

méliuz

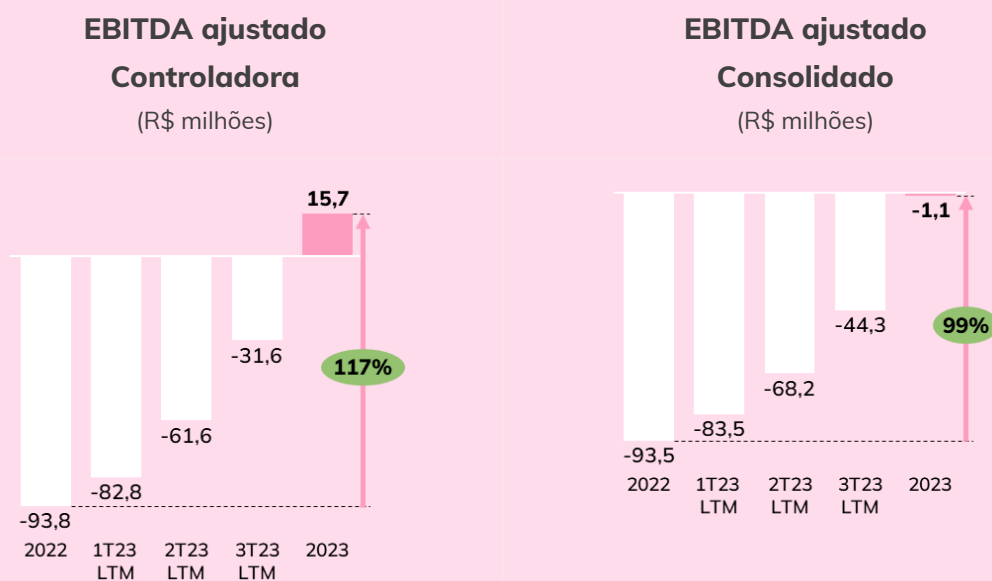
Relatório da Administração 2023



Nossas conquistas

Iniciamos 2023 focados no objetivo de nos tornar cada vez mais eficientes e atingir o *break-even* operacional da Companhia no menor tempo possível, mantendo o nível de excelência da nossa operação e dos produtos desenvolvidos. Focamos em garantir o crescimento sustentável do *bottom line*, melhorando significativamente a margem de contribuição do nosso *core business*, crescendo participação de verticais de maior rentabilidade e reduzindo custos e despesas gerais.

Realizamos uma reestruturação que nos permitiu uma redução robusta dos nossos custos e despesas e que trará benefícios de forma perene aos nossos resultados. Mais do que isso, reduzimos nossas despesas *across the board*, ou seja, em todas as linhas, mostrando nosso comprometimento em tornar a empresa rentável ainda em 2023. Os gráficos abaixo evidenciam o resultado conquistado no ano tanto na Controladora quanto no Consolidado.



Excluindo os itens extraordinários, atingimos um excelente resultado operacional, finalizamos o ano com um EBITDA ajustado da controladora de R\$ 15,7 milhões em 2023, contra R\$ 93,8 milhões negativos em 2022, e um EBITDA ajustado consolidado de R\$ 1,1 milhões negativos em 2023, contra R\$ 93,5 milhões negativos em 2022.

Além da redução de custos e despesas, trabalhamos para aumentar as receitas e as margens. No *core business*, continuamos entregando melhores margens com a evolução do *net take rate*, mesmo com um cenário externo mais adverso para o nosso setor. Continuamos também expandindo nossas atividades com o Méliuz Ads e o Méliuz Nota Fiscal, reforçando nossa posição no mercado de afiliados e explorando novas oportunidades de receita e além disso, lançamos também o Méliuz Prime, com o objetivo de aumentar a recorrência e engajamento dos nossos usuários e gerar receita recorrente.

Ainda no ano de 2023, realizamos a venda do Bankly ao banco BV e assinamos o acordo comercial que nos permite realizar a abertura de contas e emissão de cartões na nova parceria. Finalizamos o ano com um total de 915,4 mil contas digitais abertas e 48,7 mil cartões emitidos em parceria com o banco BV.

Para 2024 nosso time vai manter a mentalidade de eficiência e disciplina na gestão de custos e despesas, alinhado também com metas de crescimento de receita e de margem, tanto no Méliuz quanto em suas subsidiárias.

Desempenho Financeiro



Receita Líquida

Atingimos uma receita líquida total de R\$ 326,6 milhões em 2023, um aumento de 2% em relação aos R\$ 320,1 milhões reportados em 2022.

No comparativo dos números apresentamos: (i) um aumento de 112% na linha de serviços financeiros, fruto da transição entre os produtos próprios e a parceria com o banco BV; (ii) queda de 18% da receita de Picodi, explicado pela redução esperada da operação legado de cupom de desconto com objetivo de promover a operação cashback; e (iii) queda de 5% na receita líquida de shopping Brasil explicada pela estratégia da Companhia de priorizar rentabilidade e por conta da desaceleração do mercado de e-commerce.

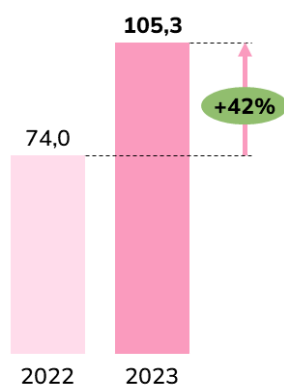
Receita Líquida (R\$ milhões)	2023	2022	Var (%)
Shopping Brasil	237,0	249,2	-5%
Shopping internacional	20,6	25,0	-18%
Serviços financeiros	42,2	19,9	112%
Outros ¹	26,8	26,0	3%
Receita líquida total	326,6	320,1	2%

Apesar da retração no Shopping Brasil, consideramos um resultado muito positivo já que aumentamos a rentabilidade do negócio em 42% entre 2022 e 2023, conforme gráfico abaixo. Mais uma vez o Méliuz se provou como um canal eficiente e gerador de vendas para os seus parceiros, mesmo num cenário de desaceleração do mercado de e-commerce brasileiro.

¹ Contempla a receita de Melhor Plano, Promobit e Alter.

Margem Shopping Brasil²

(R\$ milhões)



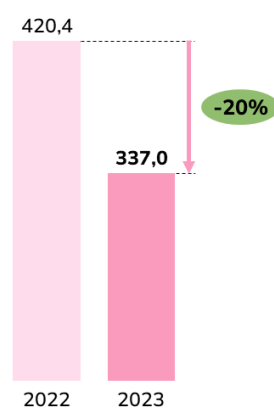
Despesas operacionais

Nossa estratégia de otimização de custos e despesas foi realizada de forma excepcional. Os resultados obtidos no ano de 2023 mostram a nossa capacidade de se adequar de forma rápida às mudanças do mercado.

Nossas despesas operacionais consolidadas excluindo os itens extraordinários totalizaram R\$ 337,0 milhões em 2023, uma forte redução de R\$ 83,4 milhões ou 20% em relação a 2022, quando as despesas totalizaram R\$ 420,4 milhões.

Despesas operacionais consolidado³

Excluindo itens extraordinários
(R\$ milhões)



²Receita Líquida Shopping Brasil menos despesa com cashback da controladora.

³Excluindo os números de Bankly.

Incluindo os itens extraordinários, nossas despesas operacionais totalizaram R\$ 397,7 milhões em 2023, uma redução de 5% em relação a 2022, quando as despesas totalizaram R\$ 417,0 milhões.

Despesas operacionais⁴ (R\$ milhões)	2023	2022	Var (%)
Cashback	139,2	179,3	-22%
Shopping Brasil	118,7	158,6	-25%
Outros	20,5	20,7	-1%
Pessoal	100,8	145,9	-31%
Itens extraordinários	0,4	10,2	-96%
Comercial e marketing	22,8	26,0	-13%
Softwares	12,3	26,9	-54%
Serviços de terceiros	26,5	26,5	0%
Itens extraordinários	18,1	7,1	154%
Outras despesas/receitas	96,0	12,4	674%
Itens extraordinários	42,1	(20,8)	-302%
Total despesas operacionais	397,7	417,0	-5%
Total itens extraordinários	60,7	(3,4)	-1863%
Total despesas op. ex-itens extraordinários	337,0	420,4	-20%

Cashback

As despesas de cashback totalizaram R\$ 139,2 milhões em 2023, uma redução de 22% em relação ao ano de 2022, quando totalizaram R\$ 179,3 milhões, explicado pelo menor GMV gerado no período.

Pessoal

As despesas com pessoal totalizaram R\$ 100,8 milhões contra R\$ 145,9 milhões em 2022, uma redução de 31%, explicada pela reestruturação organizacional realizada na Companhia durante o ano de 2023.

Excluindo os itens extraordinários de R\$ 0,4 milhão em 2023 - referente a despesas com rescisão de funcionários - e de R\$ 10,2 milhões em 2022 - efeito não caixa de transferência de ações para funcionários -, saímos de uma base de despesas com

⁴Excluindo os números de Bankly.

peçoal de R\$ 135,7 milhões em 2022 para R\$ 100,4 milhões em 2023, uma reduçã de 26%.

Comercial e Marketing

As despesas comerciais e de marketing totalizaram R\$ 22,8 em 2023, contra R\$ 26,0 milhões em 2022, uma queda de 13%, explicada pela otimizaçã dos investimentos de marketing, buscando retorno mensurável e de curto prazo para a Companhia.

Software

As despesas com software totalizaram R\$ 12,3 milhões em 2023 contra R\$ 26,9 milhões em 2022, uma reduçã significativa de 54% explicado pela renegociaçã de contratos e fornecedores e otimizaçã de escopo e internalizaçã de serviços.

Serviços de terceiros

As despesas de serviços de terceiros totalizaram R\$ 26,5 milhões em 2023, em linha com os 26,5 milhões reportados em 2022.

Excluindo os itens extraordinários de R\$ 18,1 milhões em 2023 - referentes a pagamentos de assessorias jurídica e financeira para a venda do Bankly - e de R\$ 7,1 milhões em 2022 - referentes a despesas com M&As - a linha de serviços de terceiros seria de R\$ 8,4 milhões em 2023 contra R\$ 19,4 milhões em 2022, apresentando uma reduçã de 56%, explicado principalmente pela reduçã de despesas com a central de atendimento dedicada para produtos e serviços financeiros, que passou a ser operada pelo banco BV.

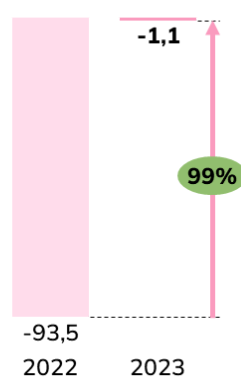
Outras despesas/receitas

As outras despesas/receitas, que incluem despesas gerais e administrativas, depreciaçã e amortizaçã, ajuste a valor justo de earn-out a pagar e de opçã de compra e outras despesas da DRE, totalizaram R\$ 96,0 milhões em 2023 contra R\$ 12,4 milhões em 2022. Esse aumento é explicado pelo: (i) ao efeito não caixa imediato referente ao ajuste de earn-out das empresas adquiridas em 2021 (Promobit e Melhor Plano), no valor de R\$ 13,6 milhões; (ii) efeito não caixa imediato referente à atualizaçã da opçã de compra do Picodi no valor negativo de R\$ 11,0 milhões; (iii) efeito não caixa imediato referente a contingências jurídicas do Bankly no valor negativo de R\$ 16,3 milhões.

EBITDA e resultado líquido⁵

Registramos uma forte melhora dos resultados operacionais. Fechamos 2023 com um EBITDA ajustado consolidado de R\$ 1,1 milhões negativos, contra R\$ 93,5 milhões negativos em 2022. Incluindo os itens extraordinários, nosso EBITDA consolidado foi R\$ 61,8 milhões negativos em 2023 contra R\$ 90,1 milhões negativos em 2022.

EBITDA ajustado consolidado⁶ Excluindo Bankly e itens extraordinários (R\$ milhões)

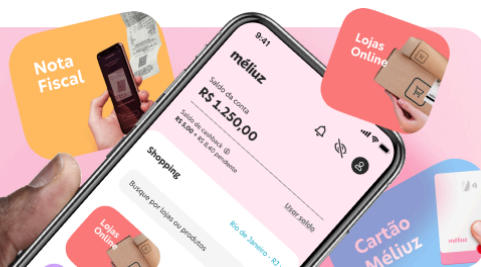


Considerando o resultado financeiro (R\$ 51,3 milhões positivos), amortização, depreciação e impostos (R\$ 10,3 milhões negativos), finalizamos 2023 com um lucro líquido ajustado consolidado de R\$ 39,9 milhões, contra um prejuízo de R\$ 37,0 milhões em 2022. Incluindo os itens extraordinários, registramos um prejuízo líquido consolidado de R\$ 20,8 milhões 2023, contra um prejuízo líquido de R\$ 33,6 milhões em 2022.

⁵No "Anexo 1" trazemos a conciliação do EBITDA com as rubricas contábeis, conforme norma aplicada.

⁶Para fins comparativos, desconsideramos os números de Bankly nos períodos comparativos ao 4T23.

Desempenho Operacional



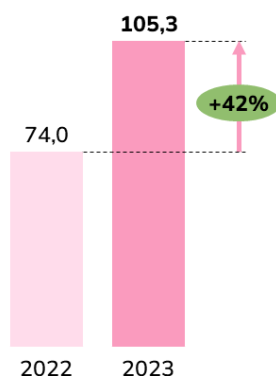
Shopping Brasil

Net take rate e GMV

Em 2023 atingimos um net take rate 2,4%, em linha com o ano de 2022. Em termos de take rate, atingimos um patamar de 6,1% em 2023 contra 6,5% em 2022.

Seguindo nosso foco na otimização de margens, apresentamos um crescimento de 42% na margem do Shopping Brasil, saindo de R\$ 74,0 milhões para R\$ 105,3 milhões.

Margem shopping Brasil⁷
(R\$ milhões)



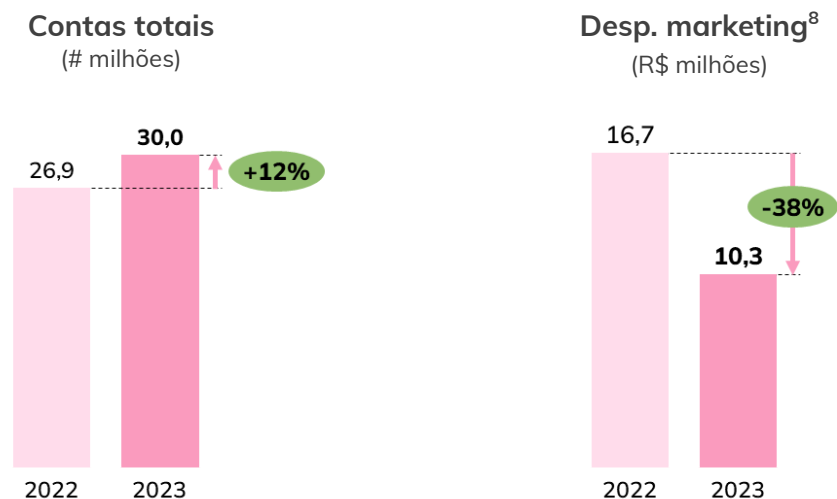
Considerando a nossa estratégia de priorizar as margens em detrimento do crescimento de volume de vendas, atingimos em 2023 um GMV de R\$ 4.448,7 milhões contra R\$ 5.136,4 milhões em 2022, uma queda de 13% entre os períodos.

Considerando os resultados da Promobit no valor de R\$ 148,7 milhões, alcançamos em 2023 um GMV no Shopping Brasil de R\$ 4.597 milhões contra R\$ 5.347 milhões em 2022.

⁷ Receita líquida shopping Brasil menos despesa com cashback da controladora.

Contas totais

Em 2023 atingimos um total de 30,0 milhões de contas no Méliuz, contra 26,9 milhões em 2022, um robusto crescimento de 12%, que foi alcançado mesmo com a redução de 38% nos investimentos com *marketing* e aquisição paga.



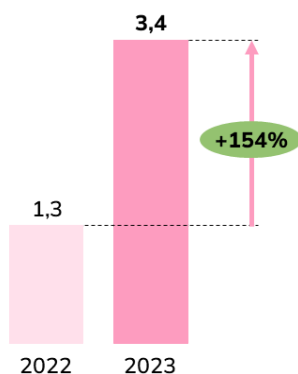
Shopping Internacional

Finalizamos o ano de 2023 com um total de 3,4 milhões de contas abertas em Picodi, um crescimento de 154% no comparativo com o ano de 2022 quando atingimos 1,3 milhão. Em termos de total de compradores tivemos um crescimento de 96% entre 2023 e 2022.

⁸ Considera apenas os valores de Méliuz (controladora) para as despesas com *marketing*.

Contas totais

(# milhões)

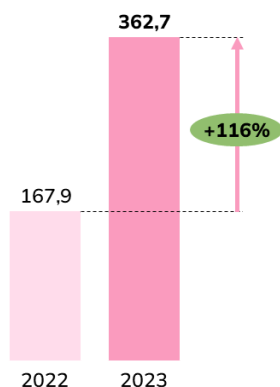


GMV

No 4T23, atingimos um GMV na operação de cashback de PLN 362,7 milhões (R\$ 430,0 milhões), um aumento de 116% em relação a 2022, quando completamos um ano de operação e geramos um GMV de PLN 167,9 milhões (R\$ 198,5 milhões), explicado pelo crescimento da operação de cashback no Picodi.

GMV da operação de cashback

(PLN milhões)



Serviços financeiros

Parceria com o banco BV

2023 foi o primeiro ano da parceria com o banco BV para fins de emissão de conta e cartão de crédito. Ao final de 2023, atingimos 915,4 mil contas digitais abertas acumuladas em parceria com o banco BV e 48,7 mil cartões de crédito.

Anexo I

Reconciliação EBITDA com as rubricas contábeis

Reconciliação EBITDA (R\$ milhões)	2023	2022
(+) Receita Líquida	326,6	320,1
(-) Despesas operacionais	(397,7)	(417,0)
(+/-) Equivalência patrimonial	-	-
(+) Depreciação	9,3	6,8
(=) EBITDA	(61,8)	(90,1)
Itens Extraordinários		
Pessoal		
(-) Gastos com rescisão contratual	3,8	-
(-) Custos de stock options de funcionários ⁹	-	10,2
(+) Reversão de encargos referentes a stock options	(3,4)	-
Serviços de terceiros		
(-) Gastos com M&A	-	9,2
(-) Despesas com assessoria jurídica e financeira para venda do Bankly	18,1	-
Outros		
(+/-) Atualização (reversão) do earn-out a pagar das empresas adquiridas em 2021 (Promobit, Melhor Plano e Alter) e atualização da opção de compra da Picodi	25,4	(31,1)
(-) Ganho (perda) operação de compra da iDinheiro (Gana)	-	1,9
(-) Custo baixa de ativo imobilizado	-	1,0
(-) Perda por impairment	-	0,7
(-) Provisão de perda da Americanas	2,5	4,7
(+) Estorno provisão de perda da Americanas	(1,4)	-
(-) Provisão de perda da 123 milhas	0,3	-
(-) Contingências processuais Bankly	16,3	-
(+) Outros extraordinários	(1,0)	-
(=) EBITDA ajustado	(1,1)	(93,5)

⁹ Pagamento via transferência de ações que estavam em tesouraria com efeito não-caixa resultado do valor de mercado das ações frente ao seu custo de aquisição.



Contatos

Equipe de Relações com Investidores

Marcio Loures Penna

Fernanda Tolentino Guimarães Matoso

Leonardo Amaral Parente



ri@meliuz.com.br



31 3195-6854

