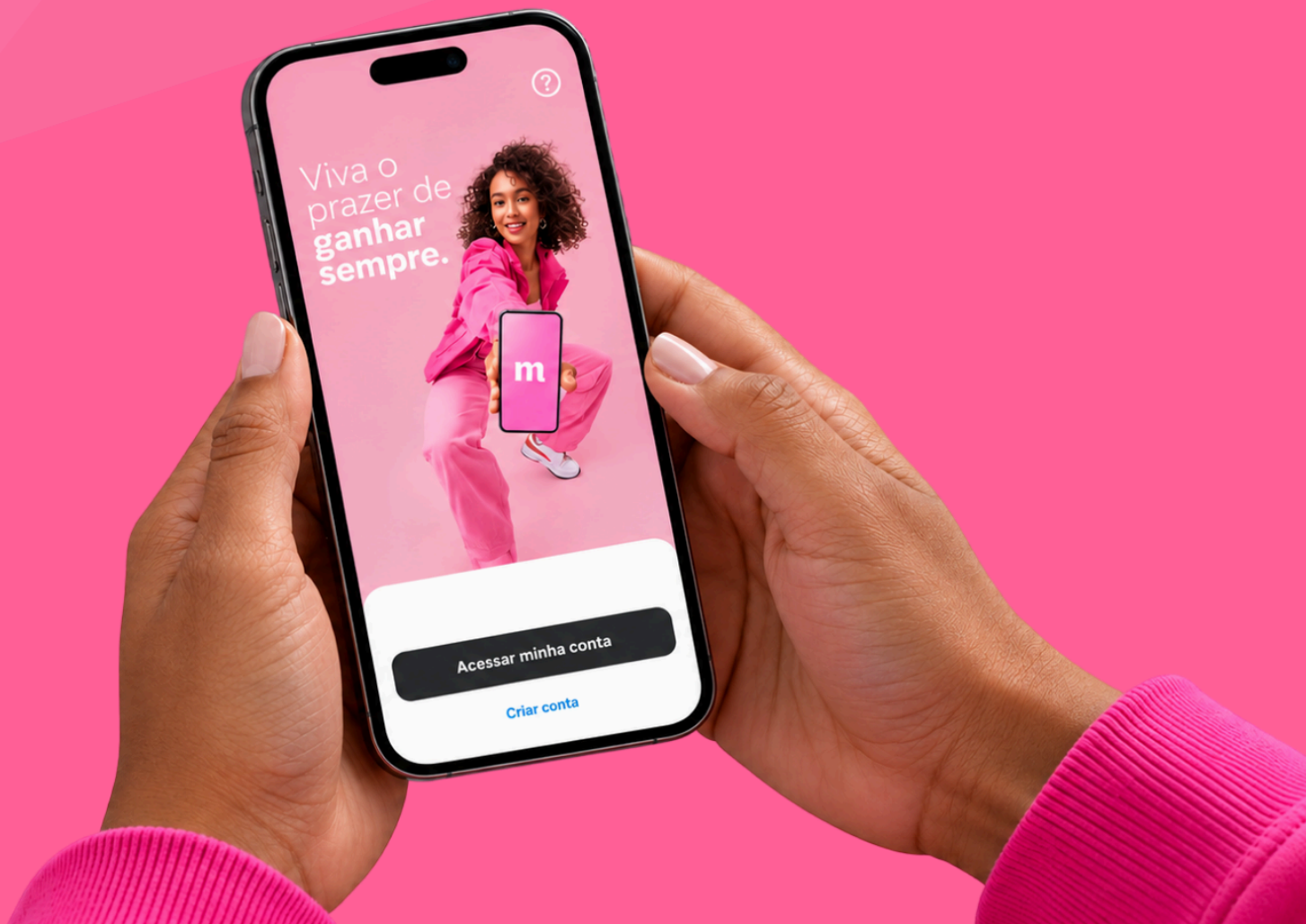
méliuz

3T26

Release de **Resultados**



Conteúdo

Mensagem do CEO	**3**
Destaques Resultados	**6**
Business Operacional	**7**
Bitcoin Treasury Strategy	**25**
Demonstrações Financeiras	**28**
Contatos	**33**

Webcast de Resultados

5 de novembro de 2026 às 11:00
(Horário de Brasília)
com tradução simultânea para o inglês*

Link do *Webcast*: Clique aqui

Link do *Webcast* no Youtube: Clique aqui

*Selecione o idioma de sua preferência clicando no botão **"Interpretação"**, localizado na parte inferior da janela do aplicativo Zoom.

Mensagem do CEO

R$ 99 milhões de EBITDA ajustado LTM e um *beyond e-commerce* já maior que o Méliuz pré-IPO: fundamentos sólidos em um trimestre desafiador para o *e-commerce*

O 3T26 foi um trimestre desafiador para o nosso *e-commerce*. A receita líquida consolidada somou R$ 96,1 milhões (-22,3% vs. 3T25) e o EBITDA ajustado atingiu R$ 17,0 milhões, com margem de 17,7%. O resultado foi fruto da retração do *e-commerce* na comparação anual, com queda de 35,3%. A linha de negócio foi impactada pela recuperação judicial de Casas Bahia, mudança no mix de vendas entre parceiros e por efeitos não recorrentes na base de comparação – tudo isso em um varejo brasileiro em desaceleração, que em setembro completou 16 meses consecutivos de retração real nas vendas, segundo o ICVA (Índice Cielo do Varejo Ampliado)[1]. Esses fatores estão detalhados ao longo deste relatório.

Apesar dos impactos de curto prazo, os resultados dos últimos 12 meses mostram que seguimos no caminho certo:

R$ 99,0 milhões de EBITDA ajustado (+26,7% vs. LTM3T25), margem de 21,1%
R$ 468,3 milhões de receita líquida (+9,8%)
R$ 64,5 milhões de lucro líquido ajustado (+69,9%)
R$ 85,1 milhões de receita do *beyond e-commerce* (+89,5%)

Gosto sempre de dar um passo atrás e olhar para os fundamentos do negócio. Muito além dos números, são eles que sustentam minha confiança de que seguimos na direção certa para nos tornar o maior e melhor programa de fidelidade do Brasil.

Nossos fundamentos – o que não mudou

Temos uma base engajada e em crescimento. Mesmo com a saída de um parceiro relevante, **o número de compradores do *e-commerce* cresceu 9,7%**, com o GMV se mantendo praticamente estável. Em outras palavras, nossos usuários seguiram comprando com o Méliuz, agora em outros parceiros do nosso ecossistema. Já vivemos situação semelhante com outros parceiros em recuperação judicial e, mais uma vez, provamos a fidelidade de nossos usuários ao Méliuz.

Somos muito eficientes em aquisição. Investimos menos de R$ 2,2 milhões por mês em marketing e seguimos entre os 6 apps mais baixados da categoria Compras. Encerramos o trimestre com 56,6 milhões de contas – 10,7 milhões a mais do que há um ano, **e o número de novos compradores no *e-commerce* cresceu 20,2%.** Pela dinâmica de *cohorts* do nosso

[1] Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA), referente a julho, agosto e setembro de 2026.

business, cada novo comprador aumenta sua frequência de compra ao longo do tempo – o crescimento de hoje é a receita dos próximos anos.

Mantivemos nossa disciplina na rentabilidade. Mesmo com um *take rate* médio menor, nosso *net take rate* subiu de 2,1% para 2,2%, sustentado pela personalização do *cashback* com modelos proprietários de IA, que nos permitem gerar mais vendas aos parceiros ao mesmo tempo que melhoramos a rentabilidade. As despesas fixas estão em 27% da receita líquida (LTM), contra 36% em 2024. E o lucro líquido ajustado do trimestre cresceu 28,4%, para R$ 19,6 milhões.

E, acima de tudo, diversificamos nossas fontes de receita e construímos um motor de crescimento. O *beyond e-commerce* cresceu 23,8% no trimestre em base comparável[2] e já representa 28,7% da receita do Shopping Brasil. Nos últimos doze meses, foram R$ 85,1 milhões – mais do que toda a receita do Méliuz em 2019, ano anterior ao nosso IPO! São produtos de alta frequência, no *on-line* e no *off-line*, que tornam nossa receita cada vez menos dependente do ciclo do varejo. E esse ecossistema se amplia a cada trimestre. Nos últimos doze meses, lançamos quatro novas linhas de receita, como Clube Méliuz e Opine e Ganhe, enquanto produtos mais maduros seguem ganhando escala. Não por acaso, 61% dos usuários que compraram no *e-commerce* no trimestre também utilizaram outros produtos do ecossistema.

Esses avanços estão diretamente ligados à aceleração de nossa capacidade de desenvolver produtos utilizando IA. Desde o 4T25, quadruplicamos o número de PRs por desenvolvedor e reduzimos em 54% o tempo para cada produto chegar na mão do cliente. Nunca fomos tão rápidos em criar e testar novos produtos.

Alocação de capital – recompra segue como prioridade

Na alocação de capital, seguimos fiéis ao objetivo que estabelecemos desde o início da nossa estratégia de tesouraria em Bitcoin, em março de 2025, que é maximizar a quantidade de Bitcoin por ação. Para isso, alocamos capital de forma dinâmica - quando, no nosso entendimento, nossas ações são negociadas com desconto, a recompra de ações se torna a alternativa mais eficiente para gerar *Bitcoin Yield*. Foi essa lógica que nos levou, desde o 4T25, a priorizar as recompras, em um momento em que a Companhia era negociada a cerca de 0,5x o EBITDA ajustado. O primeiro programa recomprou e cancelou 9,1 milhões de ações, integralmente com a geração de caixa da operação, gerando um *Bitcoin Yield* de 8,54% aos nossos acionistas.

[2] Após ajuste do 3T25, conforme explicado no capítulo de Shopping Brasil (*beyond e-commerce*).

A motivação da recompra segue válida: hoje, nosso negócio operacional é avaliado a aproximadamente 1,1x o EBITDA ajustado LTM[3]. Com isso, em agosto de 2026 lançamos nosso segundo programa e anunciamos a evolução da nossa política de tesouraria, que agora passa a ter uma visão integrada do caixa. Nesse trimestre, vendemos 78 bitcoins para financiar novas recompras de ação, sem abrir mão da exposição ao ativo, por meio de opções que permitem a recompra desses bitcoins a preços pré-definidos em 2027. Caso essa operação seja concluída, cada ação terá 8,1% mais bitcoin do que no final do 2T26 e 17,4% mais do que em 30 de setembro de 2025, antes do início das recompras.

Reforço: nossa convicção no Bitcoin como reserva de valor segue inalterada. Além de seu potencial de valorização, ele é um ativo global, denominado em dólar e independente do ciclo do consumo brasileiro, diversificando o patrimônio da Companhia em um cenário de incerteza fiscal e cambial no país.

Foi um trimestre operacionalmente desafiador, mas que não muda os fundamentos do Méliuz: uma base de mais de 56 milhões de brasileiros, que só cresce, e está cada vez mais engajada; estrutura enxuta, receita cada vez mais diversificada e uma velocidade de execução que nunca tivemos.

Queremos ser o maior, melhor e mais inteligente programa de *loyalty* do Brasil – e seguimos no caminho certo. Que venha a *Black Friday*!!

Gabriel Loures – CEO

[3] *Enterprise Value* ajustado gerencial em 03/11/2026 (*market cap* menos: caixa, recompra de ações e carteira de Bitcoin) sobre o EBITDA ajustado LTM3T26.

Destaques Resultados

	3T26	3T25[4]	(Var. %)	2T26	(Var. %)	9M26	9M25	(Var. %)	LTM3T26	LTM3T25	(Var. %)
Desempenho Financeiro (R$ milhões)											
Receita Líquida Consolidada	**96,1**	**123,7**	**-22,3%**	**115,7**	**-16,9%**	**330,0**	**321,9**	**2,5%**	**468,3**	**426,6**	**9,8%**
Shopping Brasil (Méliuz)	70,7	98,2	-28,0%	92,6	-23,6%	256,7	239,7	7,1%	365,9	311,7	17,4%
Serviços Financeiros (Méliuz)	10,5	9,6	9,7%	8,2	27,8%	29,2	31,2	-6,3%	41,0	47,3	-13,3%
Shopping Internacional (Picodi)	2,3	4,3	-47,6%	2,8	-18,9%	8,1	16,6	-51,0%	12,5	23,2	-45,8%
Outras Companhias	12,6	11,6	8,8%	12,0	4,6%	36,0	34,3	4,8%	48,8	44,4	10,1%
EBITDA Ajustado Consolidado	**17,0**	**27,2**	**-37,7%**	**17,3**	**-2,1%**	**64,4**	**57,1**	**12,8%**	**99,0**	**78,2**	**26,7%**
Impacto Bitcoin	78,5	-	-	-32,1	-	-30,0	-	-	-87,2	-	-
Outros Itens Extraordinários	-10,2	-1,1	-	-	-	-10,2	-4,0	-	-4,8	15,4	-
EBITDA Consolidado	**85,3**	**26,1**	**226,1%**	**-14,8**	**-**	**24,2**	**53,1**	**-54,5%**	**7,0**	**93,5**	**-92,5%**
Lucro/Prejuízo Ajustado Consolidado	**19,6**	**15,3**	**28,4%**	**9,7**	**102,4%**	**45,6**	**35,8**	**27,5%**	**64,5**	**37,9**	**69,9%**
Impacto Bitcoin	78,5	-	-	-32,1	-	-30,0	-	-	-87,2	-	-
Outros Itens Extraordinários	15,6	-1,1	-	-	-	15,6	-4,0	-	21,0	15,4	36,6%
Lucro/Prejuízo Consolidado	**113,7**	**14,2**	**700,9%**	**-22,4**	**-**	**31,2**	**31,8**	**-1,9%**	**-1,8**	**53,3**	**-**
Caixa, Equiv. Caixa & TVM (Consolidado)	**106,3**	**67,3**	**57,9%**	**112,6**	**-5,7%**	**106,3**	**67,3**	**57,9%**	**106,3**	**67,3**	**57,9%**
Caixa e Equiv. Caixa Disponível	61,5	67,3	-8,6%	75,5	-18,5%	61,5	67,3	-8,6%	61,5	67,3	-8,6%
Recompra de Ações (TVM)	44,7	-	-	37,2	20,4%	44,7	-	-	44,7	-	-
Posição Bitcoin Acumulado (#)	**₿ 526,7**	**₿ 604,7**	**-12,9%**	**₿ 604,7**	**-12,9%**	**₿ 526,7**	**₿ 604,7**	**-12,9%**	**₿ 526,7**	**₿ 604,7**	**-12,9%**
Valor da Carteira de Bitcoin em Reais[5]	**228,0**	**366,7**	**-37,8%**	**183,3**	**24,4%**	**228,0**	**366,7**	**-37,8%**	**228,0**	**366,7**	**-37,8%**
Desempenho Operacional											
Contas Totais Méliuz (# milhões)	**56,6**	**45,9**	**23,3%**	**54,1**	**4,6%**	**56,6**	**45,9**	**23,3%**	**56,6**	**45,9**	**23,3%**
Net Take Rate (Méliuz)	**2,2%**	**2,1%**	**0,1 p.p.**	**2,0%**	**0,2 p.p.**	**2,2%**	**2,3%**	**-0,1 p.p.**	**2,2%**	**2,2%**	**-**
Take Rate (Méliuz)	**6,3%**	**7,2%**	**-0,9 p.p.**	**6,5%**	**-0,2 p.p.**	**7,0%**	**7,6%**	**-0,6 p.p.**	**7,2%**	**7,2%**	**-**
GMV Shopping Brasil (R$ milhões)	**1.251,5**	**1.294,3**	**-3,3%**	**1.273,0**	**-1,7%**	**3.907,3**	**3.937,2**	**-0,8%**	**5.529,8**	**5.365,4**	**3,1%**

[4] Os números do 3T25 foram ajustados entre linhas, sem impacto no resultado total (apenas no EBITDA), conforme orientações do Ofício CVM Nº 1/2026, aplicáveis a arranjos de computação em nuvem. Tal ajuste se reflete nos números acumulados na tabela.
[5] Valor da Carteira: multiplicação da quantidade de bitcoin acumulada pelo preço de fechamento do Bitcoin em dólares (US$) e pela cotação do dólar na data de fechamento de cada respectivo trimestre.

Business Operacional

Receita Líquida

A receita líquida consolidada somou R$ 96,1 milhões no 3T26, uma queda de 22,3% em relação ao 3T25 (R$ 123,7 milhões) e de 16,9% frente ao 2T26 (R$ 115,7 milhões). A redução ocorreu principalmente pela retração do e-commerce, nosso *core business*, majoritariamente afetado pelo pedido de recuperação judicial da Casas Bahia, em agosto deste ano. Além desse motivo, a comparação entre os períodos foi impactada por outros fatores, como a mudança no mix de vendas entre parceiros, que afetou diretamente o *take rate* do período, e o impacto *one-off* positivo na receita do 3T25, devido à reclassificação contábil dos produtos *beyond e-commerce*. Esses impactos estão detalhados no capítulo de Shopping Brasil.

Apesar de um trimestre mais desafiador, a visão acumulada mostra que a Companhia segue crescendo de forma sólida o seu *top line*. Nos últimos doze meses encerrados no 3T26, a receita líquida consolidada chegou a R$ 468,3 milhões, crescimento de 9,8% frente aos R$ 426,6 milhões do LTM3T25. O Shopping Brasil somou R$ 365,9 milhões no LTM3T26, alta de 17,4% sobre os R$ 311,7 milhões do LTM3T25, e respondeu por cerca de 78% da receita consolidada.

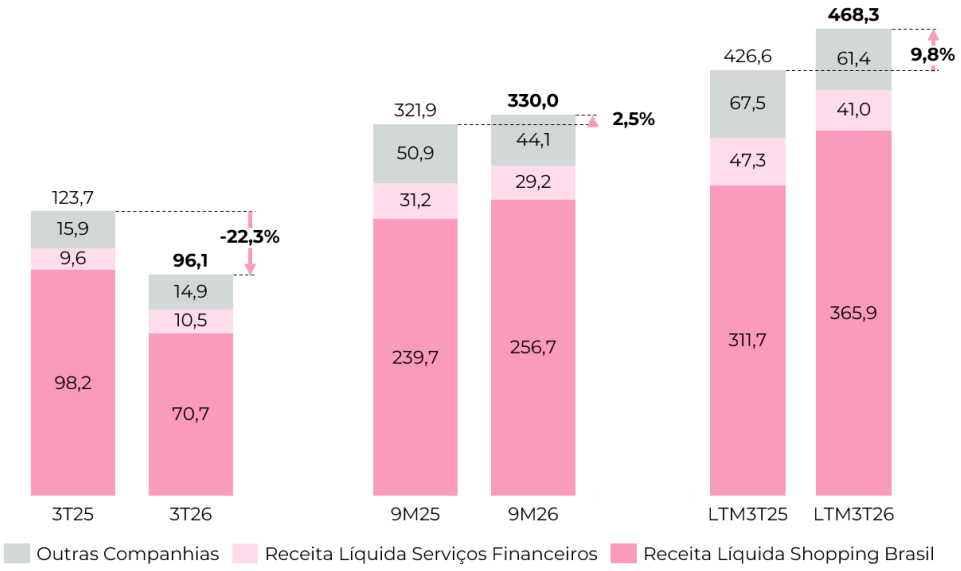
Receita Líquida (R$ milhões)	**3T26**	**3T25**	**Var** (%)	**2T26**	**Var** (%)	**9M26**	**9M25**	**Var (%)**	**LTM3T26**	**LTM3T25**	**Var (%)**
Shopping Brasil	70,7	98,2	-28,0%	92,6	-23,6%	256,7	239,7	7,1%	365,9	311,7	17,4%
E-commerce	50,4	77,9	-35,3%	73,0	-30,9%	196,0	205,6	-4,7%	280,8	266,8	5,2%
Beyond e-commerce	20,3	20,3[6]	-	19,6	3,5%	60,7	34,1	77,9%	85,1	44,9	89,5%
Serviços Financeiros	10,5	9,6	9,7%	8,2	27,8%	29,2	31,2	-6,3%	41,0	47,3	-13,3%
Shopping Internacional	2,3	4,3	-47,6%	2,8	-18,9%	8,1	16,6	-51,0%	12,5	23,2	-45,8%
Outros	12,6	11,6	8,8%	12,0	4,6%	36,0	34,3	4,8%	48,8	44,4	10,1%
Receita Líquida Total	**96,1**	**123,7**	**-22,3%**	**115,7**	**-16,9%**	**330,0**	**321,9**	**2,5%**	**468,3**	**426,6**	**9,8%**

O Shopping Brasil, nosso *core business*, respondeu por 73,6% da receita total do trimestre. Mesmo em um ambiente adverso para o *e-commerce*, o segmento mostrou que a diversificação construída nos últimos trimestres está dando resultado. O *beyond e-commerce*[7], que reúne fontes de receita além das comissões do varejo on-line, cresceu 89,5% nos últimos doze meses e, no 3T26, já representa 28,7% da receita do Shopping Brasil. Fruto de um processo contínuo de inovação e evolução do nosso modelo de negócio, essa vertical torna nossa receita menos dependente do ciclo do varejo e mais resiliente em diferentes cenários de mercado.

[6] Desconsiderando a reclassificação contábil, o valor do 3T25 seria de R$ 16,4 milhões.
[7] Beyond E-commerce: Méliuz Nota Fiscal, Méliuz Prime, Méliuz Ads, Jogue & Ganhe, Gift Card & Recarga, Joy, entre outros.

Receita Líquida Consolidada

(R$ milhões)



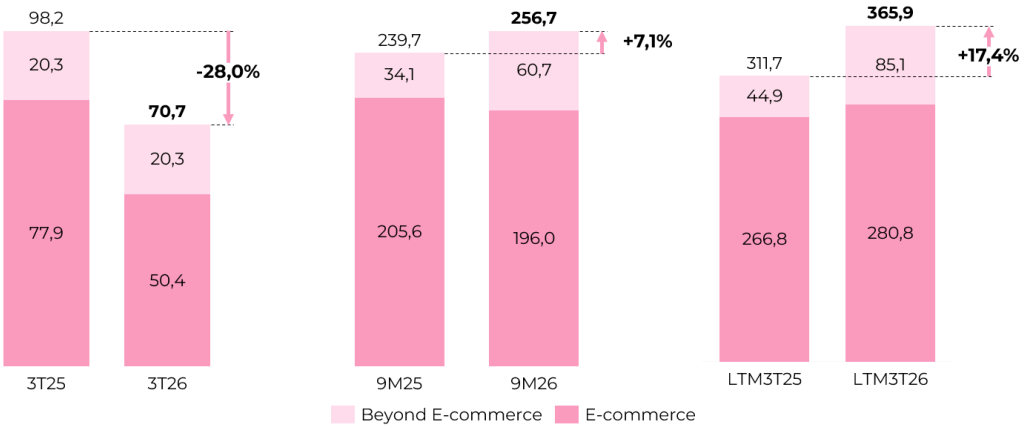
Shopping Brasil

Destaque Financeiro

A receita líquida do Shopping Brasil somou R$ 70,7 milhões no 3T26, ante R$ 98,2 milhões no 3T25. Na visão acumulada, o segmento mantém uma sólida trajetória de crescimento: nos 9M26, a receita alcançou R$ 256,7 milhões, alta de 7,1% em relação aos R$ 239,7 milhões dos 9M25. Em doze meses, somou R$ 365,9 milhões no LTM3T26, crescimento de 17,4% frente aos R$ 311,7 milhões do LTM3T25.

Receita Líquida Shopping Brasil

(R$ milhões)



No 3T26, a receita líquida do Shopping Brasil foi de R$ 70,7 milhões, ante R$ 98,2 milhões no 3T25, sendo que a variação reflete principalmente: (i) o pedido de recuperação judicial da Casas Bahia, em agosto deste ano, que afetou não apenas a operação com esse parceiro, mas também o segmento como um todo no período; (ii) a mudança no mix de vendas entre parceiros, que afetou diretamente a relação *take rate* e GMV do período; (iii) o impacto *one-off* positivo de R$ 3,9 milhões na receita de *beyond e-commerce* no 3T25, devido a reclassificação contábil ocorrida no período[8]; e (iv) a desaceleração do varejo brasileiro no período. Esses impactos foram parcialmente compensados pelo: (v) crescimento do número de compradores e de novos compradores do e-commerce no período.

Abaixo, seguem mais detalhes de cada um desses efeitos no resultado.

(i) Efeito do pedido de recuperação judicial da Casas Bahia

[8] De acordo com o relatório de resultado referente ao 4T25, a receita de alguns produtos do *beyond e-commerce* era registrada em Outras Receitas e Despesas, dentro de Custos e Despesas, e passou a ser contabilizada como Receita Líquida a partir do 3T25. Como a reclassificação incluiu os valores referentes ao 1S25, o 3T25 concentrou receitas de três trimestres, o que eleva a base de comparação anual. Como a reclassificação foi entre linhas da Receita e Despesa, não houve impacto no EBITDA.

Considerando apenas as comissões geradas por esse parceiro no 3T25, deixamos de reconhecer cerca de R$ 15 milhões em receita no 3T26. Considerando esse efeito, a receita líquida consolidada teria sido de aproximadamente R$ 111,1 milhões, a do Shopping Brasil, de cerca de R$ 85,7 milhões, e a do e-commerce de R$ 65,4 milhões.

Vale ressaltar, no entanto, que o impacto sobre o volume transacionado foi limitado. O GMV recuou apenas 3% em relação ao 3T25, permanecendo praticamente estável, porque o crescimento de outros parceiros compensou boa parte do volume que deixou de ser gerado pela Casas Bahia. Mesmo com a interrupção da parceria com a Casas Bahia no trimestre, o número total de compradores no e-commerce no período cresceu 9,7% em relação ao 3T25, e o número de novos compradores cresceu 20,2%. Esse movimento mostra que o engajamento da nossa base segue preservado e, mesmo diante da saída de um parceiro relevante, os usuários continuaram comprando por meio do Méliuz, agora em outros parceiros do ecossistema.

Não é a primeira vez que lidamos com a recuperação judicial de um parceiro relevante: em janeiro de 2023, passamos por situação semelhante com a Americanas. Na ocasião, o impacto inicial foi absorvido nos trimestres seguintes, à medida que nossos usuários passaram a concentrar suas compras em outros parceiros do ecossistema. Esse histórico reforça que a força do Méliuz está na retenção de sua base de usuários e na amplitude de sua rede de parceiros, e não na dependência de poucas varejistas.

(ii) Efeito do mix de vendas entre parceiros

O 3T26 marcou uma mudança relevante na nossa base de parceiros. De um lado, a recuperação judicial da Casas Bahia reduziu as operações com um importante parceiro. De outro, iniciamos a parceria com o Mercado Livre, o maior *marketplace* do país. Como é natural no início de toda nova parceria, a operação com o Mercado Livre está em fase de *ramp-up*, com volumes cada vez mais expressivos.

O efeito mix de vendas explica a maior parte da variação do *take rate*, que passou de 7,2% no 3T25 para 6,3% no 3T26. O GMV, conforme mencionado anteriormente, recuou apenas 3% no período, o que mostra que o volume transacionado na plataforma se manteve praticamente estável mesmo com a saída de um parceiro relevante.

(iii) Efeito *one-off* em *beyond e-commerce*

No 3T25, a receita de alguns produtos do *beyond e-commerce*, antes registrada em *Outras Receitas e Despesas*, dentro de Custos e Despesas, passou a ser contabilizada como *Receita Líquida*, em razão de sua crescente relevância para o negócio[9]. Como a

[9] A informação sobre a reclassificação contábil já havia sido divulgada em relatórios de resultados anteriores. Vale ressaltar que a reclassificação foi entre linhas da Receita e Despesa, portanto, não houve impacto no EBITDA.

mudança incluiu os valores referentes ao 1S25, o 3T25 teve um efeito positivo não recorrente de R$ 3,9 milhões na receita da vertical, o que eleva a base de comparação anual. Desconsiderando este efeito, a receita do *beyond e-commerce* cresceu 23,8% no 3T26 em relação ao 3T25, de R$ 16,4 milhões para R$ 20,3 milhões.

(iv) Efeito da desaceleração do varejo brasileiro

Segundo o ICVA (Índice Cielo do Varejo Ampliado)[10], as vendas recuaram em termos reais nos três meses do trimestre: -1,4% em julho, -2,2% em agosto e -3,9% em setembro, nas comparações com os mesmos meses de 2025. Setembro registrou o pior resultado para o mês desde 2020 e o 16º mês consecutivo de retração real. A queda foi mais intensa em bens duráveis e semiduráveis (-7,3% em setembro), categorias mais dependentes de crédito e muito relevantes para o *e-commerce*. Esse cenário reflete juros elevados, endividamento recorde das famílias e a confiança do consumidor no menor nível desde novembro de 2022, segundo a FGV[11]. Além disso, a Copa do Mundo da FIFA desviou a atenção e o orçamento dos consumidores no início do trimestre.

(v) Crescimento no número de compradores

Parte dos efeitos mencionados acima, que impactaram negativamente o resultado do e-commerce no trimestre, são fatores conjunturais em grande parte externos à Companhia, mas não alteram os fundamentos do negócio.

Um indicativo importante nessa direção é o crescimento do número total de compradores e do número de novos compradores no e-commerce, que cresceram 9,7% e 20,2%, respectivamente na visão anual. Pela lógica de *cohorts* do Méliuz, esses novos compradores ampliam a frequência e o volume de compras ao longo do tempo, o que tende a se refletir em GMV e receita no médio prazo.

Na visão acumulada, o e-commerce mantém a trajetória de crescimento: em doze meses, a receita somou R$ 280,8 milhões no LTM3T26, alta de 5,2% sobre os R$ 266,8 milhões do LTM3T25. Esse desempenho, em conjunto com o GMV estável ano contra ano, mostra que os efeitos do trimestre são temporários e não alteram a solidez de médio prazo da operação, sustentada pela eficiência na aquisição e retenção de usuários e pela geração de valor para uma ampla rede de parceiros.

Beyond E-commerce

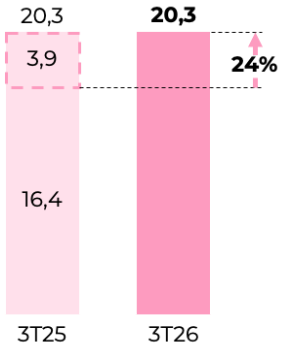
Por sua vez, o *beyond e-commerce* seguiu crescendo e ganhando relevância dentro do Shopping Brasil. No 3T26, a receita somou R$ 20,3 milhões, crescimento de 23,8% em relação ao 3T25 (R$ 16,4 milhões), desconsiderando o efeito não recorrente da

[10] Fonte: Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA), referente a julho, agosto e setembro de 2026.
[11] Fonte: Índice de Confiança do Consumidor da FGV/Ibre, referente a setembro de 2026.

reclassificação contábil explicada anteriormente, e de 3,5% frente ao 2T26. Com isso, o *beyond e-commerce* já responde por 28,7% da receita do segmento no trimestre.

Receita Líquida Beyond E-commerce

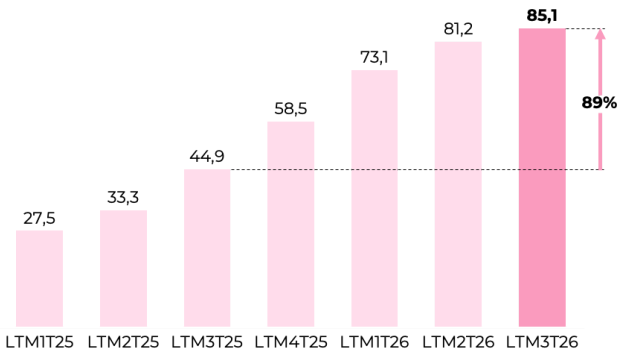
(R$ milhões)



Na visão de doze meses, o avanço da vertical fica ainda mais evidente: a receita atingiu R$ 85,1 milhões no LTM3T26, crescimento de 89,5% sobre os R$ 44,9 milhões do LTM3T25. Com isso, a participação do *beyond e-commerce* na receita do Shopping Brasil passou de 14,4% para 23,3% no período, um ganho de 8,9 p.p., o que consolida a vertical como um dos pilares de crescimento e diversificação da Companhia.

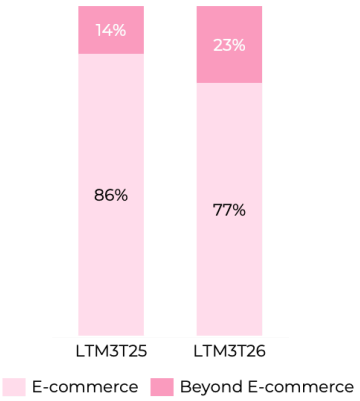
Receita líquida Beyond E-commerce

(R$ milhões)



Participação do Beyond E-commerce

(% da Receita Líquida Shopping Brasil)



Esse desempenho não é pontual: é fruto de trabalho contínuo na construção de um ecossistema único no Brasil. O Méliuz nasceu como *cashback* no *e-commerce* e hoje faz parte da rotina de milhões de brasileiros. Estamos presentes quando eles enviam a nota fiscal do supermercado e farmácia, respondem pesquisas, participam de sorteios, jogam ou assinam o Méliuz Prime. Só no último ano, lançamos quatro novas linhas de receita, entre elas o Clube Méliuz e o Opine e Ganhe, e os produtos lançados nos últimos trimestres estão ganhando cada vez mais tração.

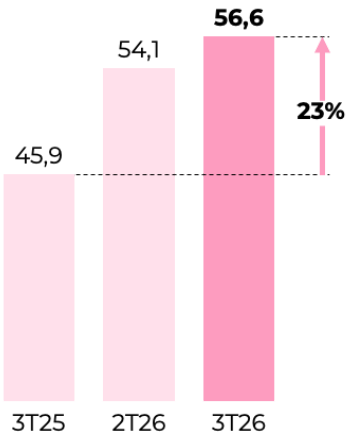
O Méliuz Nota Fiscal é um dos melhores exemplos dessa força. Recebemos mais de 20 milhões de notas fiscais por mês, o que nos coloca dentro da cesta de compras de milhões de brasileiros que passam diariamente por supermercados e farmácias de todo o país. É uma visão do consumo físico que só o Méliuz tem. Com Inteligência Artificial, transformamos esses dados em valor para os dois lados da plataforma: a indústria passa a conhecer seu consumidor, alcançando a pessoa certa no lugar e momento certo, e os usuários compram mais e melhor, com mais benefícios. A IA acelera todo o ciclo, da criação de produtos à personalização de cada oferta, e reforça o que nos diferencia: a capacidade de conectar o mundo on-line e o off-line como ninguém.

E a escala impressiona. Com 56,6 milhões de usuários, o Méliuz está entre os seis aplicativos mais baixados do segmento em 2026, e nos últimos doze meses passaram pela plataforma cerca de 259 milhões de transações. Por isso, olhamos para frente com confiança. Temos uma marca reconhecida, milhões de usuários engajados, dados únicos sobre o consumo on-line e off-line e um histórico comprovado de criar e escalar novos negócios. O cenário desafiador do varejo não muda nossa direção. Ao contrário, reforça o valor da diversificação que construímos ao longo dos últimos anos.

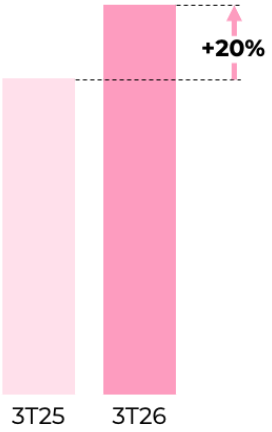
Destaque Operacional

Finalizamos o 3T26 com 56,6 milhões de contas cadastradas, um crescimento de 23,3% em relação ao 3T25, o que representa a adição de 10,7 milhões de novos usuários em um ano.

Contas Totais
(# milhões)



Novos Compradores E-commerce
(base 100)



O total de compradores do e-commerce no trimestre cresceu 9,7% em relação ao 3T25, e o número de novos compradores avançou 20,2%, mostrando que, mesmo diante dos impactos do período, a base do e-commerce do Méliuz segue em expansão. Pela dinâmica das *cohorts* do negócio, os usuários adquiridos em um período aumentam sua frequência de compra ao longo dos trimestres seguintes, de modo que esse crescimento se reflete na receita no médio prazo. É também essa base engajada que sustenta a expansão do *beyond e-commerce*. No 3T26, cerca de 61% dos usuários que compraram no e-commerce também utilizaram outros produtos do ecossistema.

No 3T26, atingimos R$ 1,25 bilhão de GMV no Shopping Brasil, 3,3% abaixo dos R$ 1,29 bilhão reportados no 3T25. A variação, conforme já explicado anteriormente, foi resultado da saída da Casas Bahia, devido ao pedido de recuperação judicial, efeito parcialmente compensado pelo crescimento e entrada de outros parceiros.

Na visão LTM, o GMV atingiu R$ 5,53 bilhões, crescimento de 3,1% em relação ao LTM3T25, mesmo em um ambiente de consumo mais desafiador. Em paralelo, a Companhia segue evoluindo seu modelo de negócios, com novos produtos e fontes de receita que não dependem apenas do GMV, como os do *beyond e-commerce*, detalhados acima.

No trimestre, o take rate foi de 6,3%, 0,9 p.p. abaixo do 3T25 e 0,2 p.p. abaixo do 2T26. A queda, conforme explicada anteriormente, foi principalmente resultado da mudança no mix de parceiros, principalmente com a saída da Casas Bahia. Na comparação do LTM3T26 vs LTM3T25, o take rate médio permaneceu estável em 7,2%.

O net take rate, por sua vez, foi de 2,2% no 3T26, 0,1 p.p. acima do 3T25 e 0,2 p.p. acima do 2T26. Na comparação LTM3T26 vs LTM3T25, ele permaneceu estável em 2,2%.

O avanço do net take rate mostra que, mesmo com uma comissão média menor no trimestre, não abrimos mão da rentabilidade. Preservamos o valor que fica com a Companhia em cada transação, o que confirma a disciplina na gestão das nossas margens. Seguimos equilibrando uma oferta atrativa para os usuários com a rentabilidade do negócio, um dos pilares da nossa estratégia, que seguirá orientando nossas decisões independentemente do ciclo do varejo.

Por trás dessa evolução está uma das iniciativas mais estratégicas do Méliuz, a personalização do cashback. Em vez de oferecer o mesmo benefício a todos os usuários, passamos a definir a oferta certa, para o usuário certo, no momento certo, com base em seus hábitos de consumo e em seu comportamento na plataforma. Para isso, utilizamos modelos proprietários de IA e machine learning, treinados sobre nossa base de dados de milhões de usuários e centenas de milhões de transações on-line e off-line. Os modelos identificam, para cada perfil, o nível de incentivo capaz de gerar a próxima compra, o que maximiza o GMV gerado para os parceiros e, ao mesmo tempo, a margem do Méliuz em cada transação. Cada real de *cashback* passa a ter um destino mais inteligente, e todos os lados ganham. O usuário recebe ofertas mais relevantes, o parceiro vende mais e o Méliuz aumenta a eficiência da sua plataforma. À medida que os modelos aprendem com cada nova interação, essa vantagem tende a se ampliar.

Serviços Financeiros

Destaque Financeiro

A receita líquida de Serviços Financeiros somou R$ 10,5 milhões no 3T26, crescimento de 9,7% em relação aos R$ 9,6 milhões do 3T25 e de 27,8% frente aos R$ 8,2 milhões do 2T26. Destacamos que a Companhia segue no período de aviso prévio da parceria com o banco BV, válido até junho de 2027, durante o qual o acordo permanece integralmente válido e em execução.

Destaque Operacional

Atingimos no 3T26 um total de 6,2 milhões de contas digitais abertas acumuladas em parceria com o banco BV, um crescimento de 27,7% em relação às 4,8 milhões de contas abertas até o final do 3T25.

Até o final do 3T26, tínhamos emitido um acumulado de 302,8 mil cartões de crédito em parceria com o banco BV, um crescimento de 8,8% em relação ao final do 3T25. Em termos de TPV, atingimos R$ 185,3 milhões no 3T26, contra R$ 289,9 milhões no 3T25.

Próximos passos em serviços financeiros

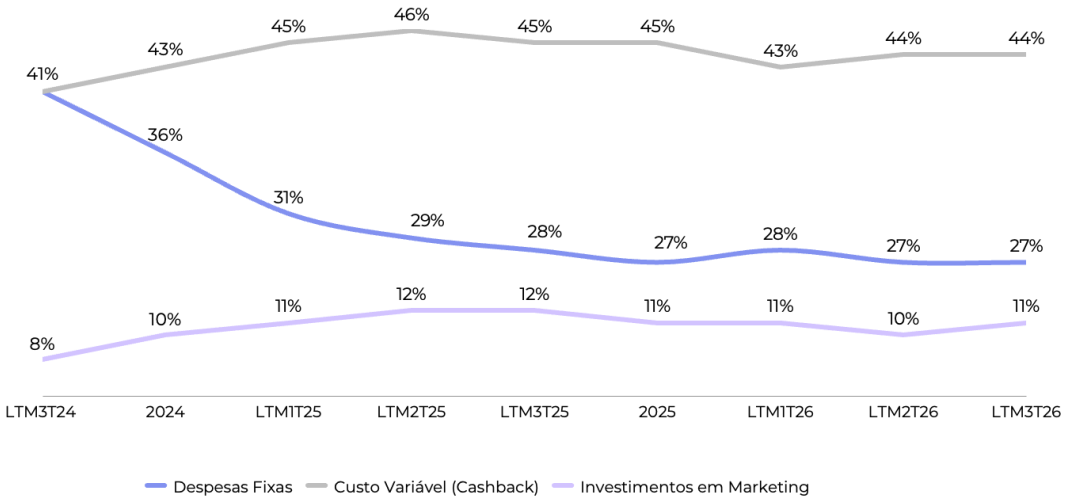
Nos últimos meses, começamos a preparar a próxima fase da vertical de Serviços Financeiros, após encerramento da parceria com o banco BV, no meio de 2027. O foco está em novas soluções financeiras integradas à jornada de shopping, que reforcem o papel do Méliuz no momento da compra. Uma das iniciativas em teste é o parcelamento via Pix, que permite ao usuário parcelar compras sem cartão de crédito, mantendo o benefício do *cashback*. A solução está em fase piloto com um grupo restrito de usuários e é operada com parceiros especializados em crédito.

Custos e Despesas

Os custos e despesas consolidados ajustados (excluindo o impacto Bitcoin e itens extraordinários) somaram R$ 82,2 milhões no 3T26, uma redução de 19% se comparada aos R$ 101,4 milhões no 3T25 e uma redução de 20% se comparado aos R$ 102,6 milhões no 2T26.

Na visão de doze meses, as três principais linhas de custo permaneceram estáveis em relação à receita líquida: despesas fixas em 27%, investimentos em marketing em 11% e custo com *cashback* em 44%. Essa consistência mostra a disciplina na gestão da nossa estrutura e a capacidade de preservar os ganhos de eficiência conquistados nos últimos anos. Para dar uma dimensão desse avanço, as despesas fixas representavam 36% da receita líquida em 2024, ou seja, uma redução de 9 p.p. desde então. Hoje operamos uma estrutura mais enxuta e eficiente, preparada para capturar alavancagem operacional à medida que a receita mantém seu ritmo de crescimento.

Relação entre Despesas e Receita Líquida (LTM)[12]



No 3T26, registramos um impacto positivo de R$ 78,5 milhões relacionado à reversão do *impairment* do Bitcoin. Esse efeito não impacta o caixa da Companhia e reflete a recuperação do preço do ativo no encerramento do período (US$ 83.554 em 30 de setembro de 2026, ante US$ 58.559 em 30 de junho de 2026), ainda abaixo do preço médio de aquisição da quantidade de bitcoin detida pela Companhia (US$ 103.322). Vale ressaltar que, conforme as normas contábeis vigentes, a reversão respeita o limite do custo de aquisição, e novas oscilações no preço do Bitcoin podem gerar *impairment* ou reversões adicionais em trimestres futuros.

[12] Despesa fixa é a despesa total consolidada excluindo itens extraordinários, impacto Bitcoin, custo de *cashback* e investimento em marketing.

A estratégia de manter parte do caixa em Bitcoin ganha ainda mais relevância diante do cenário econômico brasileiro. Juros elevados, endividamento recorde das famílias e incertezas fiscais, intensificadas pelo ciclo eleitoral, aumentam a exposição da economia a oscilações do câmbio e da inflação. Nesse cenário, ter um ativo denominado em dólar e negociado globalmente funciona como uma forma de diversificação da tesouraria, que protege parte do patrimônio da Companhia da perda de poder de compra da moeda local, em um ativo totalmente descorrelacionado à performance do varejo brasileiro. O 3T26 ilustra bem esse ponto, já que, em um trimestre de retração do varejo brasileiro, a valorização do Bitcoin gerou um efeito positivo (contábil) de R$ 78,5M no resultado da Companhia.

Custos e Despesas Operacionais (R$ milhões)	**3T26**	**3T25**	**Var (%)**	**2T26**	**Var (%)**	**9M26**	**9M25**	**Var (%)**
Custo Variável	**40,3**	**51,4**	***-21%***	**59,2**	***-32%***	**145,1**	**146,9**	***-1%***
Cashback	40,3	51,4	-21%	59,2	-32%	145,1	146,9	-1%
Shopping Brasil	36,4	47,9	-24%	53,7	-32%	131,0	137,3	-5%
Outros	3,9	3,5	12%	5,5	-29%	14,1	9,6	48%
Despesas Fixas	**28,1**	**36,6**	***-23%***	**31,5**	***-11%***	**95,9**	**92,2**	***4%***
Pessoal	15,4	19,2	-20%	18,4	-16%	53,6	56,4	-5%
Softwares	3,9	3,1	25%	3,4	14%	11,0	9,7	14%
Serviços de Terceiros	3,7	3,8	-3%	3,5	7%	13,0	10,5	24%
Outras Despesas/Receitas	5,1	10,5	-52%	6,3	-19%	18,3	15,6	17%
Investimentos em Marketing	**13,8**	**13,4**	***3%***	**11,8**	***17%***	**36,4**	**39,0**	***-6%***
Publicidade e Propaganda	13,8	13,4	3%	11,8	17%	36,4	39,0	-6%
Custos e Despesas Operacionais Ajustados	**82,2**	**101,4**	**-19%**	**102,6**	**-20%**	**277,5**	**278,0**	**0%**
% receita líquida	*85,6%*	*82,0%*	*3,6 p.p*	*88,7%*	*-3,1 p.p*	*84,1%*	*86,4%*	*-2,3 p.p*
(+) Itens Extraordinários	**10,2**	**1,1**	**845%**	**-**	**-**	**10,2**	**4,0**	**154%**
Cashback	-3,8	-	-	-	-	-3,8	-	-
Software	-	-	-	-	-	-	2,3	-100%
Outras Despesas/Receitas	14,0	1,1	1194%	-	-	14,0	1,7	705%
(+) Impacto Bitcoin	**-78,5**	**-**	**-**	**32,1**	**-**	**30,0**	**-**	**-**
Custos e Despesas Operacionais	**13,9**	**102,4**	**-86%**	**134,7**	**-90%**	**317,7**	**282,1**	**13%**

Despesas Fixas

No 3T26 a relação entre despesas fixas e receita líquida foi de 27% na visão dos últimos doze meses, se mantendo na média com os últimos trimestres.

Na linha de despesas com Pessoal, no 3T26 apresentamos uma redução de 20% em relação ao 3T25 e de 16% em relação ao 2T26, refletindo principalmente a revisão das provisões de remuneração variável.

Na linha de Softwares, apresentamos um aumento de 25% em relação ao 3T25 e de 14% em relação ao 2T26, explicado principalmente pelo aumento de volumetria de usuários de

nossos produtos do *beyond e-commerce*, o que resultou em maiores gastos com infraestrutura em nuvem, além da contratação de ferramentas de IA.

Na linha de Serviços de Terceiros, apresentamos uma redução de 3% em relação ao 3T25 e um aumento de 7% em relação ao 2T26, esse aumento é explicado por maiores despesas com assessores jurídicos no período.

Na linha de Outras Despesas/Receitas, apresentamos uma despesa ajustada de R$ 5,1 milhões, redução de 52% em relação ao 3T25, explicada principalmente por despesas *one-off* registradas naquele trimestre, relacionadas aos produtos do *beyond e-commerce*. Vale lembrar que essas despesas passaram a ser registradas na linha de Receita Líquida. Em relação ao 2T26, a redução de 19% reflete principalmente a menor amortização no período.

Adicionalmente, no trimestre, reconhecemos um efeito extraordinário de R$ 14,0 milhões referente à constituição de provisão para perdas de crédito de liquidação duvidosa (PCLD), relacionada a recebíveis da Casas Bahia, em decorrência de seu processo de recuperação judicial.

Investimentos em Marketing

A relação entre investimentos em marketing e receita líquida no 3T26 foi de 11% na visão dos últimos doze meses, se mantendo na média com os últimos trimestres. Seguimos executando nossa estratégia de investimento baseada em metas claras de *Payback* e *ROI*, para garantir que cada real investido contribua de forma eficiente para a expansão sustentável da Companhia. Os resultados dessa disciplina aparecem também na evolução da nossa base. Encerramos o 3T26 com 56,6 milhões de usuários, crescimento de 23,3% em relação aos 45,9 milhões do 3T25, o que representa cerca de 10,7 milhões de novos usuários em doze meses.

No 3T26, o investimento em marketing foi de R$ 13,8 milhões, 3% superior aos R$ 13,4 milhões do 3T25 e 17% superior se comparado aos R$ 11,8 milhões do 2T26. O aumento é explicado principalmente pela maior alocação em canais de mídia digital de performance e iniciativas de marketing *B2B* para o crescimento de nossas verticais do *beyond e-commerce*.

A eficiência no investimento se reforça com o crescimento do número de novos compradores do e-commerce no trimestre, que cresceu 20,2% na comparação anual.

Custo Variável (Cashback)

No 3T26, a representatividade do custo variável (*cashback*) segue em linha com o histórico do período analisado, representando 44% da receita líquida na visão dos últimos doze meses.

Desconsiderando os itens extraordinários, no 3T26, o custo com *cashback* foi de R$ 40,3 milhões, 21% inferior ao 3T25 e 32% inferior ao 2T26. Essa redução acompanha a dinâmica do próprio *business* de Shopping, vide a queda de 28% na receita do Shopping Brasil na comparação anual.

Adicionalmente, no trimestre, registramos um efeito extraordinário positivo de R$ 3,8 milhões, referente ao estorno de provisões de *cashback* vinculadas às comissões do parceiro comercial em recuperação judicial, mencionado anteriormente em Outras Despesas/Receitas.

Operação de Bitcoin Treasury Company (Impacto Bitcoin)

O 3T26 registrou uma reversão contábil de R$ 78,5 milhões do *impairment* sobre os ativos em Bitcoin. Trata-se de um efeito não caixa, gerado pela avaliação a valor de mercado no encerramento do período (US$ 83.554 em 30 de setembro de 2026), acima do preço observado ao final do 2T26 (US$ 58.559), porém ainda abaixo do preço médio de aquisição do ativo (US$ 103.322). Como sempre reforçamos, conforme as normas contábeis vigentes[13], a reversão respeita o limite do custo de aquisição, e novas oscilações no preço do Bitcoin podem gerar *impairment* ou reversões adicionais em trimestres futuros.

[13] Conforme as normas contábeis vigentes no Brasil (CPC 04 e Lei das S.A.), os ativos em Bitcoin são avaliados trimestralmente com base no preço de fechamento do ativo na data de encerramento do período. No entanto, eventuais valorizações do ativo em relação ao custo de aquisição não são reconhecidas contabilmente como ganho, sendo consideradas medidas não-GAAP.

EBITDA Consolidado

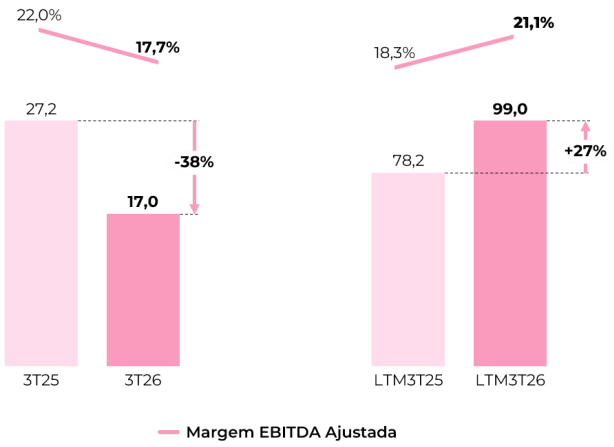
No 3T26, o EBITDA ajustado consolidado[14] somou R$ 17,0 milhões, ante R$ 27,2 milhões no 3T25, com margem de 17,7% no período. O resultado do trimestre reflete principalmente a menor receita apresentada no período no segmento de e-commerce, detalhada no capítulo de Shopping Brasil.

No acumulado do ano, o EBITDA ajustado consolidado somou R$ 64,4 milhões no 9M26, 12,8% acima do 9M25 (R$ 57,1 milhões), com margem de 19,5%, ante 17,8% no 9M25.

O EBITDA ajustado consolidado atingiu R$ 99,0 milhões na visão LTM3T26, crescimento de 26,7% frente aos R$ 78,2 milhões do LTM3T25, com margem EBITDA ajustada de 21,1%, ante 18,3% no LTM3T25.

É importante frisar que os ajustes feitos no EBITDA do 3T26 correspondem: (i) à reversão do *impairment* referente à flutuação do preço do Bitcoin, com efeito positivo no resultado contábil mas sem qualquer efeito caixa (R$ 78,5 milhões positivos); e (ii) aos efeitos extraordinários relacionados ao processo de recuperação judicial da Casas Bahia, compostos pela PCLD de R$ 14,0 milhões negativos referente a valores a receber, parcialmente compensada pelo estorno de R$ 3,8 milhões em *cashback* provisionado vinculado às comissões do parceiro (efeito líquido de R$ 10,2 milhões).

EBITDA Ajustado Consolidado
(R$ milhões)



Incluindo o impacto da operação de Bitcoin Treasury Company e os itens extraordinários do período, o EBITDA consolidado no 3T26 foi de R$ 85,3 milhões positivos, ante R$ 26,1 milhões positivos no 3T25 e ante um resultado de R$ 14,8 milhões negativos no 2T26.

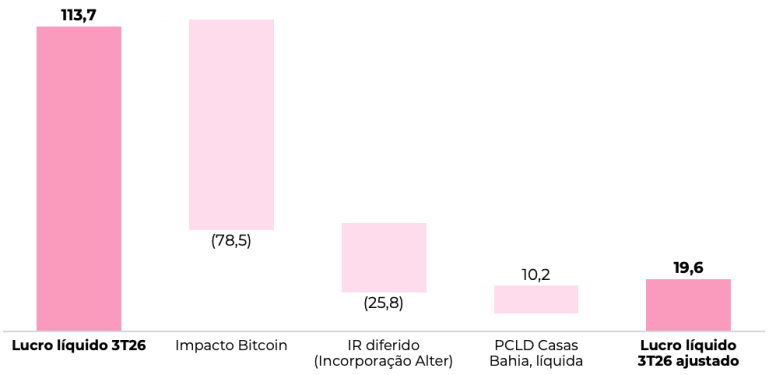
[14] EBITDA ajustado desconsidera os efeitos do *impairment* de Bitcoin e itens extraordinários.

Resultado Líquido

No 3T26, registramos lucro líquido consolidado de R$ 113,7 milhões, o maior lucro trimestral da história do Méliuz e oito vezes o resultado do 3T25 (R$ 14,2 milhões).

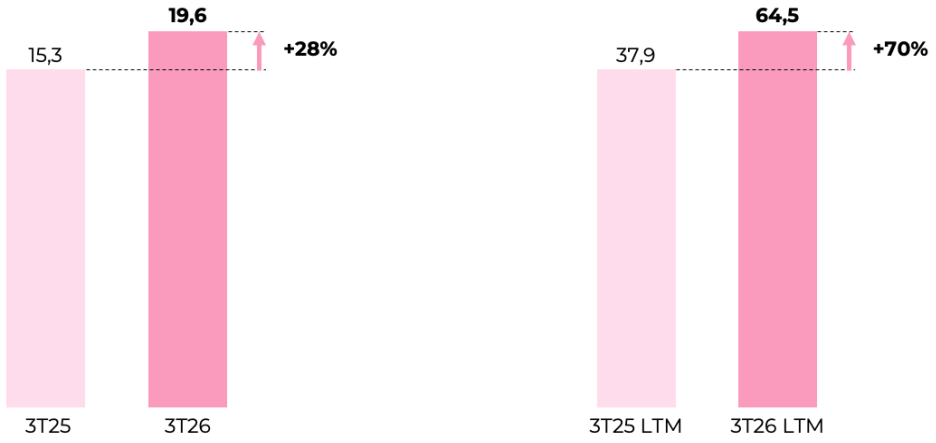
O resultado inclui efeitos contábeis sem impacto no caixa, que tratamos como itens extraordinários. Além dos itens extraordinários descritos no capítulo de Custos e Despesas, no valor de R$ 68,3 milhões (R$ 10,2 milhões negativos referente à PCLD e R$ 78,5 milhões positivos devido ao impacto do Bitcoin), reconhecemos também um item extraordinário positivo de R$ 25,8 milhões em imposto de renda e contribuição social diferidos resultado da incorporação da Alter, realizada em agosto deste ano. Assim como os demais itens extraordinários, esse efeito não compõe o lucro líquido ajustado.

Composição Resultado Líquido Consolidado Ajustado
(R$ milhões)



Desconsiderando esses itens, o lucro líquido ajustado somou R$ 19,6 milhões no 3T26, alta de 28,4% sobre os R$ 15,3 milhões do 3T25, e a margem líquida ajustada chegou a 20,4%, 8,1 p.p. acima dos 12,4% do 3T25. O lucro cresceu mesmo em um trimestre de receita menor, e isso reflete a gestão na alocação de capital da Companhia. A estrutura de custos é enxuta, somos uma empresa sem dívida e a nossa estratégia de tesouraria nos permite ser mais eficientes. Nos últimos 12 meses, o lucro líquido ajustado atingiu R$ 64,5 milhões, crescimento de 69,9% sobre os R$ 37,9 milhões do LTM3T25. É uma demonstração consistente de que o modelo de negócio, combinado com uma gestão disciplinada de capital, gera resultados sólidos mesmo em ciclos menos favoráveis do varejo.

Resultado Líquido Consolidado Ajustado
(R$ milhões)

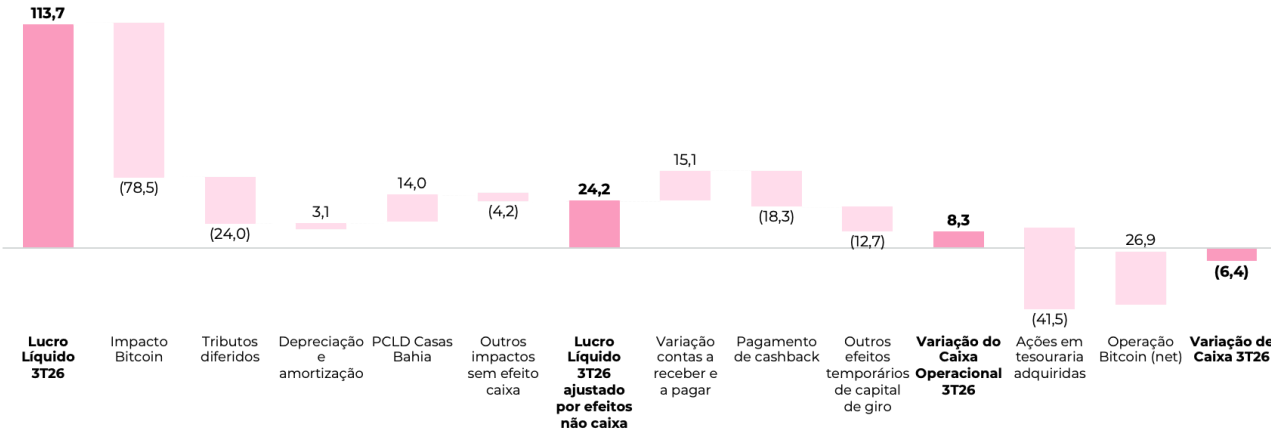


Caixa e Equivalentes de Caixa, e TVM

No 3T26, o lucro líquido ajustado pelos efeitos sem impacto no caixa somou R$ 24,2 milhões. O ajuste contempla principalmente a reversão do *impairment* do Bitcoin, o crédito de IR diferido, e o estorno da provisão para perdas com a Casas Bahia. Após o pagamento de *cashback* e os efeitos de capital de giro, a variação do caixa operacional foi positiva em R$ 8,3 milhões no trimestre.

A saída de R$ 41,5 milhões refere-se às ações adquiridas no primeiro programa de recompra, que foram canceladas em agosto de 2026. A venda de 78 bitcoins somou R$ 29,4 milhões (ou R$ 26,9 milhões líquidos dos prêmios pagos nas opções contratadas). Os recursos da geração de caixa da operação e da venda dos bitcoins estão sendo destinados ao segundo programa de recompra, aberto em agosto de 2026.

Composição da Variação de Caixa no 3T26
(R$ milhões)



Bitcoin Treasury Strategy

	3T26	2T26	1T26
Posição Bitcoin Acumulado (#)	**₿ 526,7**	**₿ 604,7**	**₿ 604,7**
Preço Médio de Compra Acumulado (US$)	**103.321,6**	**103.321,6**	**103.321,6**
Sats por Ação (#)	**547,1**	**580,9**	**565,3**
Bitcoin por Mil Ações (#)	**₿ 0,00547**	**₿ 0,00581**	**₿ 0,00565**
Bitcoin Gain (#)	**₿ -35,2**	**₿ 16,7**	**₿ 14,1**
Bitcoin Gain (US$ milhões)	**-2,9**	**1,0**	**1,0**
Bitcoin Gain (R$ milhões)	**-15,3**	**5,1**	**5,0**
Bitcoin Yield	**-5,8%**	**2,8%**	**2,3%**

Glossário:

Posição Bitcoin Acumulado: quantidade total de bitcoin em custódia pela Companhia.

Preço Médio de Compra Acumulado: valor médio em dólar (US$) pago pelos bitcoin adquiridos pela Companhia.

Sats por Ação: total de bitcoin em custódia da Companhia multiplicado por 100 milhões (satoshis por bitcoin) e dividido pelo número total de ações em circulação da Companhia.

Bitcoin por Mil Ações: total de bitcoin em custódia da Companhia multiplicado por mil e dividido pelo número total de ações em circulação da Companhia.

Bitcoin Gain: quantidade de bitcoin em posse da Companhia no início do período multiplicada pelo Bitcoin Yield do período.

Bitcoin US$ Gain: multiplicação do BTC Gain pelo preço de mercado do Bitcoin no final do período.

Bitcoin R$ Gain: multiplicação do Bitcoin US$ Gain pela cotação do dólar.

Bitcoin Yield: variação percentual entre o total de bitcoin em posse da Companhia e a quantidade total de ações em circulação durante um determinado período.

Bitcoin Treasury Strategy

Desde o início da nossa estratégia de tesouraria em Bitcoin, em março de 2025, temos reiterado ao mercado o objetivo de maximizar a quantidade de bitcoin por ação e, com ela, o *Bitcoin Yield* gerado ao acionista. Para isso, alocamos capital de forma dinâmica, conforme a leitura da Administração sobre o *valuation* da Companhia em cada momento. Quando as ações são negociadas em linha com seu valor intrínseco, a aquisição direta de bitcoin tende a ser a alocação mais eficiente. Quando a Administração entende que as ações estão sendo negociadas com desconto, a recompra de ações passa a ser a melhor estratégia para a geração de *Bitcoin Yield*, já que aumenta a participação de cada acionista sobre o Bitcoin diretamente.

Essa lógica vem orientando nossa decisão de alocação de caixa desde o 4T25, quando passamos a priorizar a recompra de ações em detrimento de novas aquisições de bitcoin, em um momento em que o múltiplo *EV/EBITDA ajustado* da Companhia era negociado a aproximadamente 0,5x[15]. O primeiro programa de recompra, iniciado em outubro de 2025 e concluído em julho de 2026, totalizou 9,1 milhões de ações adquiridas (e canceladas) a um custo de aproximadamente R$ 41,5 milhões, integralmente financiado pela geração de caixa da operação. O programa resultou em um *Bitcoin Yield* de 8,54% desde seu início, ou 11,54% em termos anualizados, sem que fosse necessário utilizar qualquer parcela da posição em Bitcoin.

Em 5 de agosto de 2026, por entendermos que a recompra das próprias ações seguia sendo a melhor alternativa de alocação de capital e geração de valor para os acionistas, anunciamos o segundo programa de recompra, de até 8,1 milhões de ações, equivalentes a 10% do *free float*. Aproveitamos o momento para flexibilizar nossa política de tesouraria, que passou a administrar de forma integrada caixa, Bitcoin e instrumentos financeiros relacionados. A nova política permite à Companhia utilizar a liquidez da posição em bitcoin para financiar recompras e operar derivativos sobre o ativo, como a compra de opções de compra (*calls*), a venda de opções de compra cobertas (*covered calls*) e a venda de opções de venda garantidas por caixa (*cash-secured puts*), sempre sem alavancagem.

No 3T26, colocamos essa política em prática pela primeira vez. Foram vendidos 78 bitcoin por R$ 29,4 milhões (US$ 5,65 milhões), recursos destinados ao segundo programa de recompra que vem sendo executado por meio de contratos de derivativos com liquidação exclusivamente financeira, registrados no Balanço Patrimonial da Companhia, em Títulos e Valores Mobiliários.

[15] Conforme informado em apresentação de resultados referente ao 4T25.

Fundamental ressaltar que a nossa crença e exposição ao ativo está inalterada: a venda de uma parcela das reservas à vista de Bitcoin foi balanceada por instrumentos derivativos que mantêm a exposição a potenciais ganhos com a sua valorização.

Em conjunto com a alienação, contratamos opções que asseguram o direito de recomprar os mesmos 78 bitcoin a preços pré-definidos, com vencimentos pré-determinados em 2027 e custo máximo de aquisição de US$ 5,85 milhões (aproximadamente US$ 75 mil por bitcoin). Dessa forma, a recompra de ações foi financiada sem dívida e com o Méliuz mantendo, através de derivativos, a exposição à potencial valorização da parcela de bitcoin vendida. O efeito já foi visível no encerramento do 3T26: com o ativo cotado a US$ 83.554 em 30 de setembro, a valorização acima do preço de exercício das opções segue capturada pela Companhia, assim como eventuais altas até os vencimentos.

Por se tratar de uma operação ainda em curso, o indicador de Bitcoin por ação capta, neste trimestre, apenas sua primeira etapa. Como a venda reduziu a posição em Bitcoin em 12,9%, proporção superior à redução de 7,5% do total de ações em circulação, o bitcoin por mil ações passou de 0,00581 no 2T26 para 0,00547 no 3T26, um *Bitcoin Yield* de −5,8%. Em um cenário em que a recompra dos 78 bitcoin é concluída, a posição retorna a 604,7 bitcoin, mas sobre uma base de 96,3 milhões de ações. Isso traz o indicador de Bitcoin por mil ações para 0,00628, o equivalente a um *Bitcoin Yield* de 8,1% sobre o 2T26 e 17,4% mais do que em 30 de setembro de 2025, antes do início das recompras. Medido em Bitcoin por ação, o resultado da operação é, portanto, positivo neste cenário da operação. Com o Bitcoin acima do valor de exercício das *calls* (aproximadamente US$ 75 mil no vencimento), os 78 bitcoin retornam com custo limitado pelas opções, e o *Bitcoin Yield* se mantém em 8,1%. Caso o Bitcoin se encontre abaixo desse patamar, a recompra pode custar menos do que os recursos obtidos na venda, abrindo a possibilidade para aquisição de bitcoin além da quantidade inicialmente vendida, ampliando assim o *Bitcoin Yield* para patamares acima de 8,1%.

Com a posição atual, antes do exercício dos derivativos, encerramos o 3T26 com 526,7 Bitcoin em custódia, a um preço médio de aquisição de US$ 103.322.

É interessante analisar a dinâmica das ações com a natureza do nosso modelo, que combina a exposição ao Bitcoin com uma operação geradora de caixa e independente do ciclo do ativo. No 3T26, enquanto o Bitcoin se valorizou 42,7%, de US$ 58.559 para US$ 83.554, as ações do Méliuz avançaram 31,8%, de R$ 4,06 para R$ 5,35, capturando parcela relevante da alta do ativo. Em horizontes mais longos, a assimetria fica mais evidente: nos últimos doze meses, as ações avançaram 30,8%, enquanto o Bitcoin recuou cerca de 27%. Ainda assim, entendemos que o preço atual não reflete integralmente o valor combinado da posição em Bitcoin e da operação *core business* da Companhia, premissa que fundamentou a decisão de abertura do segundo programa de recompra.

Demonstrações Financeiras

Demonstrações de Resultado

Período de três meses findos em 30 de setembro
(Em milhares de reais, exceto o lucro básico e diluído por ação)

	Controladora		Consolidado	
	30/09/2026	30/09/2025	30/09/2026	30/09/2025
Receita operacional líquida	**81.234**	**107.744**	**96.084**	**123.656**
Custos e despesas operacionais	**(9.909)**	**(81.430)**	**(13.945)**	**(102.438)**
Cashback	(36.377)	(50.489)	(36.577)	(51.354)
Pessoal	(10.810)	(13.574)	(15.389)	(19.195)
Publicidade e propaganda	(7.998)	(4.921)	(13.821)	(13.359)
Softwares	(3.141)	(2.405)	(3.918)	(3.128)
Serviços de terceiros	(2.846)	(1.517)	(3.706)	(3.828)
Depreciação e amortização	(2.676)	(4.044)	(3.113)	(4.924)
Reversão (redução) ao valor recuperável de ativos	68.968	-	78.649	-
Outras receitas (despesas), líquidas	(15.029)	(4.480)	(16.070)	(6.650)
Resultado bruto	**71.325**	**26.314**	**82.139**	**21.218**
Resultado de participações societárias	10.255	(3.296)	-	-
Lucro (prejuízo) antes do resultado financeiro e impostos	**81.580**	**23.018**	**82.139**	**21.218**
Resultado financeiro, líquido	3.743	1.084	4.039	1.624
Lucro (prejuízo) antes dos tributos sobre o lucro	**85.323**	**24.102**	**86.178**	**22.842**
Imposto de renda e contribuição social corrente e diferido	28.371	(8.751)	27.520	(8.646)
Lucro líquido (prejuízo) do período	**113.694**	**15.351**	**113.698**	**14.196**
Lucro líquido (prejuízo) do período atribuível a:				
Não controladores	-	-	4	(1.155)
Controladores	-	-	113.694	15.351
Resultado básico por ação (em R$)			1,07	0,14
Resultado diluído por ação (em R$)			1,05	0,13

Balanço Patrimonial

(Em milhares de reais)

	Controladora		Consolidado	
	30/09/2026	31/12/2025	30/09/2026	31/12/2025
Ativo Circulante				
Caixa e equivalentes de caixa	48.162	59.900	61.537	72.857
Contas a receber de clientes	45.308	71.589	52.570	83.881
Títulos e valores mobiliários	44.734	16.245	44.734	16.245
Instrumentos financeiros derivativos	6.553	-	6.553	-
Tributos a recuperar	37	29	232	469
Tributos sobre o lucro - Antecipação	6.660	553	6.691	789
Custódia de Bitcoin	14.680	-	14.680	13.261
Valores a receber de partes relacionadas	1.006	3.136	-	-
Outros ativos	10.295	6.014	10.689	8.367
Total do ativo circulante	**177.435**	**157.466**	**197.686**	**195.869**
Não circulante				
Realizável a longo prazo				
Tributos diferidos	48.283	29.341	48.493	29.390
Empréstimos e contratos a receber	3.239	3.239	3.239	3.239
Outros ativos	7.136	5.606	7.175	5.823
Total do ativo realizável a longo prazo	**58.658**	**38.186**	**58.907**	**38.452**
Investimentos	83.747	390.401	2.901	2.901
Imobilizado	205	441	249	590
Intangível	251.396	14.069	325.689	396.078
Total do ativo não circulante	**394.006**	**443.097**	**387.746**	**438.021**
Total do ativo	**571.441**	**600.563**	**585.432**	**633.890**
Passivo Circulante				
Fornecedores	6.129	6.267	7.599	12.147
Instrumentos financeiros derivativos	1.285	1.570	1.285	1.570
Obrigações sociais e trabalhistas	11.590	15.847	15.055	18.689
Obrigações tributárias	2.337	4.662	3.044	5.737
Imposto de renda e contribuição social a recolher	-	1.310	291	1.817
Provisão de *cashback*	6.040	25.075	6.664	26.220
Dividendos mínimos obrigatórios	-	-	94	104
Custódia de Bitcoin	14.680	-	14.680	13.261
Receita diferida	5.749	5.749	5.805	5.795
Contas a pagar por aquisições de empresas	2.052	6.329	2.052	6.329
Outros passivos	4.161	2.620	4.427	3.751
Total do passivo circulante	**54.023**	**69.429**	**60.996**	**95.420**
Não circulante				
Tributos diferidos	-	-	425	556
Obrigações sociais e trabalhistas	749	593	878	681
Contas a pagar por aquisições de empresas	-	616	-	616
Receita diferida	12.934	17.246	12.934	17.246
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	1.230	1.195	1.230	1.274
Outros passivos	2	-	2	2
Total do passivo não circulante	**14.915**	**19.650**	**15.469**	**20.375**

Total do passivo	**68.938**	**89.079**	**76.465**	**115.795**
Patrimônio líquido				
Capital social	472.640	523.439	472.640	523.439
Reserva de capital	1.294	664	1.294	664
Outros resultados abrangentes	(2.731)	(2.407)	(2.731)	(2.407)
Lucros (prejuízos) acumulados	31.300	(10.212)	31.300	(10.212)
Patrimônio líquido atribuído a controladores	502.503	511.484	502.503	511.484
Patrimônio líquido atribuído a não controladores	-	-	6.464	6.611
Total do patrimônio líquido	**502.503**	**511.484**	**508.967**	**518.095**
Total do passivo e patrimônio líquido	**571.441**	**600.563**	**585.432**	**633.890**

Fluxo De Caixa

Períodos de nove meses findos em 30 de setembro
(Em milhares de reais)

	Controladora		Consolidado	
	30/09/2026	30/09/2025	30/09/2026	30/09/2025
Atividades operacionais				
Lucro antes dos tributos sobre o lucro	16.947	49.929	18.695	50.026
Ajustes por:				
Depreciação e amortização	9.892	10.736	11.900	13.310
Ganho ou perda de imobilizado e intangível	131	1.633	279	1.743
Rendimento e juros líquidos	416	669	416	885
Provisão para perda esperada de crédito	14.287	(2)	14.609	(1.418)
Resultados de participações societárias	102.740	4.969	-	-
Benefícios a empregados com opções de ações	1.303	1.781	1.702	2.075
Apropriação de receita diferida	(4.312)	(4.312)	(4.446)	(4.403)
Provisão de cashback, líquida	156.597	159.886	157.440	162.116
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas, líquida	(32)	(1.916)	(44)	(1.928)
Redução (reversão) ao valor recuperável de ativos	(68.968)	-	30.031	-
Ajuste a valor justo de instrumentos financeiros derivativos	(1.829)	-	(1.829)	-
Outros	2	1.094	(958)	844
Resultado ajustado	**227.174**	**224.467**	**227.795**	**223.250**
Variações nos ativos e passivos:				
Contas a receber de clientes	11.994	(17.568)	17.441	(13.476)
Tributos a recuperar	(2)	3.813	219	3.882
Outros ativos	(5.641)	(5.632)	(3.690)	(8.709)
Valores a receber de partes relacionadas	2.130	(1.535)	-	-
Fornecedores	(230)	607	(4.417)	3.611
Instrumentos financeiros derivativos	(664)	-	(664)	-
Receita diferida	-	-	144	182
Obrigações sociais e trabalhistas	(4.101)	(7.905)	(3.409)	(6.911)
Obrigações tributárias	(2.340)	(953)	(2.664)	(1.005)
Cashback pagos	(175.632)	(162.802)	(176.996)	(164.843)
Outros passivos	(541)	(663)	685	952
Contas a pagar por aquisições de empresas pagas	(5.260)	-	(5.260)	-
Caixa gerado pelas atividades operacionais	**46.887**	**31.829**	**49.184**	**36.933**
IRPJ e CSLL pagos	(12.006)	(14.809)	(14.137)	(17.198)
Pagamento de juros de arrendamento	-	-	-	(5)
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	**34.881**	**17.020**	**35.047**	**19.730**
Atividades de investimento				
Adições ao imobilizado	(129)	(13)	(129)	(21)
Recebimento pela venda de Bitcoin	29.350	-	29.350	-
Recebimento pela venda de imobilizado	1	5	4	5
Adições ao intangível	(4.173)	(9.984)	(5.055)	(360.939)
Adiantamento para futuro aumento de capital	(5.584)	(353.646)	-	-
Aumento em títulos e valores mobiliários	(28.489)	-	(28.489)	-
Redução em títulos e valores mobiliários	-	209.245	-	209.506
Recebimento de distribuição de resultado	833	1.455	-	-

Devolução de capital de investidas	-	92	-	-
Empréstimos e contratos a receber	-	(210)	-	(210)
Caixa líquido utilizado nas atividades de investimento	**(8.191)**	**(153.056)**	**(4.319)**	**(151.659)**
Atividades de financiamento				
Integralização de capital líquida dos custos de emissão	253	167.304	253	167.304
Redução de capital	-	(5.052)	-	(5.052)
Dividendos pagos	-	-	(104)	(162)
Adição de participação de minoritário	-	-	-	60
Pagamentos de empréstimos e arrendamentos	-	-	(53)	(135)
Ações em tesouraria adquiridas	(41.513)	-	(41.513)	-
Caixa líquido gerado pelas (utilizado) nas atividades de financiamento	**(41.260)**	**162.252**	**(41.417)**	**162.015**
Efeito de variação de câmbio de ajuste de conversão	-	-	(631)	(150)
Caixa advindo da incorporação de subsidiária	2.832	-	-	-
Variação líquida de caixa e equivalentes de caixa	**(11.738)**	**26.216**	**(11.320)**	**29.936**
Caixa e equivalentes de caixa				
No início do período	59.900	26.352	72.857	37.365
No final do período	48.162	52.568	61.537	67.301
Variação líquida de caixa e equivalentes de caixa	**(11.738)**	**26.216**	**(11.320)**	**29.936**

méliuz

Contatos

Equipe de Relações com Investidores

Marcio Loures Penna
Fernanda Tolentino Guimarães Matoso
Amanda de Oliveira Palermo Pereira

💻 ri.meliuz.com.br

✉️ ri@meliuz.com.br

📱 31 3195-6854