



APRESENTAÇÃO DE
RESULTADOS

2T21

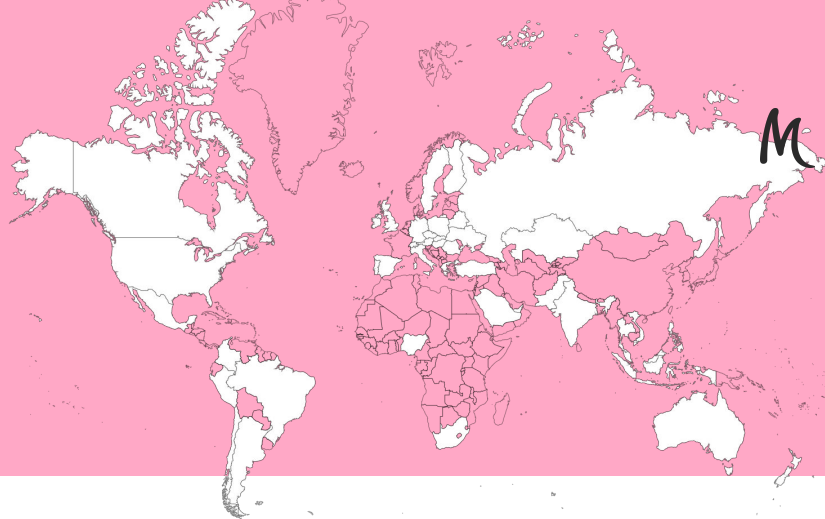
Méliuz

16 de agosto
de 2021

Reinventando Shopping.

EXPERIÊNCIA DE COMPRA CADA VEZ MAIS COMPLETA

Descubra, decida, compre, economize e pague. **Tudo com Méliuz.**



SHOPPING



Lojas on-line



Lojas Físicas (Bens de consumo & Marcas)



Viagens & Lazer



Recarga de celular & Gift Cards

PAYMENTS

BANKING



Conta Digital



Pix



Cartão de Crédito,
Débito e Pré-pago



Cartão de
Crédito Virtual



Investimentos



Seguros



Empréstimos



Outros

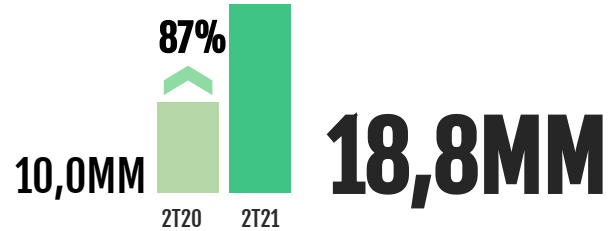
2T21

NOSSOS NÚMEROS

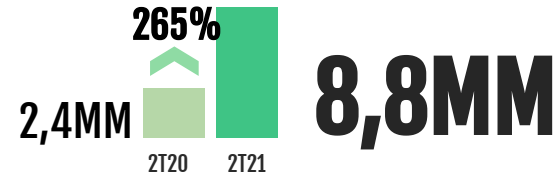


39 MIL
contas abertas
por dia útil no 2T21

CONTAS TOTAIS¹



USUÁRIOS ATIVOS LTM^{1,2}



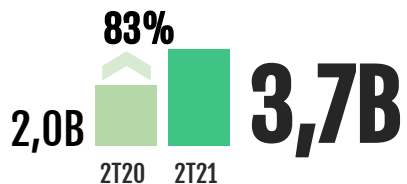
1- Considera apenas Méliuz.

2- Usuários Ativos são os usuários novos ou existentes 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".

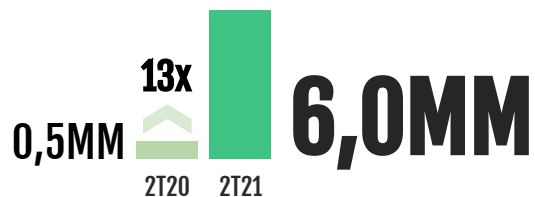
M

M

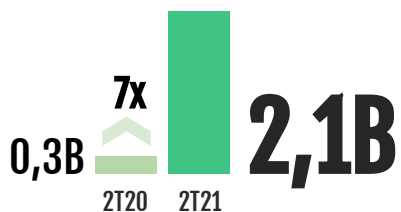
GMV LTM^{1,2}



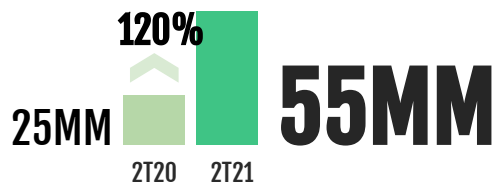
CARTÕES SOLICITADOS ACUMULADO



TPV LTM



RECEITA LÍQUIDA¹



NOSSOS NÚMEROS

2T21

1- Considera os valores de Picodi a partir de março de 2021 e Promobit e Melhor Plano a partir de maio de 2021.

2- Considera Méliuz, Picodi e Promobit.

1

2

3

4

SEGUIMOS ENTREGANDO O QUE PROMETEMOS



**Crescimento do nosso time,
especialmente em Produto e
Tecnologia**



NÚMERO DE COLABORADORES

Méliuz no IPO (Novembro 2020) **142**

Grupo CASH3 **671**

Méliuz¹ **280**

Picodi **89**

Acesso Bank² **194**

Outras companhias do grupo
(iDinheiro, MelhorPlano, Promobit) **108**

1- Os 24 funcionários da Alter serão incorporados ao time Méliuz.

2- Pendente aprovação do Banco Central.

M

52%

do time do Méliuz está
alocado em Tecnologia
e Produto

91%

de crescimento no time
de Produto e Tecnologia
entre junho de 2020 e
junho de 2021

MÉDIA

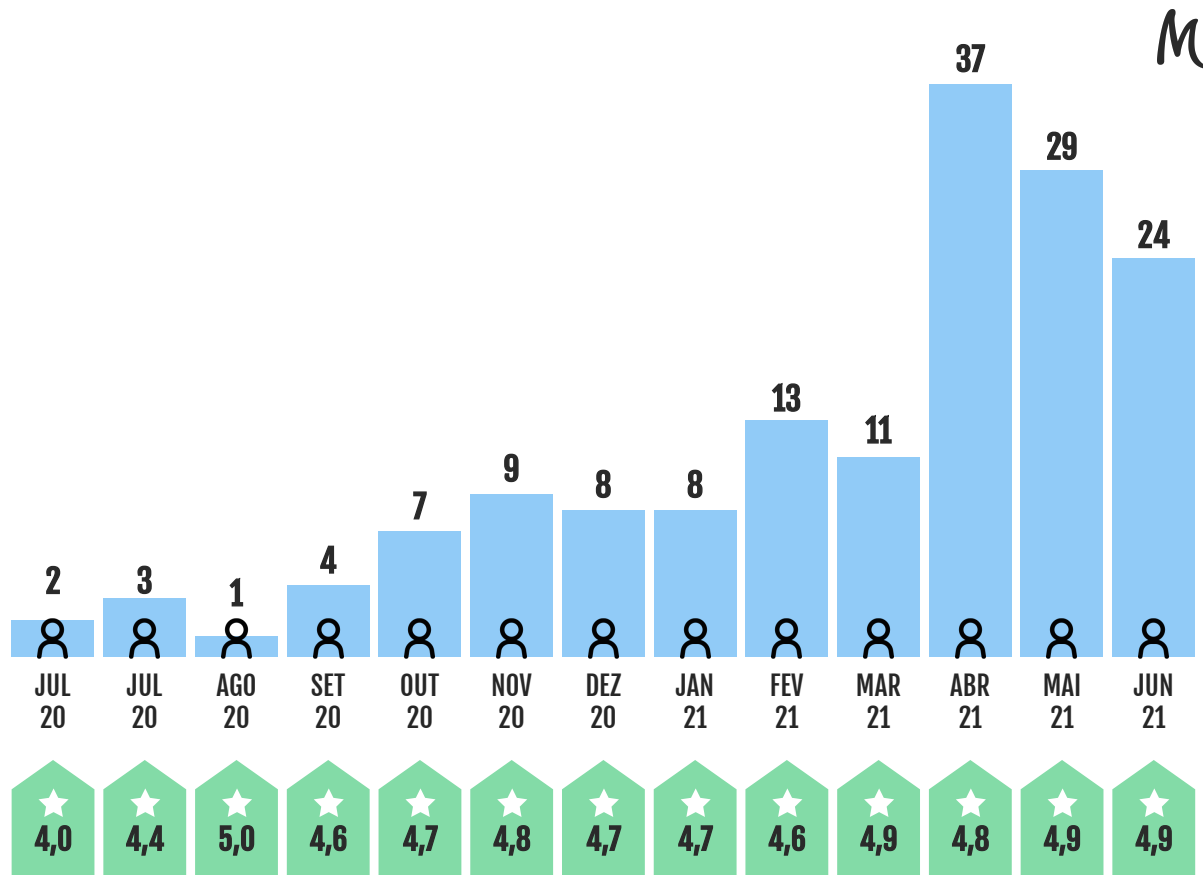


AVALIAÇÃO GERAL DA INTEGRAÇÃO

#



Número de pessoas na integração

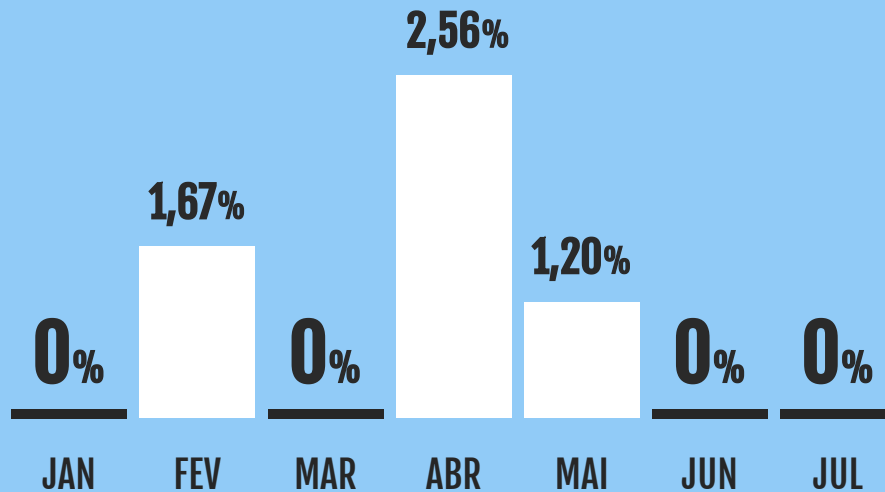




BAIXO NÍVEL DE TURNOVER VOLUNTÁRIO

do time de Engenharia

2021





Davi Holanda*
DIRETOR DE SERVIÇOS FINANCEIROS



Giselle Leite
HEAD DE CARTÕES

EXPERIÊNCIA

Head de Cartões Pagseguro - 4 anos
Gerente de Negócios Alelo - 4 anos
Coordenadora de Cartões Bradesco - 3 anos
Coordenadora de Cartões Ibi - 7 anos



Isla Marchini
HEAD DE NOVOS NEGÓCIOS

EXPERIÊNCIA

Head de Pagamentos Wix - 2 anos
Gerente Sr. Paypal - 8 anos
Gerente de Desenv. do Itaú - 4 anos
Gerente Sr. Bank Boston - 14 anos



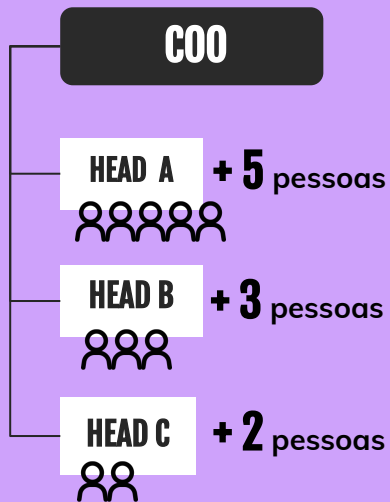
Etoze Fodra
HEAD DE PAGAMENTOS

EXPERIÊNCIA

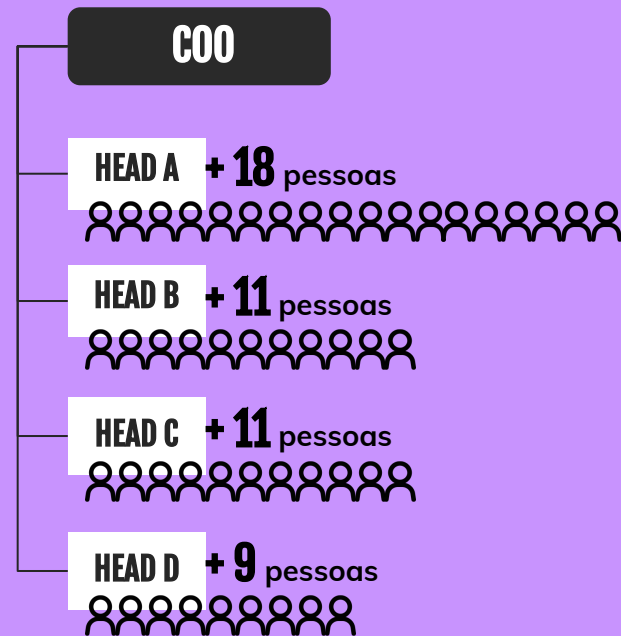
Diretor de Tecnologia Pagseguro/Pagbank - 7 anos
Engenheiro de Software Square - 1 ano

TIME DE GROWTH

NO IPO
13 PESSOAS



HOJE
53 PESSOAS



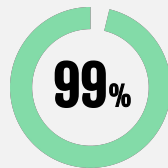
M

GPTW 2021



GLASSDOOR

4,8



Recomendam a um amigo

CERTIFICADO GPTW

2021
NOTA 91

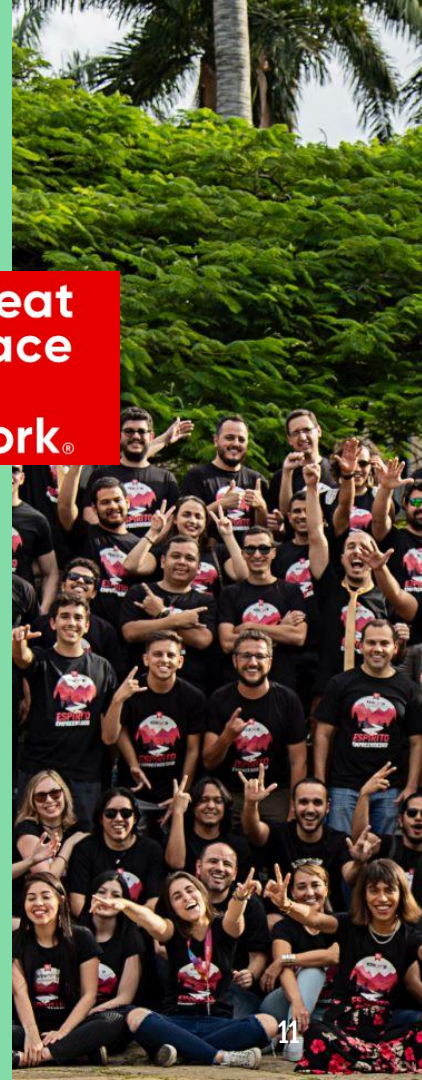
Great Place To Work®

2020
NOTA 85

2019
NOTA 85

2018
NOTA 90

2017
NOTA 87





SEGUIMOS ENTREGANDO O QUE PROMETEMOS

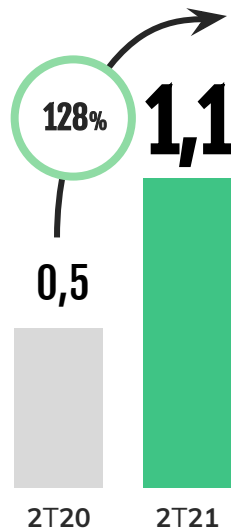


**Crescimento da nossa base
de usuários potencializando
novos produtos e serviços**

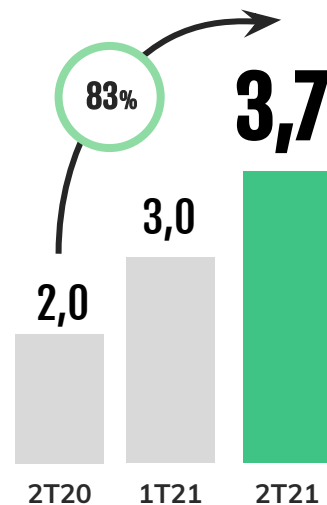
Na vertical Shopping
tivemos crescimento
no GMV

**POTENCIALIZADO
PELA NOSSA AGENDA
DE AQUISIÇÕES**

GMV TRIMESTRAL (R\$ B)



GMV LTM (R\$ B)

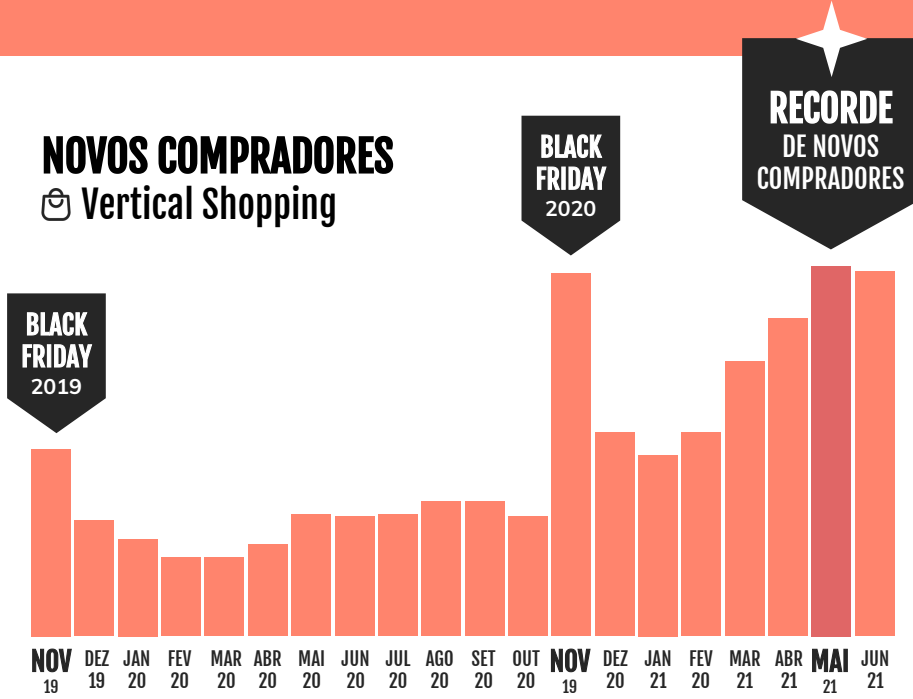




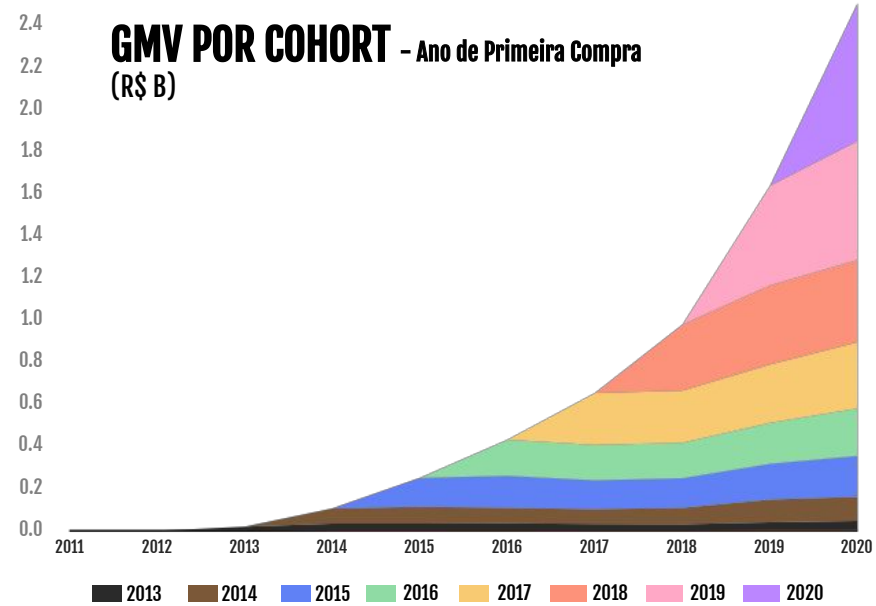
**PELA PRIMEIRA VEZ
NA NOSSA HISTÓRIA**

Conquistamos **MAIS NOVOS COMPRADORES** na **VERTICAL SHOPPING** em maio e junho do que durante o período da **BLACK FRIDAY**.

NOVOS COMPRADORES
Vertical Shopping



GMV POR COHORT – Ano de Primeira Compra
(R\$ B)

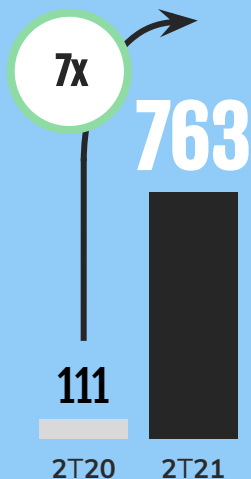


Considera os usuários que realizaram a 1ª compra utilizando Méliuz nos parceiros do e-commerce. Não estão inclusos usuários com primeiras compras de Recarga, Gift Card e Méliuz Nota Fiscal.

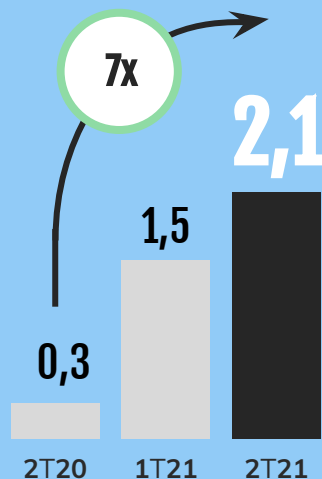
Pela primeira vez num trimestre atingimos

MAIS DE 1,5 MILHÃO DE CARTÕES SOLICITADOS

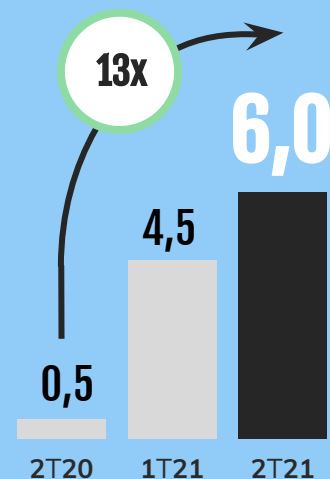
TPV TRIMESTRAL (R\$ MM)



TPV LTM (R\$ B)



CARTÕES SOLICITADOS (ACUMULADO) (# MM)

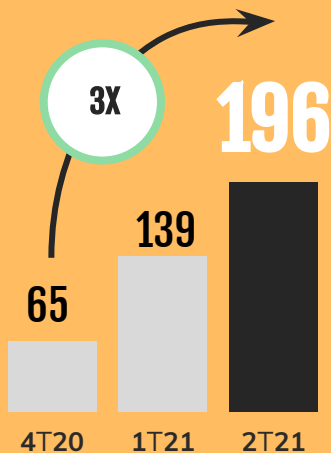


MÉLUIZ
NOTA FISCAL

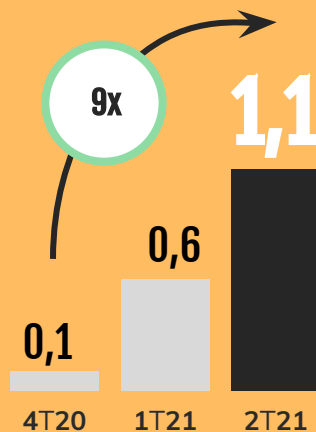
MAIOR ADEÇÃO DA NOSSA BASE DE USUÁRIOS E ACESSO A DADOS ESTRATÉGICOS

M

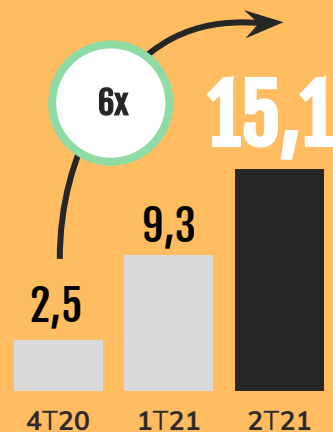
USUÁRIOS ATIVANDO
OFERTAS (#K)

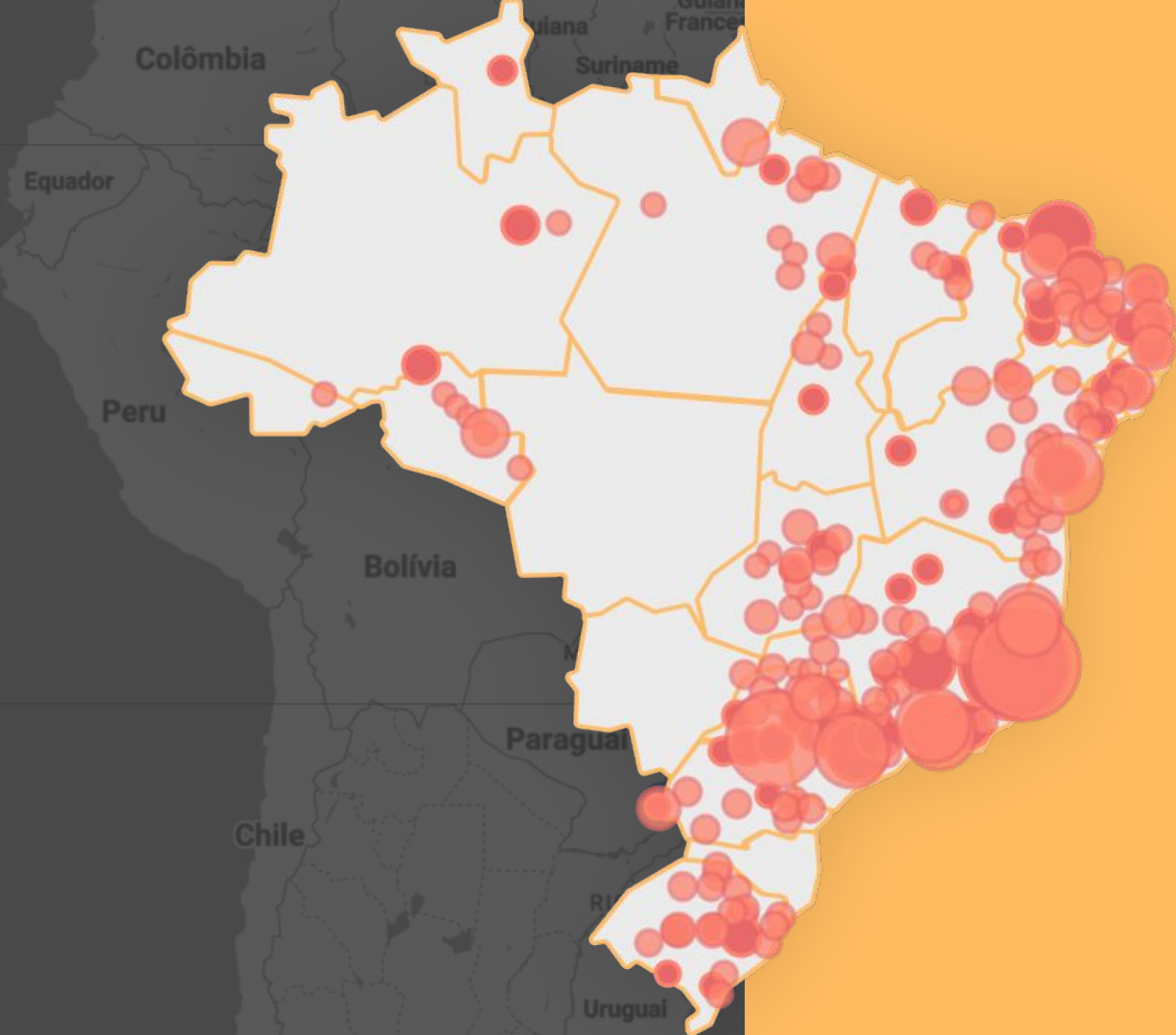


OFERTAS ATIVADAS
(#MM)



SELLOUT DATAPOINTS
(#MM)





MÉLIUZ NOTA FISCAL

USUÁRIOS EM MAIS DE 3.384 CIDADES

(61% das cidades
do Brasil)

1

2

3

4

SEGUIMOS ENTREGANDO O QUE PROMETEMOS



Avanços na vertical Shopping Internacional, trazendo novas *features* em busca de engajamento e retenção de usuários

ON TRACK COM A ESTRATÉGIA DEFINIDA NA AQUISIÇÃO

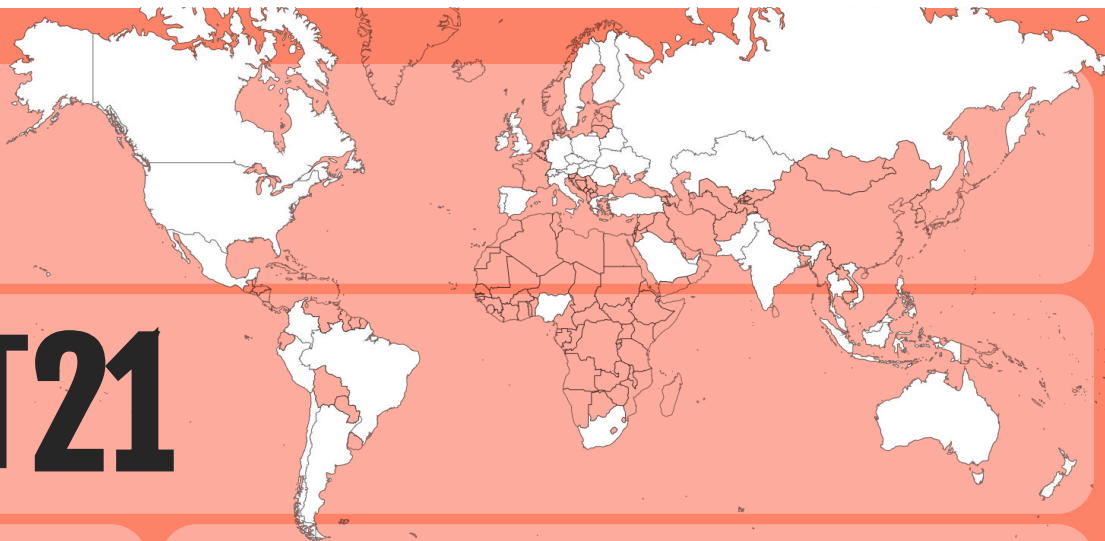
9 **PAÍSES PRIORIZADOS**
para primeira fase de
lançamento do cashback

Desenvolvimento dentro do
cronograma com início da
operação de cashback nos
países priorizados no final do

3T21

**NOVOS
PRODUTOS** que habilitam a
operação de cashback
em fase final de testes

**BUSINESS
AS-IS** se mantém sólido, tendo crescido
11% em receita 2T21 vs 1T21
em moeda constante (PLN)





DESTAQUES DO SHOPPING INTERNACIONAL

+13,2 MM

De sessões no site Picodi
durante o 2T21

Tráfego com
origem em
44 PAÍSES

R\$ 239 MM¹

GMV no 2T21

R\$ 8,2 MM¹

Receita Líquida
no 2T21

1

2

3

4

SEGUIMOS ENTREGANDO O QUE PROMETEMOS



Desenvolvimento do novo App e do cartão Méliuz, possibilitando mais acesso a produtos financeiros e uma conta digital

EXPERIÊNCIA ÚNICA E INOVADORA DO APP

usando a tecnologia
para reconstruir a
jornada de shopping e
de serviços financeiros

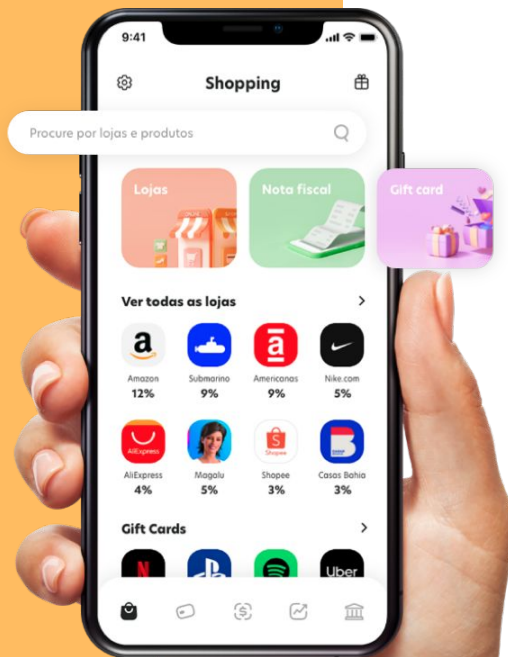


Foto do app meramente ilustrativa.

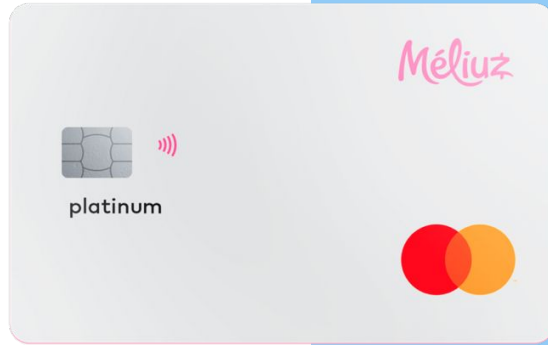
M

**MELHOR EXPERIÊNCIA
DO USUÁRIO**

**EXCELÊNCIA
TÉCNICA**

**MÚTIPLAS MOEDAS
& MÚTIPLAS LÍNGUAS**

**ELEVADO NÍVEL
DE SEGURANÇA**



NOVO CARTÃO COM EXPERIÊNCIA COMPLETA EM UM ÚNICO APLICATIVO.

***Digital first, crédito,
débito e pré-pago.***

ADICIONAR MAIS PRODUTOS E FEATURES PARA SEGUIR INTENSIFICANDO A RELEVÂNCIA E O ENGAJAMENTO DO APP

seja via crescimento
orgânico ou via M&A

SHOPPING GLOBAL

CONTA DIGITAL

PAGAMENTOS

INVESTIMENTOS

SEGUROS

EMPRÉSTIMOS



ALÉM DE CASHBACK,
ALÉM DE BANCO.



M

**Destques
2T21**

M



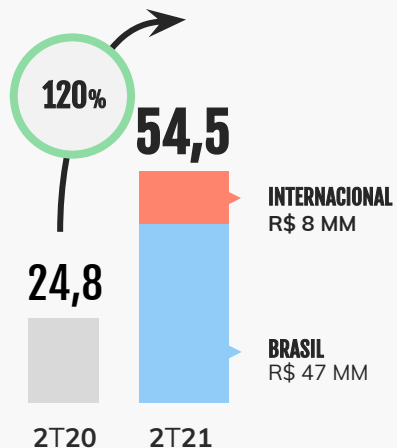
FINANCEIROS



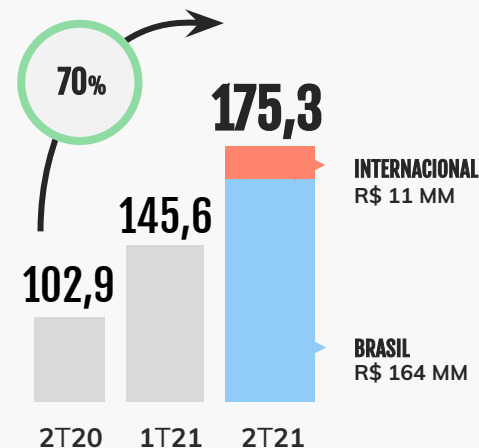
Receita Líquida
do 2T21

**CRESCEU
120% NO
COMPARATIVO
ANUAL**

**RECEITA LÍQUIDA
(R\$ MM)**



**RECEITA LÍQUIDA LTM
(R\$ MM)**

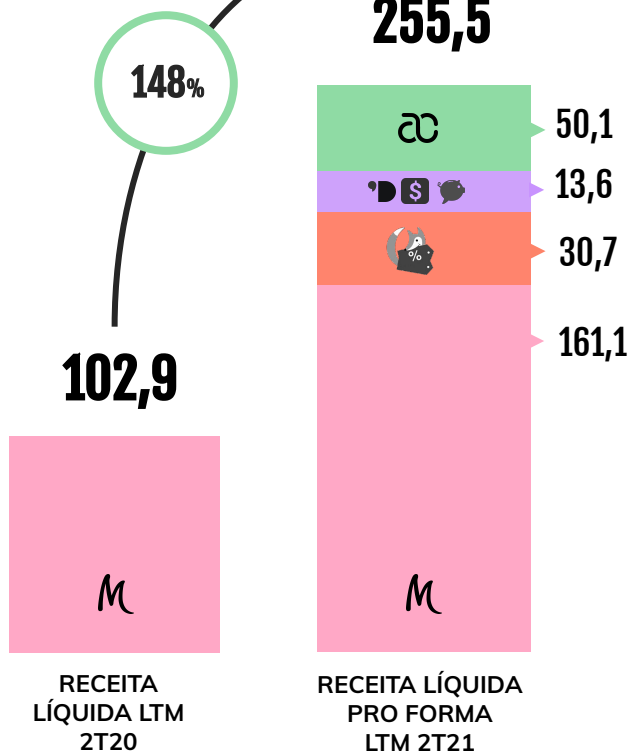




RECEITA LÍQUIDA PRO FORMA COM AQUISIÇÕES



(R\$ MM)



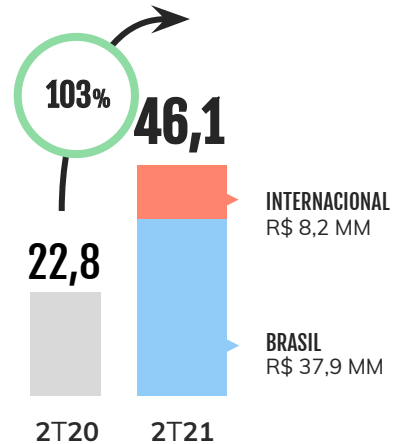
M



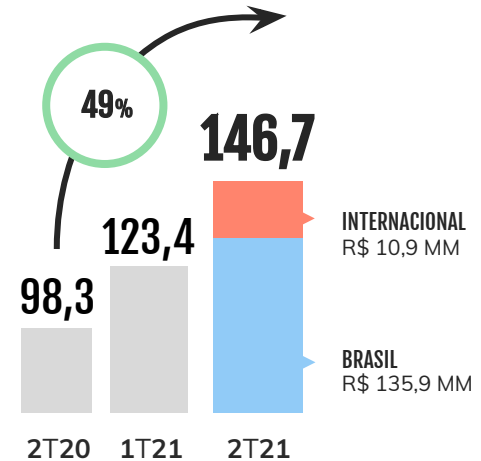
Receita do
Shopping

**CRESCER
103% ANO
CONTRA ANO**

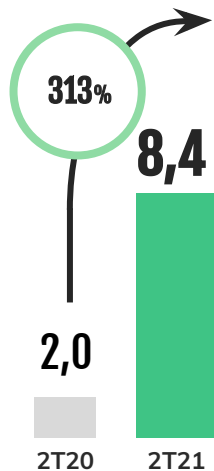
**RECEITA LÍQUIDA
SHOPPING (R\$ MM)**



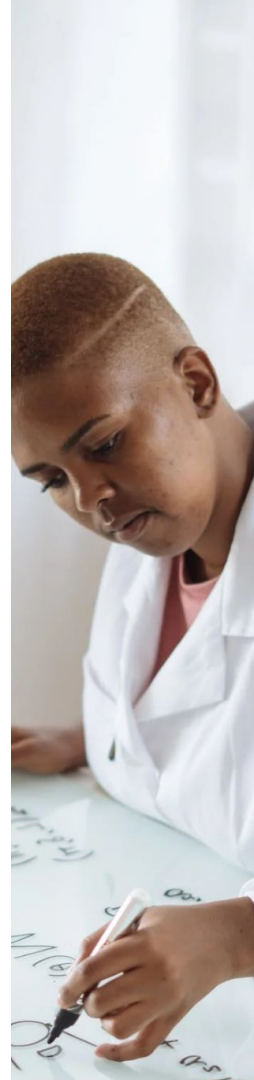
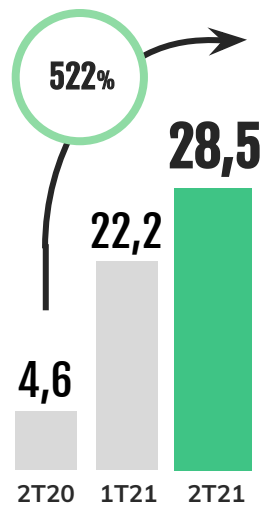
**RECEITA LÍQUIDA LTM
SHOPPING (R\$ MM)**



RECEITA LÍQUIDA SERVIÇOS FINANCEIROS (R\$ MM)



RECEITA LÍQUIDA LTM SERVIÇOS FINANCEIROS (R\$ MM)



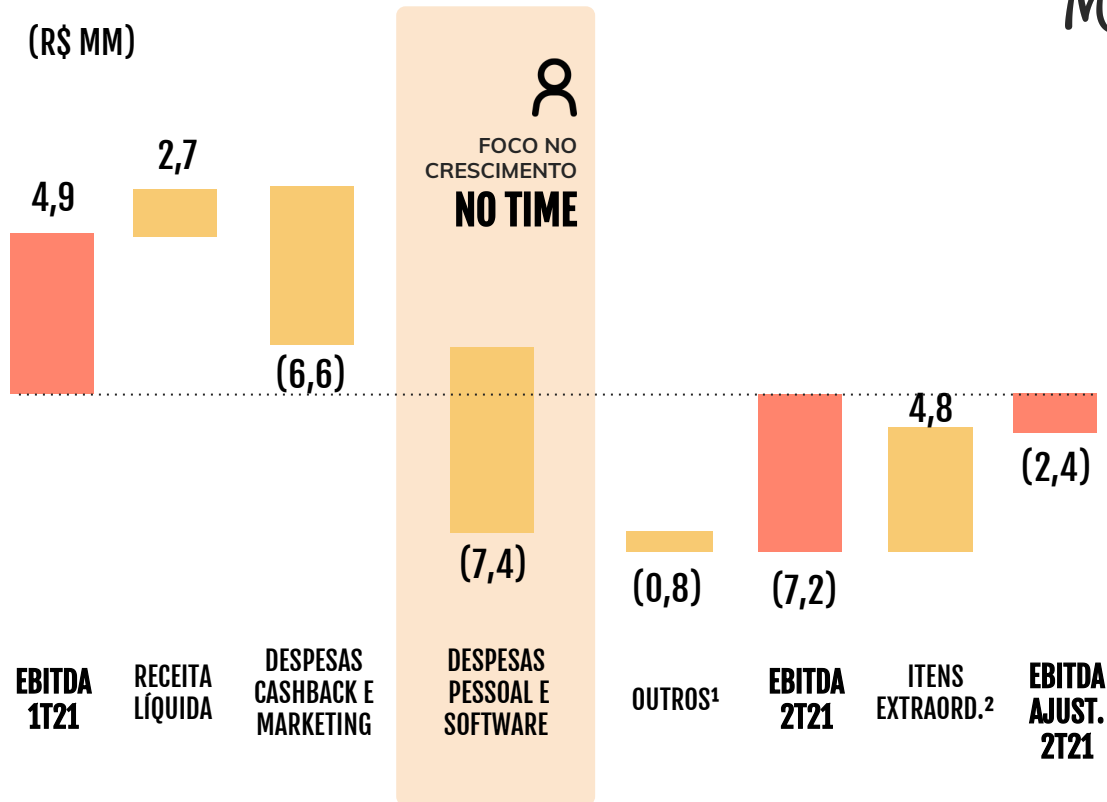
VERTICAL DE SERVIÇOS FINANCEIROS SEGUE CRESCENDO FORTE



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

CONTINUAREMOS INVESTINDO MAIS E FOCADOS EM CRESCIMENTO NOS PRÓXIMOS TRIMESTRES

1- Considera: serviços de terceiros, resultado financeiro, impostos e depreciação. | 2- Considera despesas com M&As.



M

PLANOS PARA OS PRÓXIMOS TRIMESTRES

PESSOAS

Continuar reforçando nosso time, especialmente o de produto e tecnologia;

USUÁRIOS

Continuar crescendo nossa base de usuários potencializando novos produtos e serviços;

SHOPPING INTERNACIONAL

Avançar na vertical de Shopping Internacional, trazendo novas features em busca de engajamento e retenção de usuários;

TRANSIÇÃO PARA O NOVO CARTÃO E NOVO APP

Redução dos investimentos de marketing para o Cartão atual, e priorização do desenvolvimento do novo app e do novo Cartão.

M



M

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

Tudo com Méliuz.

?!

ri.meliuz.com.br
ri@meliuz.com.br