8.034	-	8.034	-
Adiantamentos	861	-	13.426	-
Provisões para processos judiciais	-	101	-	101
Outros passivos	3.354	3.703	4.097	3.883
Total do passivo circulante	68.443	63.115	471.614	97.855
Não circulante				
Empréstimos e financiamentos	-	-	-	152
Arrendamento mercantil a pagar	-	841	-	841
Cashback	954	2.093	954	2.093
Tributos diferidos	-	-	873	2.182
Obrigações trabalhistas e tributárias	3.895	556	6.315	602
Earn-out a pagar	28.920	38.194	28.920	38.194
Opção de compra	12.794	41.314	12.794	41.314
Receita Diferida	34.492	23.625	34.492	23.625
Provisões para processos judiciais	450	-	2.789	-
Outros passivos	30	-	2	488
Total do passivo não circulante	81.535	106.623	87.139	109.491
Patrimônio líquido				
Capital social	920.480	772.178	920.480	772.178
Reserva de capital	(39.392)	(46.637)	(39.392)	(46.637)
Ações em tesouraria	-	(10.989)	-	(10.989)
Outros resultados abrangentes	(3.636)	(1.241)	(3.636)	(1.241)
Lucro/Prejuízos acumulados	(90.996)	(34.403)	(90.996)	(34.403)
Patrimônio líquido atribuído a controladores	786.456	678.908	786.456	678.908
Patrimônio líquido atribuído a não controladores	0	0	12.742	16.575
Total do patrimônio líquido	786.456	678.908	799.198	695.483
Total do passivo e patrimônio líquido	936.434	848.646	1.357.951	902.829

Fluxo De Caixa

Exercício findo em 31 de dezembro de 2022

(Em milhares de reais)

	Controladora		Consolidado	
	31/12/2022	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2021
Atividades operacionais				
Resultado do exercício antes dos tributos sobre o lucro	(72.405)	(57.922)	(71.889)	(51.325)
Ajustes por				
Depreciação e amortização	11.018	3.266	13.683	4.567
Ganho/perda com alienação de imobilizado	1.199	3	1.235	3
Rendimento e juros líquidos	(418)	(390)	(891)	(313)
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	4.664	-	8.082	(1.028)
Equivalência patrimonial	21.708	(1.335)	-	-
Benefícios a empregados com opções de ações	14.251	3.955	14.251	3.955
Alienação de investimento	1.863	-	3.467	-
Ganho de compra vantajosa	-	(1.353)	-	(1.353)
Ajuste a valor justo de earn-out a pagar e de opção de compra	(31.065)	12.927	(31.065)	12.927
Apropriação de receita diferida	(4.759)	-	(4.759)	-
Provisão para contingências	349	-	1.176	-
Perda por Impairment	711	-	711	-
Pagamento baseado em ações	8.382	-	8.382	-
Variação cambial e outros	183	205	1.924	1.545
Resultado ajustado	(44.319)	(40.644)	(55.693)	(31.022)
Variações nos ativos e passivos:				
Contas a receber de clientes	36.264	(35.562)	56.184	(35.642)
Tributos a recuperar	(10.024)	(5.741)	(15.094)	(6.442)
Receita diferida	45.000	-	45.000	-
Outros ativos	(3.516)	585	(98.922)	(497)
Fornecedores	2.381	3.897	4.849	4.993
Obrigações trabalhistas e tributárias	14.677	10.880	15.924	11.333
Cashback	(19.687)	28.390	(19.687)	28.390
Créditos em circulação e estabelecimentos a pagar	-	-	45.894	-
IRPJ e CSLL pagos	-	(4)	(3.311)	(2.412)
Outros passivos	3.210	3.761	(18.102)	(1.363)
Pagamento de juros de empréstimos e arrendamentos	(67)	(125)	(68)	(125)
Caixa líquido gerado (utilizado) nas atividades operacionais	23.919	(34.563)	(43.026)	(32.787)

	Controladora		Consolidado	
	31/12/2022	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2021
Atividades de investimento				
Adições ao imobilizado	(402)	(4.199)	(518)	(4.347)
Recebimento pela venda de imobilizado	477	5	489	5
Aquisição de negócios	-	(149.777)	10	(149.777)
Caixa oriundo de combinação de negócios	-	-	52.123	11.341
Aumento de capital em controlada	(36.435)	(7.695)	-	-
Adições ao intangível	-	(5.445)	(2.088)	(7.469)
Empréstimos e contratos a receber	(32.500)	(18.000)	(32.500)	(18.000)
Adiantamentos para aquisição de instrumentos patrimoniais	-	(4.105)	-	-
Antecipação de Earn-out	(15.328)	-	(15.328)	-
Aquisição de instrumentos financeiros	(14.426)	-	(6.496)	-
Recebimento pela venda de participação acionária	33	-	-	-
Aquisição de criptomoedas	-	-	4	(85)
Caixa líquido utilizado nas atividades de investimento	(98.581)	(189.216)	(4.304)	(168.332)
Atividades de financiamento				
Pagamentos de empréstimos e arrendamentos	(520)	(572)	(6.972)	(1.326)
Integralização de capital	-	427.500	-	427.500
Valores a receber de parte relacionada	(405)	-	-	-
Custo com captação de recursos próprios	-	(23.432)	-	(23.432)
Ações em tesouraria	-	(10.989)	-	(10.989)
Mútuos com partes relacionadas	-	(4.235)	-	-
Dividendos obrigatórios pagos	(2)	(4.665)	(2)	(4.665)
Caixa líquido gerado (utilizado) nas atividades de financiamento	(927)	383.607	(6.974)	387.088
Efeito de variação de câmbio de ajuste de conversão	-	-	(4.673)	(2.427)
Variação líquida de caixa e equivalentes de caixa	(75.589)	159.828	(58.977)	183.542
Caixa e equivalentes de caixa				
No início do exercício	489.256	329.428	514.749	331.207
No final do exercício	413.667	489.256	455.772	514.749
Variação líquida de caixa e equivalentes de caixa	(75.589)	159.828	(58.977)	183.542




Contatos

Marcio Loures Penna
Head of Investor Relations

Fernanda Tolentino Guimarães Matoso

Eduardo Moreira de Souza

 ri@meliuz.com.br

 31 3195-6854