



APRESENTAÇÃO DE  
**RESULTADOS**

**3T21**

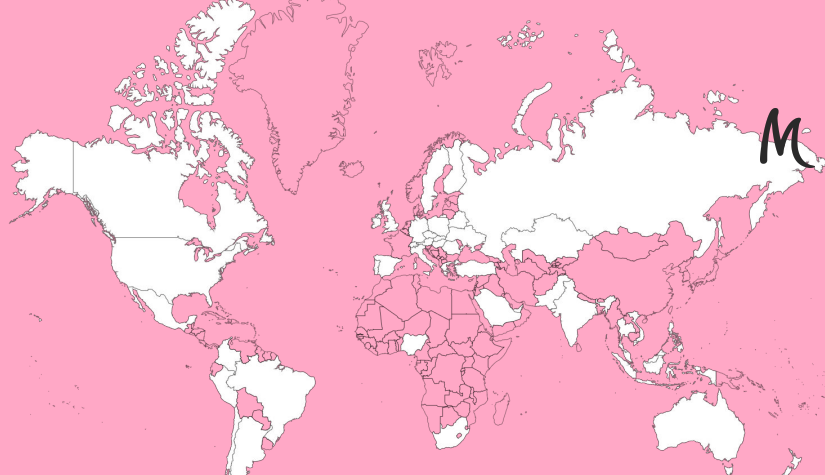
Méliuz

17 de novembro  
de 2021

Estamos a todo vapor para

# ENTREGAR UMA EXPERIÊNCIA MUITO MAIS COMPLETA

aos nossos usuários



## TIME

A promessa do *follow on* se tornou realidade. Trouxemos os *heads* de áreas para nos ajudar a **construir e entregar as estratégias de cada produto.**

## BLACK FRIDAY

O recorde do número de novos compradores nos deixa animados para entregar uma **excelente Black Friday.**

## NOVO APP

O desenvolvimento do novo App está em **estágio avançado** e o lançamento está previsto para janeiro de 2022.

## NOVO CARTÃO MÉLIUZ

Já estamos em contagem regressiva para o lançamento do novo cartão e **a interação com os usuários já começou via waitlist.**

projeto

# DABACURI

Shopping  
+ Serviços Financeiros

M

## PRINCIPAIS MARCOS ATÉ O MOMENTO



Contratação e formação dos times



Arquitetura do app



Waitlist do novo cartão de crédito



Features de cadastro e onboarding



Estrutura para operação de Bitcoin e de PIX

LANÇAMENTO

## A PARTIR DE JANEIRO DE 2022



Novo App



Cartão de Crédito, Débito e Pré-pago



Conta Digital



Novas transações com cashback



Transação via Pix



Compra e Venda de Bitcoin



In-app chat, help center e backoffice



Outras funcionalidades

1

2

3

# SEGUIMOS ENTREGANDO O QUE PROMETEMOS

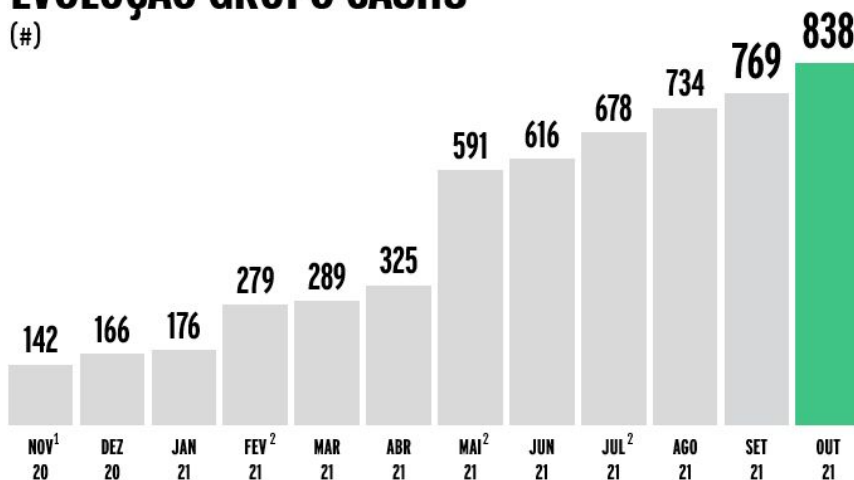


Crescimento do nosso time,  
especialmente em Produto  
e Tecnologia

## NOSSO TIME

### EVOLUÇÃO GRUPO CASH3

(#)



# 53%

do time do Méliuz está alocado em Tecnologia e Produto

# 70%

dos nossos desenvolvedores estão trabalhando em features, melhorias e novos produtos que serão lançados ao longo dos próximos trimestres

<sup>1</sup> Considerando o número de funcionários do Méliuz no dia da oferta inicial de ações (IPO).

<sup>2</sup> Aquisições: Picodi em fev/21; Acesso Bank (pendente de aprovação do Banco Central), Promobit e Melhor Plano em mai/21; Alter em jul/21.



**FOCO NAS  
PESSOAS**



## **BAIXO NÍVEL DE TURNOVER VOLUNTÁRIO**

do time de Engenharia

**1%** AO MÊS<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Aproximadamente

<sup>2</sup> Sendo 10 a nota máxima

M



**9,9**



## **AVALIAÇÃO GERAL DA INTEGRAÇÃO<sup>2</sup>**

1 2 3

# SEGUIMOS ENTREGANDO O QUE PROMETEMOS



Crescimento da nossa base de usuários potencializando novos produtos e serviços

3T21

# NOSSOS NÚMEROS

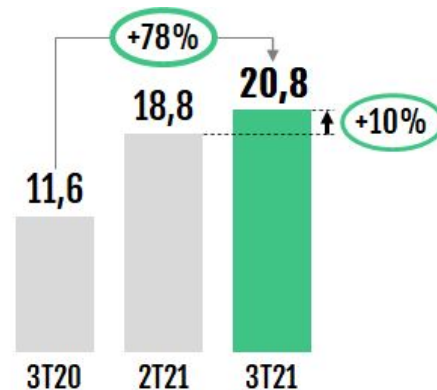
## 30 MIL

contas abertas  
por dia útil  
no 3T21

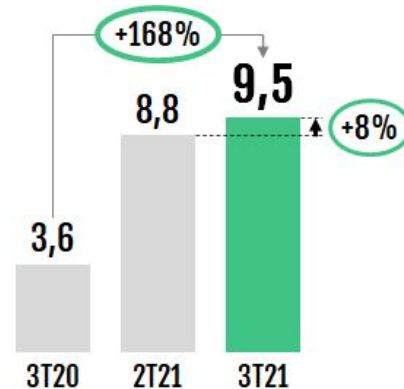
1- Considera apenas Méliuz.

2- Usuários Ativos são usuários únicos, novos ou recorrentes, que realizaram ao menos uma das seguintes ações durante o período reportado: (i) compra em algum parceiro Méliuz iniciada a partir do aplicativo (app), site ou plugin da Méliuz; (ii) alguma compra utilizando o Cartão de Crédito Méliuz; (iii) ativação de alguma oferta divulgada pela Méliuz em seu site, aplicativo (app) ou plugin; (iv) instalação ou manutenção de plugin ativo em seu navegador de internet; (v) instalação ou utilização do aplicativo do Méliuz; (vi) submissão de proposta solicitando o Cartão de Crédito Méliuz; (vii) solicitação de resgate do saldo de cashback para sua conta bancária ou poupança e/ou (viii) indicação de novo usuário para a Méliuz por meio do Programa "Indique e Ganhe".

## CONTAS TOTAIS<sup>1</sup>



## USUÁRIOS ATIVOS LTM<sup>1,2</sup>



M



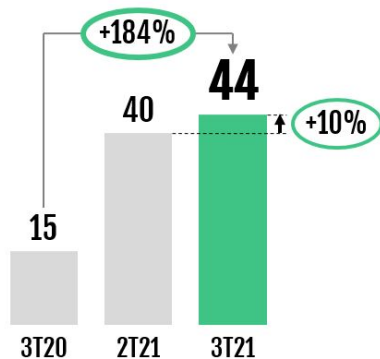


# SÓLIDO CRESCIMENTO

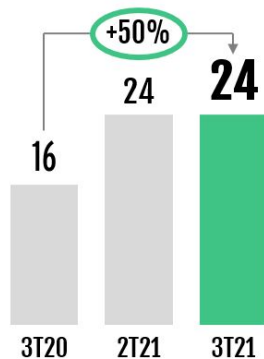
nas métricas  
de engajamento  
de usuários

M

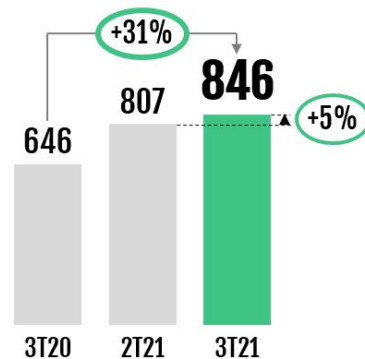
## VISITAS APP (#MM)



## SESSÕES SITE (#MM)



## PLUG-IN ATIVO NO NAVEGADOR (#K)



Usuários ativos na extensão (plug-in) são aqueles usuários que utilizaram seu navegador e possuíam o produto instalado e ativado nos últimos 7 dias. Os números de visitas no App, sessões no site e Plug-in ativo no navegador contemplam apenas o Méliuz (sem aquisições).

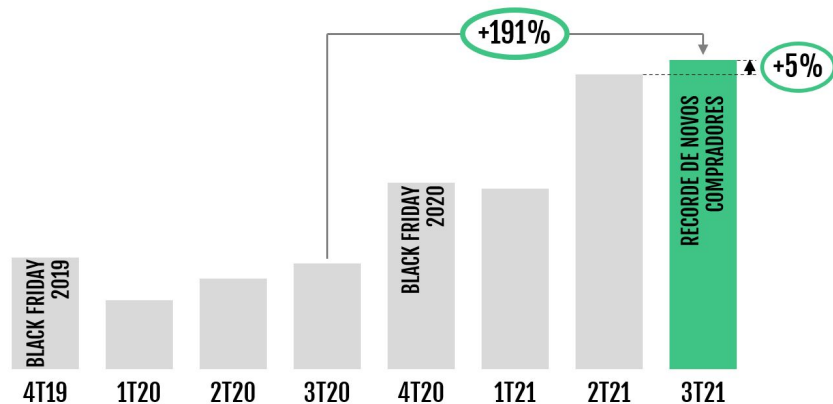
★ PELO SEGUNDO TRIMESTRE SEGUIDO

Conquistamos MAIS NOVOS COMPRADORES NA VERTICAL SHOPPING em um trimestre do que durante o período da BLACK FRIDAY.

M

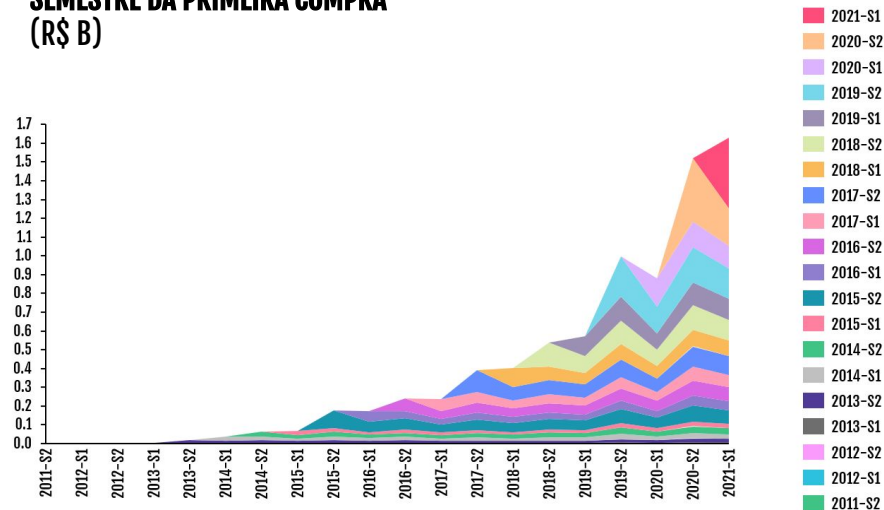
## NOVOS COMPRADORES<sup>1</sup>

🛒 Vertical Shopping



## GMV POR SAFRA<sup>2</sup>

SEMESTRE DA PRIMEIRA COMPRA (R\$ B)



<sup>1</sup> Os números de novos compradores contemplam apenas a vertical de shopping do Méliuz (sem aquisições);

<sup>2</sup> Os dados de GMV por safra contemplam apenas o Méliuz (sem aquisições).

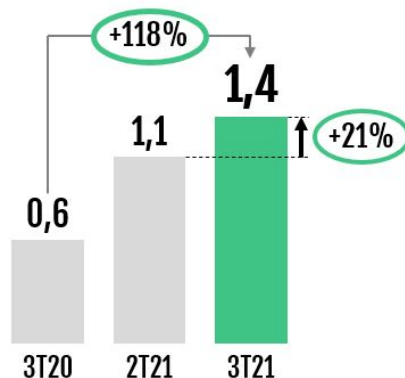


# ATINGIMOS O MELHOR RESULTADO DA HISTÓRIA EM GMV

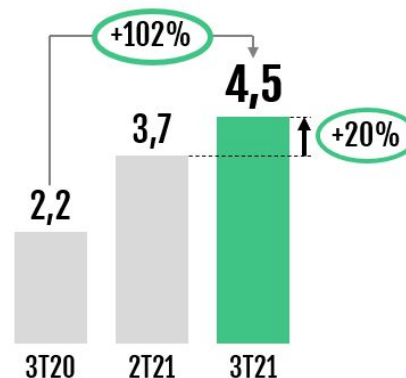
superando inclusive  
os valores do 4T20,  
quando ocorreu a  
última *Black Friday*

M

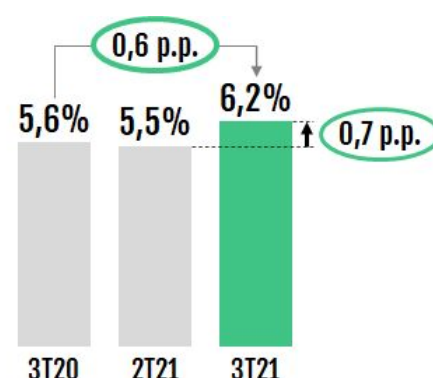
## GMV TRIMESTRAL (R\$ B)



## GMV LTM (R\$ B)



## TAKE RATE TRIMESTRAL MÉLUIZ (%)



O GMV (Gross Merchandise Volume) ou Volume Bruto de Mercadoria considera o valor total das vendas originadas para nossos parceiros do e-commerce. Considera os valores de Picodi a partir de março de 2021 e Promobit a partir de maio de 2021;

Take rate: representado pelo percentual de comissão da empresa em cada transação realizada na vertical shopping. Chegamos no valor do take rate através de um cálculo gerencial, onde a comissão acordada com cada parceiro é dividida pelo GMV originado. Ver disclosure compelido no release de resultado 3T21.

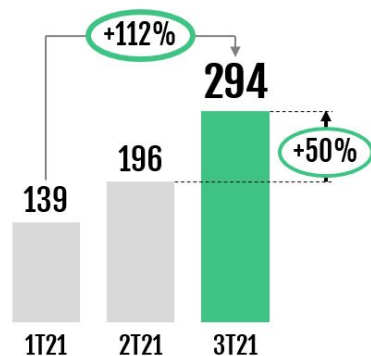


# MÉLUIZ NOTA FISCAL

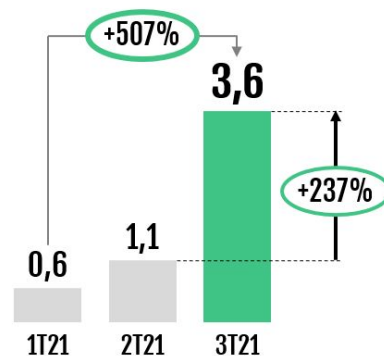
## MAIOR ADEÇÃO DA NOSSA BASE DE USUÁRIOS E ACESSO A DADOS ESTRATÉGICOS

M

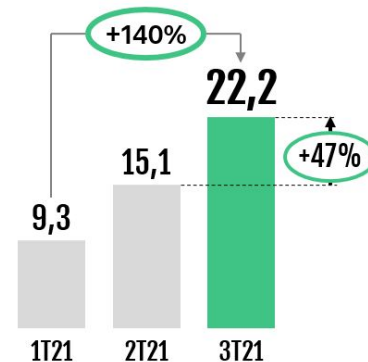
### USUÁRIOS ATIVANDO OFERTAS (#K)



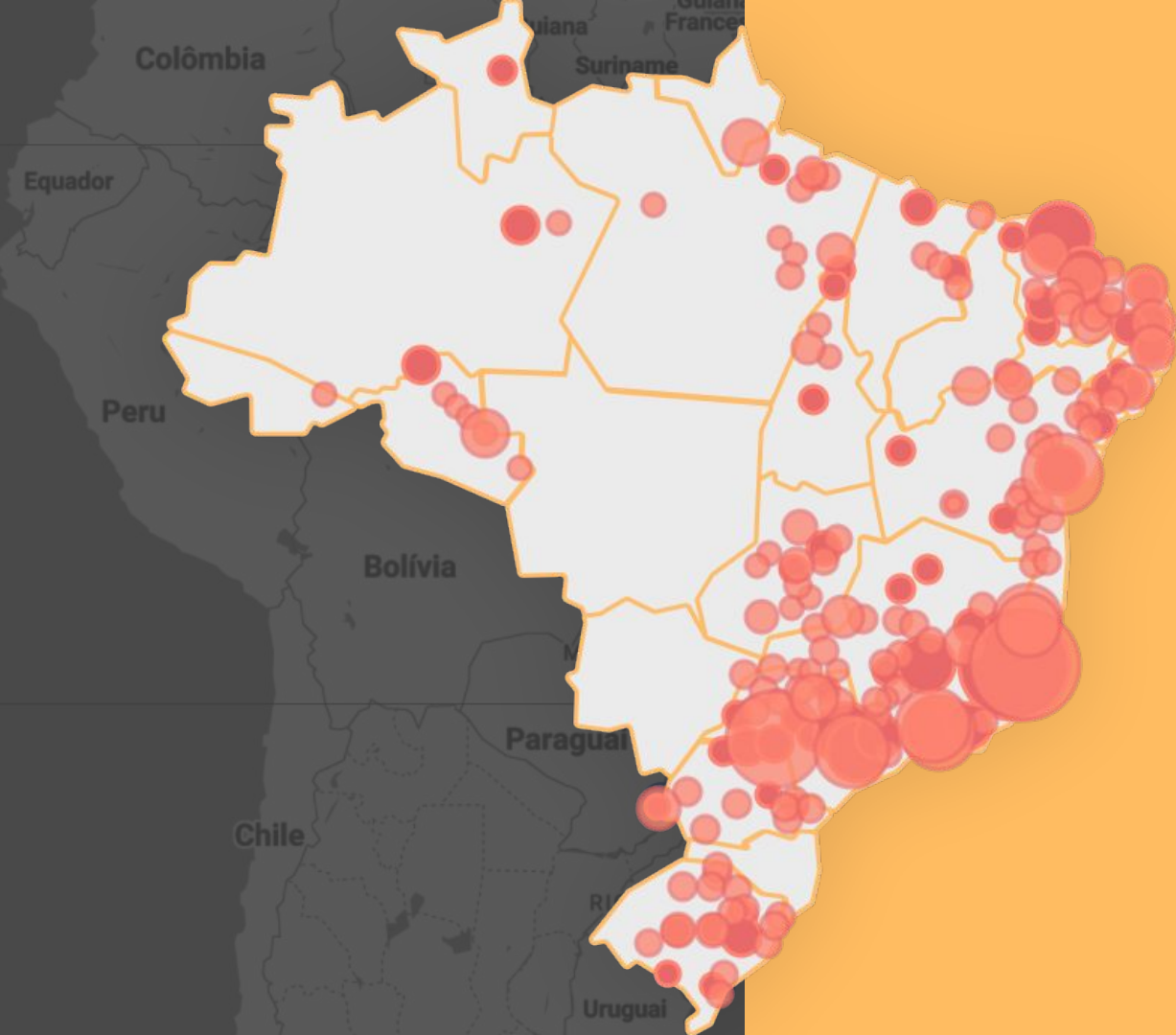
### OFERTAS ATIVADAS (#MM)



### SELLOUT DATAPPOINTS (#MM)



Sellout Datapoints representa o volume captado de registros de itens vendidos nas notas fiscais



MÉLIUZ NOTA FISCAL

# USUÁRIOS EM MAIS DE 3.622 CIDADES

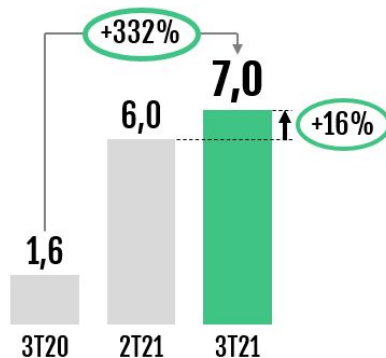
(65% das cidades  
do Brasil)



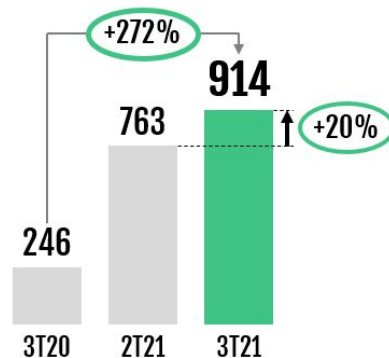
# SERVIÇOS FINANCEIROS

Desaceleração esperada por conta da priorização na elaboração e estruturação do novo cartão Méliuz

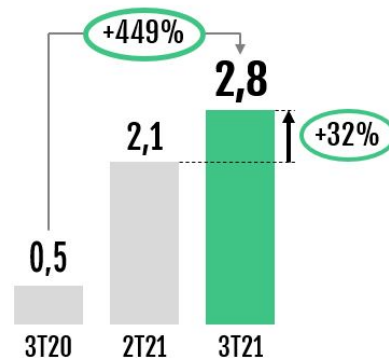
## CARTÕES SOLICITADOS ACUMULADO (#MM)



## TPV TRIMESTRAL (R\$ MM)



## TPV LTM (R\$ B)





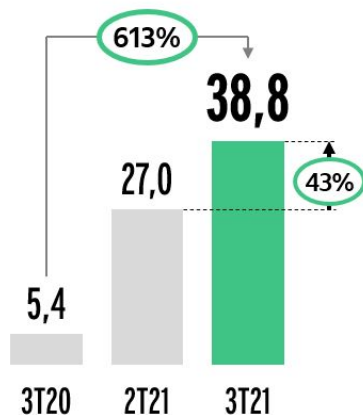
# CRIPTOATIVOS

A aquisição da Alter marca nosso primeiro passo da feature de investimentos no ecossistema Méliuz

M

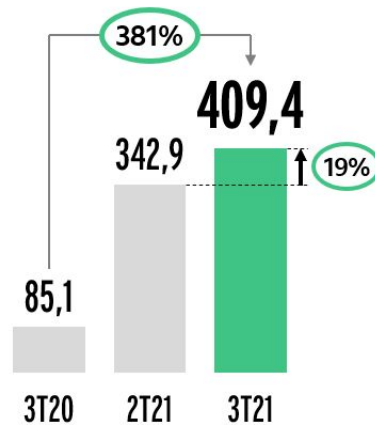
## ATIVOS SOB CUSTÓDIA

(R\$ MM)



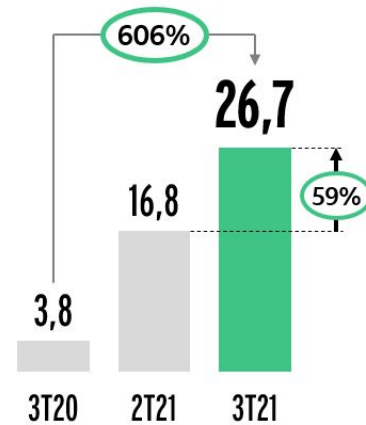
## VOLUME NEGOCIADO

(R\$ MM)



## USUÁRIOS ATIVOS

(#K)



1

2

3

# SEGUIMOS ENTREGANDO O QUE PROMETEMOS



Avanço na vertical shopping  
Internacional em busca de mais  
engajamento dos usuários





picodi

# ON TRACK NA ESTRATÉGIA DE AUMENTAR O ENGAJAMENTO DOS USUÁRIOS

M

## SHOPPING INTERNACIONAL

Em fase inicial

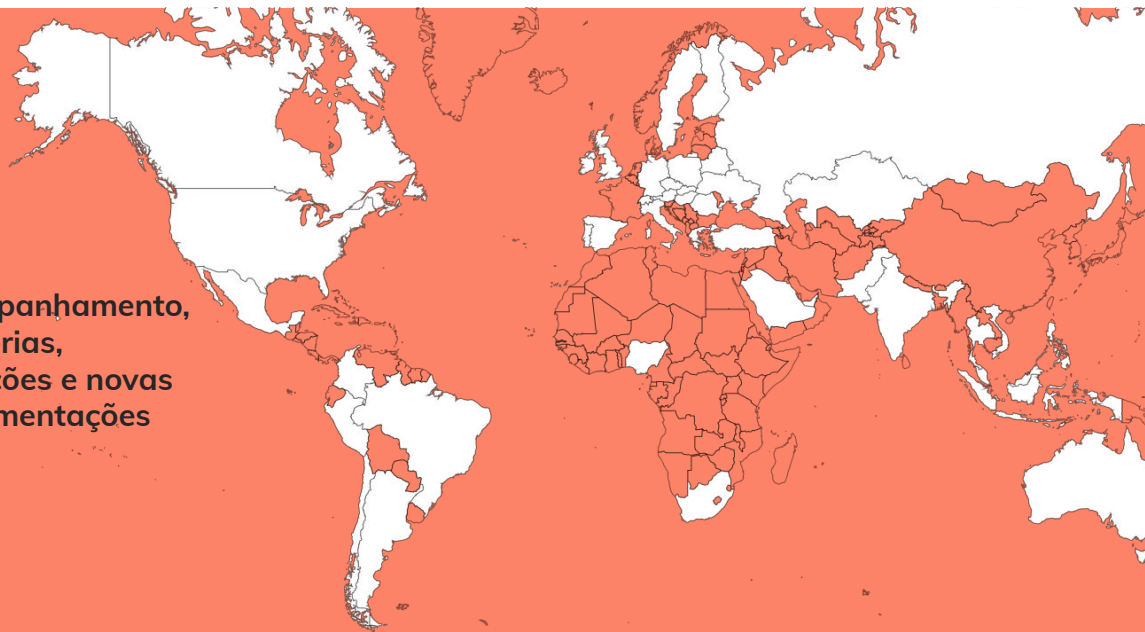
### FEATURE CASHBACK

lançado em 9 países<sup>1</sup>

Acompanhamento, melhorias, correções e novas implementações

### Criação de um APLICATIVO PARA CELULAR

e adição de outras funcionalidades<sup>2</sup>



<sup>1</sup> Os 9 países foram: Turquia, Espanha, Romênia, México, Emirados Árabes, República Tcheca, Polónia, Rússia e Austrália;

<sup>2</sup> Plataforma ágil, moderna, escalável, e com multi-idiomas e moedas



# DESTAQUES DO SHOPPING INTERNACIONAL

**+13,0 MM**

De sessões no site Picodi  
durante o 3T21

Tráfego com  
origem em  
**44 PAÍSES**

**R\$ 234 MM<sup>1</sup>**

GMV no 3T21

**R\$ 7,7 MM<sup>1</sup>**

Receita Líquida  
no 3T21

M



**Destques**  
**3T21**

# FINANCEIROS

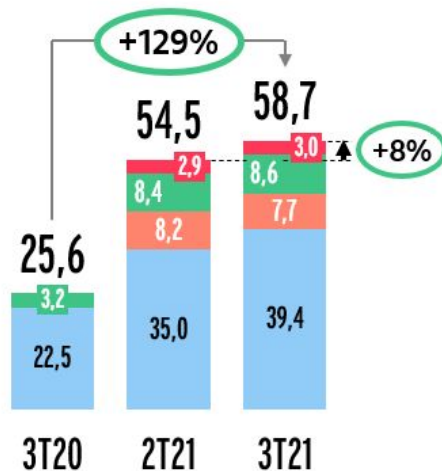
M



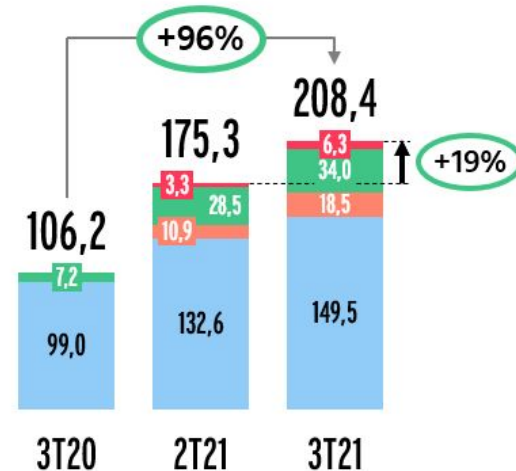
Receita Líquida  
do 3T21

**CRESCEU  
129% NO  
COMPARATIVO  
ANUAL**

### RECEITA LÍQUIDA (R\$ MM)



### RECEITA LÍQUIDA LTM (R\$ MM)





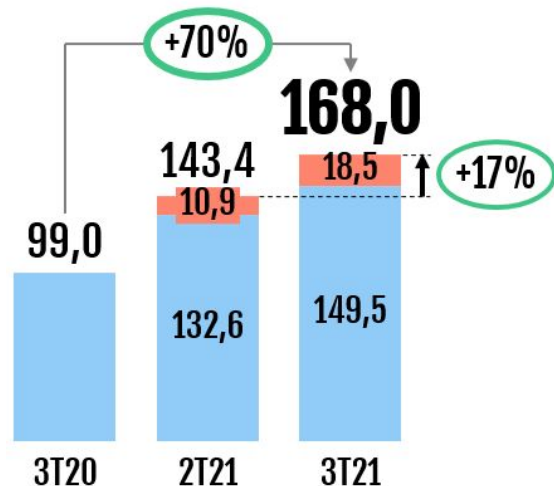
Receita do Shopping

**CRESCEU  
110% ANO  
CONTRA ANO**

### RECEITA LÍQUIDA SHOPPING (R\$ MM)



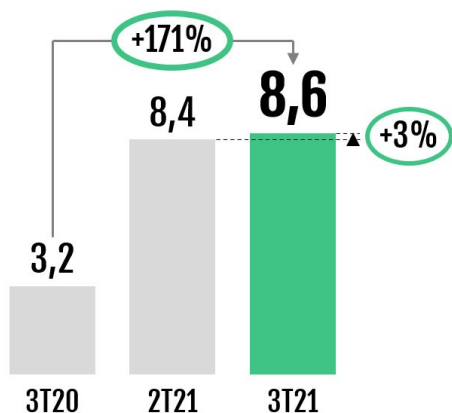
### RECEITA LÍQUIDA LTM SHOPPING (R\$ MM)



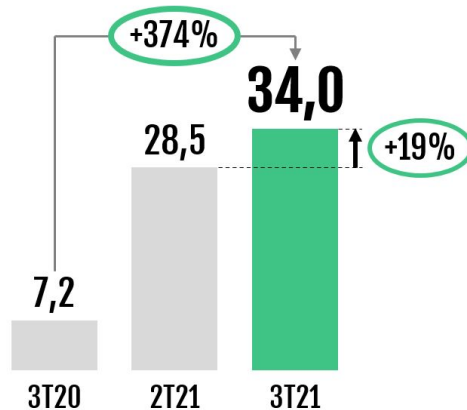
● Nacional ● Internacional

Considera os valores de Picodi a partir de março de 2021.  
Valores de Shopping Nacional incorporam somente resultados do Méliuz

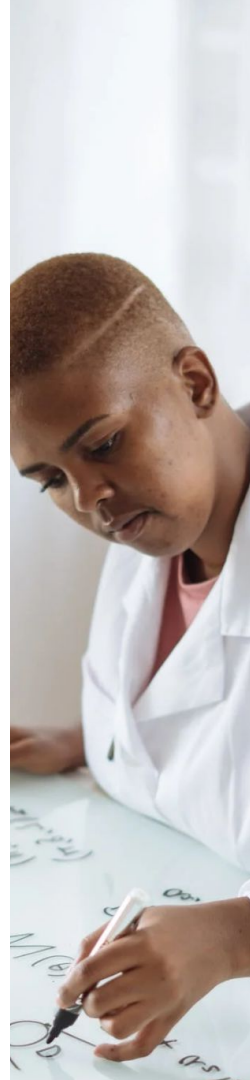
## RECEITA LÍQUIDA SERVIÇOS FINANCEIROS (R\$ MM)



## RECEITA LÍQUIDA LTM SERVIÇOS FINANCEIROS (R\$ MM)



Considera os valores do Cartão de Crédito Méliuz e de Méliuz Empréstimos.



M



## SERVIÇOS FINANCEIROS

Desaceleração esperada por conta da priorização na elaboração e estruturação do novo cartão Méliuz



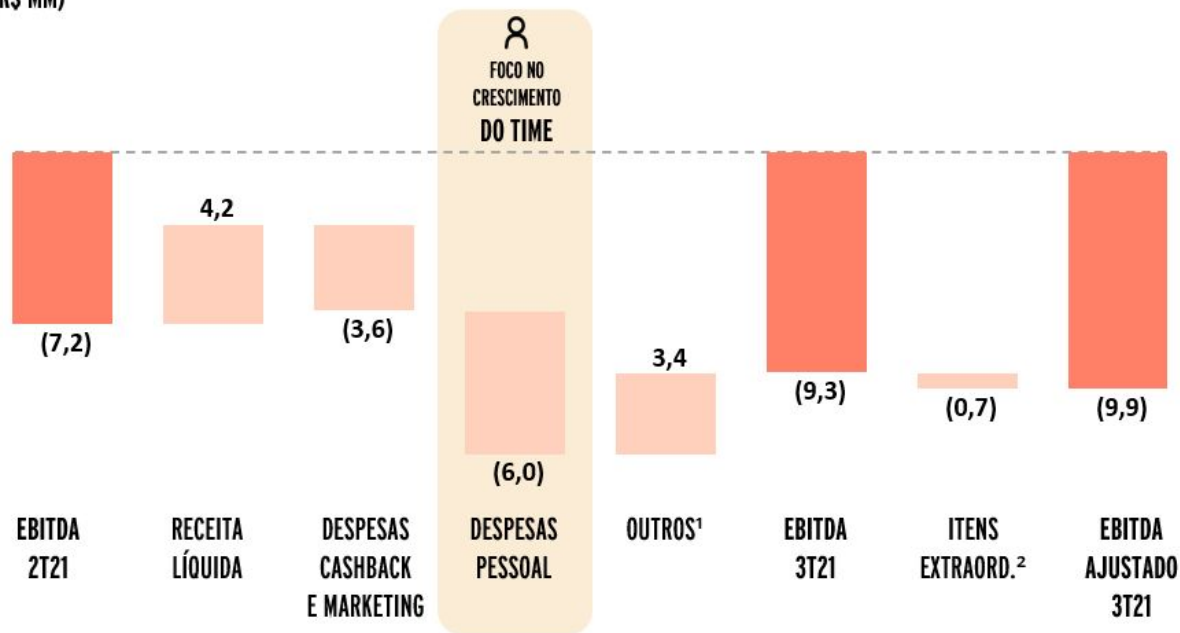
# CONTINUAREMOS INVESTINDO PARA ENTREGAR NOVOS E MELHORES PRODUTOS

Foco em gerar valor  
no longo prazo

M

## EVOLUÇÃO EBITDA

(R\$ MM)



¹ Outros: despesas gerais e administrativas, despesas de software, serviços de terceiros e outras receitas/despesas operacionais;

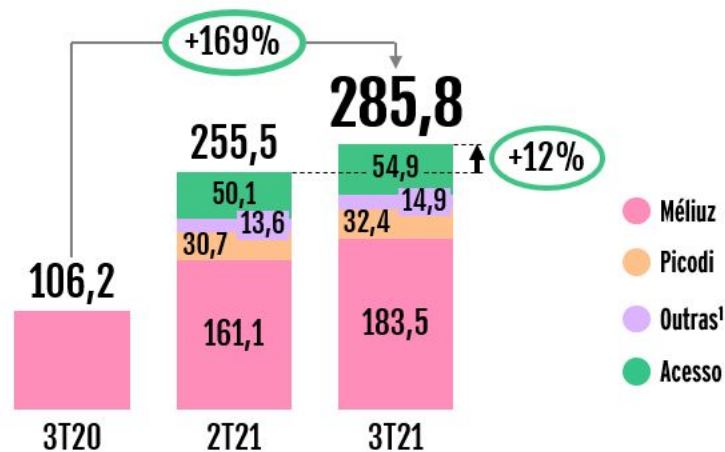
² Itens extraordinários: Considera despesas com M&As (R\$ 0,7MM) e ganho da operação de compra da iDinheiro (Gana S.A.) (-R\$ 1,4MM)



# RESULTADO PRO FORMA COM AQUISIÇÕES



## RECEITA LÍQUIDA LTM PRO FORMA COM AQUISIÇÕES (R\$ MM)



¹ Outras: Melhor Plano, Promobit, idinheiro.



# PLANOS PARA OS PRÓXIMOS TRIMESTRES

## PESSOAS

Continuar reforçando pontualmente o nosso time, especialmente o de produto e tecnologia.

## SHOPPING NACIONAL

Estamos prontos para entregar uma excelente *Black Friday*.

## SHOPPING INTERNACIONAL

Avançar nos testes com a *feature* *cashback*, lançar aplicativo e potencializar o engajamento de usuários.

## NOVO CARTÃO E NOVO APP

Foco total na estruturação e desenvolvimento do novo App e dos novos produtos financeiros, como o novo cartão de crédito Méliuz.

M



M

**DESCUBRA,  
DECIDA,  
COMPRE,  
ECONOMIZE  
E PAGUE.**

Tudo com Méliuz.

?!

[ri.meliuz.com.br](https://ri.meliuz.com.br)  
[ri@meliuz.com.br](mailto:ri@meliuz.com.br)