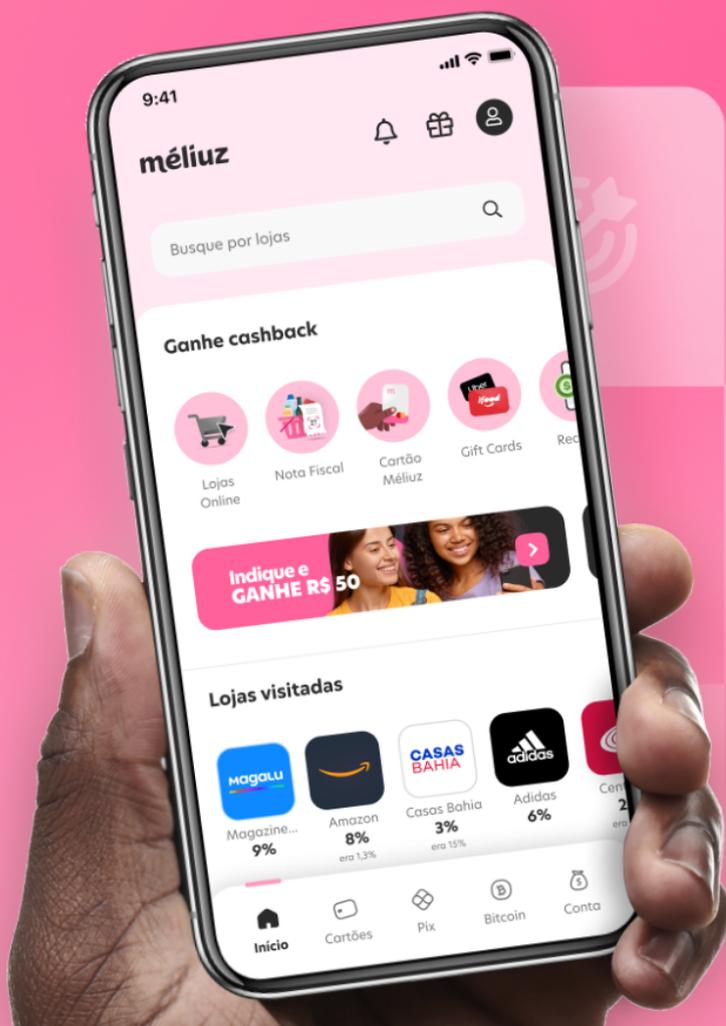


méliuz

Resultados 2T23



Conteúdo

Alienação do Bankly	3
Destques financeiros e operacionais	4
Mensagem do Presidente	5
Desempenho operacional	7
Desempenho financeiro	12
Demonstrações financeiras	23
Contatos	28

Webcast de resultado

9 de agosto de 2023 às 11:00 horas (Horário de Brasília)
com tradução simultânea para o inglês*

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

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

Alienação do Bankly

A Companhia celebrou no dia 1º de junho o acordo de investimento definitivo para a venda da totalidade do Bankly para o banco BV, conforme fato relevante divulgado na ocasião.

A venda encontra-se em análise por parte dos órgãos reguladores - Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e Banco Central do Brasil (BACEN) - e, desta forma, para fins contábeis os resultados de Bankly são destacados nas demonstrações financeiras como *Ativos Mantidos para Venda e/ou Operações Descontinuadas*.

Desta forma, os resultados de Bankly foram expurgados dos resultados consolidados do 2T23 e, para fins comparativos, dos demais períodos apresentados.

Destques financeiros e operacionais

	2T23	2T22	(Var.)	1T23	(Var.)
Desempenho financeiro (R\$ milhões)					
Receita líquida consolidada	72,2	71,7	1%	83,6	-14%
Shopping Brasil (Méliuz)	52,6	55,7	-5%	65,0	-19%
Shopping international (Picodi)	5,1	6,2	-17%	5,6	-9%
Serviços financeiros (Méliuz)	9,1	3,9	133%	8,0	14%
Outras Companhias	5,3	6,0	-11%	5,1	5%
Custos e despesas ajustado consolidado¹	-86,1	-100,5	14%	-92,3	7%
Custos e despesas consolidado²	-88,6	-119,4	26%	-98,4	10%
EBITDA ajustado consolidado¹	-11,7	-27,0	57%	-7,0	-67%
EBITDA consolidado²	-14,1	-45,9	69%	-13,1	-8%
Lucro/Prejuízo ajustado consolidado¹	-3,9	-4,4	11%	4,7	-183%
Lucro/Prejuízo consolidado²	-6,3	-23,3	73%	-1,4	-339%
Caixa & equiv. caixa consolidado²	395,8	438,5	-10%	422,5	-6%
Desempenho operacional					
Net take rate (Méliuz)	2,3%	2,1%	+0,2 p.p	2,2%	+0,1 p.p
Take rate (Méliuz)	6,1%	6,3%	-0,2 p.p	6,0%	+0,1 p.p
GMV (R\$ milhões)	1.221,8	1.285,7	-5%	1.246,5	-2%
Shopping Brasil (Méliuz)	1.072,4	1.202,7	-11%	1.114,4	-4%
Shopping Brasil (Promobit)	33,1	46,1	-28%	30,8	8%
Picodi (operação de cashback)	116,3	36,8	216%	101,3	15%
Contas totais (# milhões)	30,5	25,8	18%	29,4	4%
Shopping Brasil (Méliuz)	28,1	25,2	11%	27,6	2%
Picodi (operação de cashback)	2,4	0,5	356%	1,8	34%
Contas digitais abertas acumul. (# milhões)³	2,1	1,2	76%	2,0	5%
Cartões de créd. Méliuz acumul. (# mil)	55,5	3,6	1429%	47,3	17%
TPV (R\$ milhões)⁴	526,9	803,7	-34%	587,0	-10%

¹ Custos e despesas ajustado ou EBITDA ajustado ou Lucro/prejuízo ajustado: custo e despesa ou EBITDA ou lucro/prejuízo líquido, excluindo o Bankly e os itens extraordinários.

² Resultado consolidado do 2T22 e 1T23 rerepresentados, excluindo o Bankly.

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

⁴ Inclui TPV do cartão próprio e do cartão co-branded o qual teve emissão descontinuada em novembro de 2021.

Mensagem do Presidente

Cumprimos nossos três principais objetivos do primeiro semestre do ano: i) assinatura do SPA (*Shareholder Purchase Agreement*) do Bankly; ii) assinatura do acordo comercial e conclusão da integração sistêmica com a estrutura do banco BV e início da operação de abertura de contas e emissão de cartões na nova parceria; e iii) redução estrutural da base de custos e despesas do Méliuz.

O SPA do Bankly foi assinado no dia 1º de junho junto ao banco BV e, neste momento, a transação encontra-se sob análise do Bacen (Banco Central do Brasil) e do CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica). Apesar de não haver prazo estipulado para aprovação, acreditamos que a transação será concluída em seis a doze meses.

Já o acordo comercial, que visa a operação e oferta de produtos e serviços financeiros em parceria com o banco BV, foi assinado em março deste ano. Nos últimos meses, trabalhamos na integração dos times e dos sistemas que darão suporte à operação e, desde o dia 4 de julho, todas as contas abertas e cartões emitidos no Méliuz são frutos da parceria, na qual o Méliuz passa a ser remunerado de forma imediata.

Ao longo do segundo semestre, vamos realizar, de maneira gradativa, o tombamento das contas e dos cartões emitidos do serviço legado do Méliuz. O *ramp-up* da emissão de cartão de crédito em parceria com o BV também será realizado de forma gradativa e os primeiros resultados serão vistos a partir do terceiro trimestre.

Não menos importante, em janeiro, iniciamos um projeto de redução de custos e despesas no Méliuz que permeia todas as áreas da Companhia. O objetivo é realizar uma mudança estrutural na base de custos e despesas de forma sustentável e perene, trazendo o Méliuz para um modelo cada vez mais *asset light*. Revisitamos 100% dos contratos com os fornecedores e abrimos diversas frentes nesse sentido, que já estão impactando positivamente os nossos resultados.

Na vertical de Shopping Brasil, conseguimos mostrar um forte crescimento de 53% na margem⁵ em relação ao ano passado, saindo de R\$ 13,0 milhões no 2T22 para R\$ 19,9 milhões no 2T23. Estamos cada vez mais próximos do nosso principal objetivo do ano: atingir o *break-even* operacional do Méliuz. Nesse sentido, continuamos priorizando as

⁵ Receita líquida Shopping Brasil menos despesa com *cashback* da controladora.

margens unitárias da operação, mesmo que no curto prazo isso traga impacto negativo no volume de vendas geradas.

Fizemos importantes avanços na estrutura de custos e despesas da Companhia desde o início do ano e há mais por vir. Tenho certeza de que estamos no caminho para tornar o Méliuz uma empresa geradora de caixa e com uma estrutura enxuta, de maneira sustentável e perene.

A partir do segundo semestre, vamos contar com incrementos na receita provenientes das aberturas de contas e emissões de cartões em parceria com o BV e da melhora natural do Shopping Brasil por conta de: i) melhorias internas contínuas na operação e no produto core, colaborando para melhores taxas de atração, ativação e retenção de usuários e parceiros; ii) sazonalidade positiva de vendas no período; e iii) prováveis melhorias para o setor devido à conjuntura macro.

Além disso, nossa operação de cashback no Shopping Internacional vem gerando excelentes resultados em atração e retenção de usuários. Estou cada vez mais otimista que estamos criando um novo Méliuz fora do Brasil, tema que será abordado no Méliuz Day, em setembro.

No evento, vamos dar mais detalhes também sobre a redução de custos e despesas, incremento de receita, curva de ramp-up da emissão de cartão e demais produtos na vertical de serviços financeiros, além de outras informações.

Estamos nos preparando para um novo ciclo de crescimento. Estou otimista de que a fase mais desafiadora já ficou para trás e, mesmo ainda tendo muito a ser feito, vamos iniciar um período onde começaremos a colher os resultados do que estamos realizando desde o início do ano.

Desempenho Operacional



Shopping Brasil

Net take rate e GMV

Há exatamente um ano, devido às mudanças estruturais no ambiente macroeconômico e possíveis impactos negativos no nosso setor, iniciamos o direcionamento da nova estratégia do Méliuz com objetivo de otimizar as margens e de nos tornar cada vez mais eficientes. Desde então, no segmento de Shopping Brasil, um dos pilares dessa estratégia vem sendo a otimização do net take rate.

Mesmo em um período de resultados desacelerados devido à sazonalidade do setor e conjuntura macroeconômica, mantivemos nosso net take rate em um patamar acima de 2% durante todo o primeiro semestre do ano, finalizando o 2T23 em 2,3%. Alcançamos assim, um crescimento de 0,2 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior e 0,1 p.p. em relação ao 1T23.

Em termos de take rate, atingimos um percentual de 6,1%, uma leve queda de 0,2 p.p. em relação ao 2T22, quando atingimos 6,3% e incremento de 0,1 p.p. em relação ao 1T23.

+0,2 p.p. yoy

2,3%

net take rate 2T23

-0,2 p.p. yoy

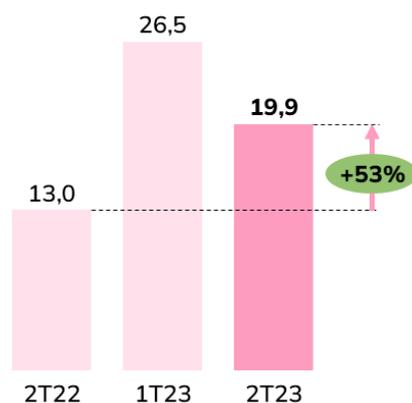
6,1%

take rate 2T23

No 2T23, aumentamos a margem do Shopping Brasil em 53% entre os períodos, de R\$ 13,0 milhões no 2T22 para R\$ 19,9 milhões no 2T23. Mantivemos nossa estratégia de priorizar as margens através do net take rate em detrimento do crescimento de volume de vendas, e por isso atingimos um GMV de R\$ 1.072 milhões no Méliuz, 11% menor quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

Margem Shopping Brasil⁶

(R\$ milhões)



Contra o 1T23 apresentamos uma pequena queda de 4% no GMV, já esperada quando observado a série histórica da Companhia dado que o segundo trimestre do ano é consistentemente o período com menor volume de vendas para o e-commerce Brasil.

Estamos otimistas com o resultado do e-commerce Brasil para o segundo semestre do ano, dado que sazonalmente se trata de um período com maior volume de vendas. Outras variáveis externas, como por exemplo o início da queda da taxa de juros no Brasil, devem impactar positivamente o setor no longo prazo.

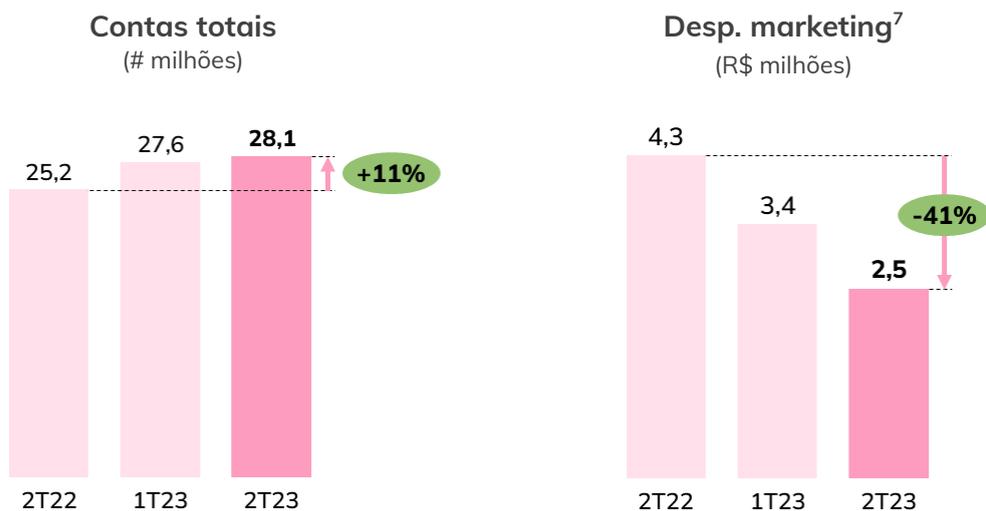
Considerando os resultados da Promobit, no valor de R\$ 33,1 milhões, alcançamos no Shopping Brasil um GMV de R\$ 1.106 milhões no 2T23, contra R\$ 1.249 milhões no 2T22.

Contas totais

No 2T23 atingimos um total de 28,1 milhões de contas no Méliuz, um crescimento de 11% em comparação ao 2T22. Mesmo enfrentando um período macroeconômico mais desafiador e realizando esforços na otimização de investimentos com *marketing* e aquisição paga, conseguimos manter um forte crescimento da nossa base de usuários.

Dessa forma, o Méliuz prova, mais uma vez, que possui um produto com alta capacidade de geração de valor e baixo custo de aquisição de usuários para os parceiros.

⁶ Receita líquida shopping Brasil menos despesa com cashback da controladora.



Shopping Internacional

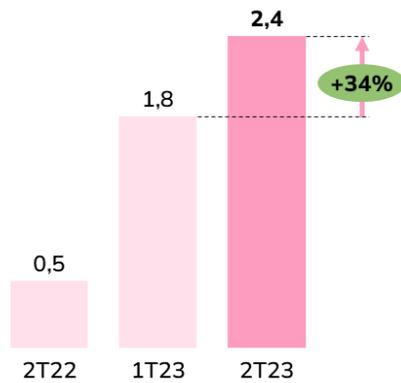
No 2T23 o Picodi atingiu um total de 2,4 milhões de contas abertas, um crescimento de 34% em relação ao 1T23. Atingimos esse resultado aproximadamente três vezes mais rápido quando comparado ao tempo que o Méliuz levou para alcançar o mesmo número de contas abertas no Brasil. Estamos aplicando com eficiência o *playbook* do Méliuz e os usuários de Picodi estão cada vez mais engajados com a nova *feature*.

O número total de compradores também apresentou uma sólida evolução, crescendo aproximadamente 53% em relação ao 1T23, reforçando a eficiência também na ativação das contas abertas.

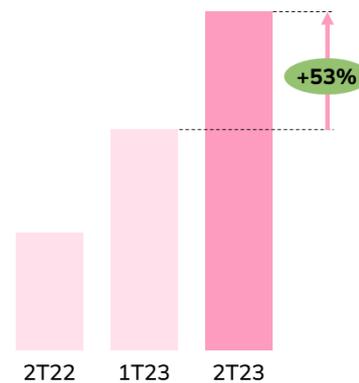
⁷ Considera apenas os valores de Méliuz (controladora) para as despesas com *marketing*.

Contas totais

(# milhões)



Total de compradores

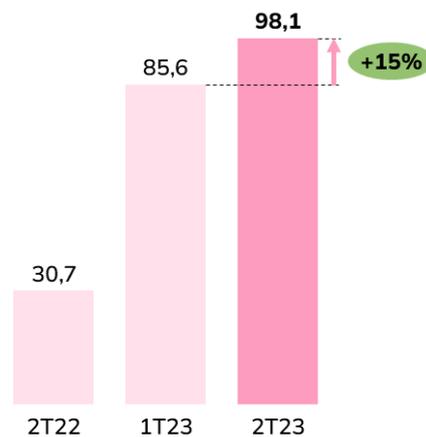


GMV

No 2T23, atingimos um GMV na operação de cashback de PLN 98,1 milhões (R\$ 116,3 milhões), um crescimento de 220% em relação ao 2T22, quando atingimos PLN 30,7 milhões (R\$ 36,8 milhões) e 15% em relação aos 1T23, quando atingimos PLN 85,6 milhões (R\$ 101,3 milhões), explicado pelo crescimento da operação de cashback no Picodi.

GMV da operação de cashback

(PLN milhões)



Serviços financeiros

No 2T23 atingimos um acumulado de 2,1 milhões de contas digitais abertas no Méliuz desde o seu lançamento, um crescimento de 5% em relação ao acumulado até 1T23, quando atingimos 2,0 milhões. Com a aprovação da aliança estratégica, não aceleramos a oferta dos nossos produtos financeiros durante o 1S23 para focar na integração dos produtos Conta e Cartão de Crédito com a nova estrutura junto ao banco BV.

Neste trimestre concluímos essa integração e desde 4 de julho 100% das contas digitais abertas e cartões de crédito emitidos são produtos da parceria Méliuz e BV. O tombamento das contas e cartões existentes pré-acordo com o BV serão gradativamente realizados ao longo do segundo semestre deste ano.

No 2T23 atingimos 55,5 mil cartões de crédito emitidos, um crescimento de 17% em relação ao trimestre anterior. Deste valor, aproximadamente 8 mil cartões foram emitidos em parceria com o BV. O TPV do cartão de crédito Méliuz foi de R\$ 105,6 milhões no 2T23 e o TPV do cartão *co-branded* legado, cuja emissão foi descontinuada em novembro de 2021, foi de R\$ 421,3 milhões.

Com o início da operação de conta e cartão com o BV, além da redução de custos e despesas que já vem ocorrendo, a partir do segundo semestre contaremos com o incremento da receita proveniente da ativação das novas contas e cartões, além de um percentual do TPV originado por esta carteira. Além disso, temos um *roadmap* de novos produtos financeiros a serem lançados frutos da parceria com o BV.

Desempenho Financeiro



Receita Líquida

Conforme informado no início deste relatório (capítulo: “Alienação do Bankly”), as linhas de Receita, Custos & Despesas, e de Ebitda do Bankly foram excluídas das análises após o ativo ter sido contabilmente classificado como “Ativos Mantidos para Venda e/ou Operações Descontinuadas”. Para fins de comparação, também excluimos os valores de Bankly dos períodos anteriores.

No 2T23 atingimos uma receita líquida total de R\$ 72,2 milhões, representando um aumento de 1% em relação aos R\$ 71,7 milhões reportados no 2T22 e uma redução de 14% em comparação aos R\$ 83,6 milhões reportados no 1T23 devido sobretudo à sazonalidade da operação de Shopping Brasil conforme detalhado a seguir.

Receita Líquida ⁸ (R\$ milhões)	2T23	2T22	Var.	1T23	Var.
Shopping Brasil	52,6	55,7	-5%	65,0	-19%
Shopping internacional	5,1	6,2	-17%	5,6	-9%
Serviços financeiros	9,1	3,9	133%	8,0	14%
Outros	5,3	6,0	-11%	5,1	5%
Total	72,2	71,7	1%	83,6	-14%

Shopping Brasil

Seguindo nossa estratégia para o Shopping Brasil, apresentamos um crescimento da margem⁹ de 53% na comparação anual, de R\$ 13,0 milhões no 2T22 para R\$ 19,9 milhões no 2T23. Mantivemos assim nossa estratégia de priorizar as margens através da otimização do net take rate em contrapartida ao volume de vendas originados.

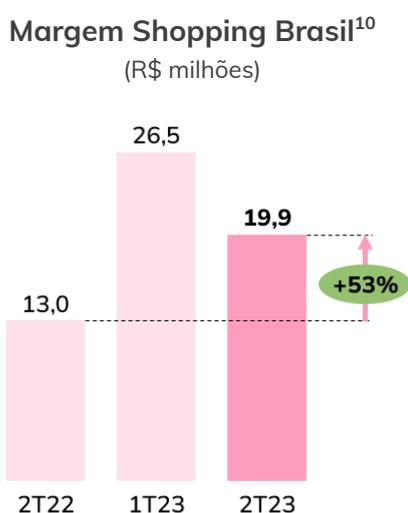
Mesmo com o forte aumento de 53% da margem, a queda da nossa receita líquida do Shopping Brasil foi de apenas 5% na comparação anual, saindo de R\$ 55,7 milhões no 2T22 para R\$ 52,6 milhões no 2T23, reforçando o sucesso na combinação de diferentes

⁸ Receita Líquida excluindo o Bankly;

⁹ Receita líquida shopping Brasil menos despesa com cashback da controladora.

estratégias além da otimização do net take rate, como maiores receitas da vertical de Méliuz Ads e melhorias contínuas de Produto e Operações, fundamentais para mantermos boas taxas de ativação e retenção de usuários.

No comparativo com o 1T23, tivemos uma queda de 19% na receita líquida de Shopping Brasil, explicado principalmente pela sazonalidade dos períodos. Historicamente, a receita do segundo trimestre do ano é inferior à do primeiro trimestre e a mais fraca do ano. Isso ocorre pois no primeiro trimestre do ano são contabilizados parte dos resultados da *Black Friday* e das festas de fim de ano, devido ao descasamento entre o GMV e o reconhecimento contábil da receita.



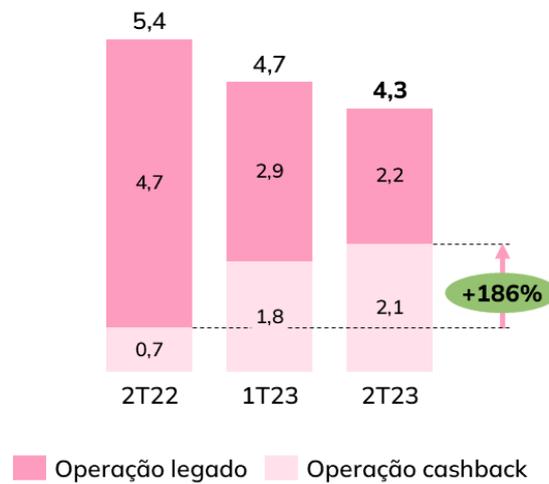
Shopping Internacional

A receita líquida do Picodi no 2T23 foi de R\$ 5,1 milhões, uma redução de 17% em relação ao 2T22, quando atingiu R\$ 6,2 milhões. Se excluirmos o impacto da variação cambial (R\$ 0,1 milhão), a queda da receita líquida entre os períodos seria de R\$ 1 milhão, explicada pela redução do resultado da operação legado a fim de promover a operação de *cashback*. Vale lembrar que o nosso objetivo para o Shopping Internacional nesse momento é de construir e reter as safras de usuários que, no longo prazo, irão impactar positivamente a receita da mesma forma que ocorreu no Méliuz.

Se considerarmos apenas a operação de *cashback*, finalizamos o 2T23 com uma receita líquida de PLN 2,1 milhões, 17% acima do 1T23 e 186% acima do 2T22.

¹⁰ Receita líquida shopping Brasil menos despesa com *cashback* da controladora.

Receita líquida do Picodi (milhões de PLN)



Serviços financeiros

A receita líquida de serviços financeiros, que compreende tanto o cartão Méliuz quanto o cartão co-branded, foi de R\$ 9,1 milhões no 2T23, um aumento de 133% em relação aos R\$ 3,9 milhões reportados no 2T22 e 14% acima dos R\$ 8,0 milhões reportados no 1T23, explicado pelo crescimento orgânico da operação legado de cartão de crédito do Méliuz.

Conforme mencionado anteriormente, concluímos no final do segundo trimestre a integração dos produtos com a nova estrutura junto ao banco BV. Desde 4 de julho, 100% das contas digitais abertas e cartões de crédito emitidos são frutos da parceria entre Méliuz e BV, sendo o Méliuz remunerado pela ativação dos usuários nestes produtos assim como uma remuneração variável sobre o TPV transacionado pelos cartões da parceria. Além disso, o tombamento das contas e cartões existentes pré-acordo com o BV serão gradativamente realizados ao longo do segundo semestre deste ano.

Despesas operacionais

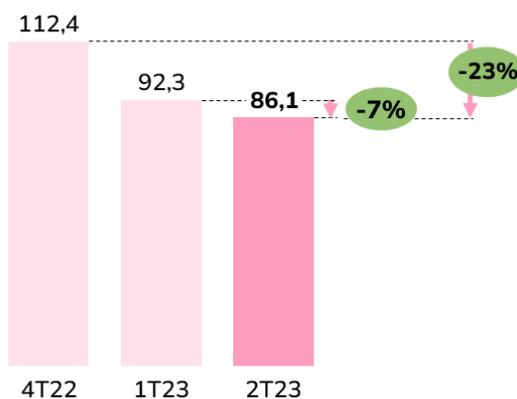
A redução das despesas operacionais alcançadas no 2T23 compõe parte importante da estratégia da Companhia para atingir o *break-even* operacional do Méliuz neste ano, conforme amplamente comunicado ao mercado. Continuamos exitosos na execução desta frente em uma tendência de redução de custos e despesas e, portanto, melhorando nossas margens de forma sustentável e perene.

Parte dos resultados obtidos com a agenda de eficiência operacional executada no primeiro trimestre já é percebida nos números do segundo trimestre, havendo ainda espaço para melhorias a serem executadas ao longo do segundo semestre do ano. Aliado a essa redução de custos e despesas, o segundo semestre contará com o incremento da receita oriundo dos produtos de conta corrente e cartão de crédito em parceria com o banco BV, cuja fase principal de integração foi concluída ao final do segundo trimestre. Adicionalmente, temos a expectativa de melhora natural do e-commerce no Brasil a partir do terceiro trimestre.

No 2T23, excluindo os gastos extraordinários, nossas despesas operacionais totalizaram R\$ 86,1 milhões, uma queda de 7% quando comparado ao 1T23, quando atingimos R\$ 92,3 milhões. Se considerarmos os seis primeiros meses do ano, a redução das despesas operacionais fica ainda mais evidente, com uma queda de 23% entre os períodos.

Despesas operacionais consolidado¹¹

Excluindo itens extraordinários
(R\$ milhões)



¹¹ Excluindo os números de Bankly.

Despesas Operacionais¹² (R\$ milhões)	2T23	1T23	Var.	2T22	Var.
Cashback	35,1	40,3	13%	43,7	20%
Shopping Brasil	29,7	34,9	15%	39,6	25%
Outros	5,4	5,4	-	4,1	-31%
Pessoal	23,6	30,3	22%	41,3	43%
Itens extraordinários	(3,4)	2,4	-	10,2	-
Comercial e marketing	5,4	6,2	13%	5,9	10%
Softwares	1,8	5,9	69%	7,4	75%
Serviços de terceiros	9,9	4,4	-127%	12,2	19%
Itens extraordinários	8,2	1,2	-564%	6,7	-23%
Outras despesas/receitas	12,8	11,3	-13%	8,8	-45%
Itens extraordinários	(2,4)	2,5	-	2,0	-
Total despesas operacionais	88,6	98,4	10%	119,4	26%
Total itens extraordinários	2,4	6,1	60%	18,9	87%
Total despesas op. excluindo itens extraordinários	86,1	92,3	7%	100,5	14%

Cashback

As despesas de cashback totalizaram R\$ 35,1 milhões no 2T23, 13% abaixo do 1T23, reflexo do menor GMV gerado no período, além da execução eficiente de estratégias com foco na melhoria de margem, ou seja, do net take rate.

Pessoal

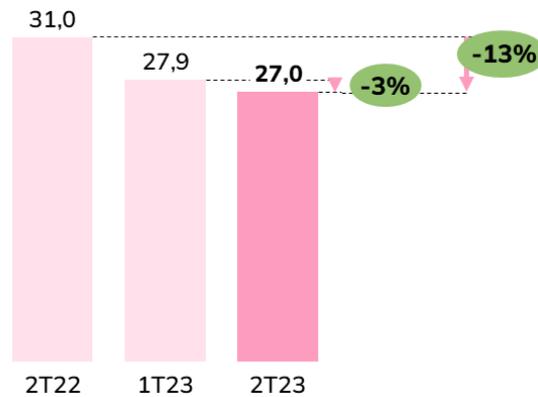
As despesas com pessoal totalizaram R\$ 23,6 milhões no 2T23, uma redução de 22% quando comparado ao 1T23, quando atingimos R\$ 30,3 milhões.

Se desconsiderarmos os efeitos extraordinários, no valor de R\$ 3,4 milhões no 2T23 que impactaram positivamente o resultado devido a reversão de encargos referentes a stock options - atingindo R\$ 27,0 milhões - e de R\$ 2,4 milhões em gastos com rescisão de funcionários do Méliuz no 1T23 - atingindo R\$ 27,9 milhões -, a queda nas despesas de pessoal seriam de 3% entre os períodos, fruto da reestruturação que realizamos ao longo do primeiro semestre de 2023.

¹² Excluindo os números de Bankly.

Desp. com pessoal consolidado¹³

Excluindo itens extraordinários
(R\$ milhões)



Comercial e Marketing

As despesas comerciais e de *marketing* totalizaram R\$ 5,4 milhões no 2T23, uma redução de 13% em relação aos R\$ 6,2 milhões do 1T23, explicada pela continuidade da nossa estratégia de otimizar investimentos em aquisição paga, focada na geração de usuários qualificados e com boas taxas de ativação e retenção.

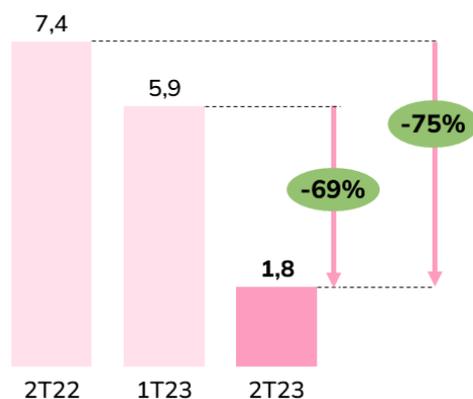
Software

As despesas com *software* totalizaram R\$ 1,8 milhão no 2T23, uma redução de 69% em comparação aos R\$ 5,9 milhões do 1T23, explicada majoritariamente pela renegociação de contratos e substituição de fornecedores, além de otimização de escopo e internalização de serviços.

¹³ Excluindo os números de Bankly.

Despesas com software consolidado¹⁴

Excluindo itens extraordinários
(R\$ milhões)

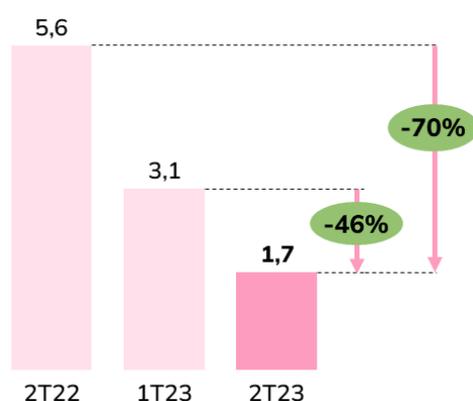


Serviços de terceiros

As despesas de serviços de terceiros totalizaram R\$ 9,9 milhões no 2T23, contra R\$ 4,4 milhões no 1T23. Se desconsiderarmos os itens extraordinários, de R\$ 8,2 milhões no 2T23 e R\$ 1,2 milhão no 1T23, ambos referentes a pagamentos de assessorias jurídica e financeira para a venda do Bankly, as despesas com serviços de terceiros seriam de apenas R\$ 1,7 milhão no 2T23, contra R\$ 3,1 milhões no 1T23. Essa redução é explicada principalmente pela redução de despesas com a central de atendimento dedicada para produtos e serviços financeiros, que passou a ser operada pelo banco BV.

Despesas com serviços de terceiros consolidado¹⁵

Excluindo itens extraordinários
(R\$ milhões)



¹⁴ Excluindo os números de Bankly.

¹⁵ Excluindo os números de Bankly.

Outras despesas/receitas

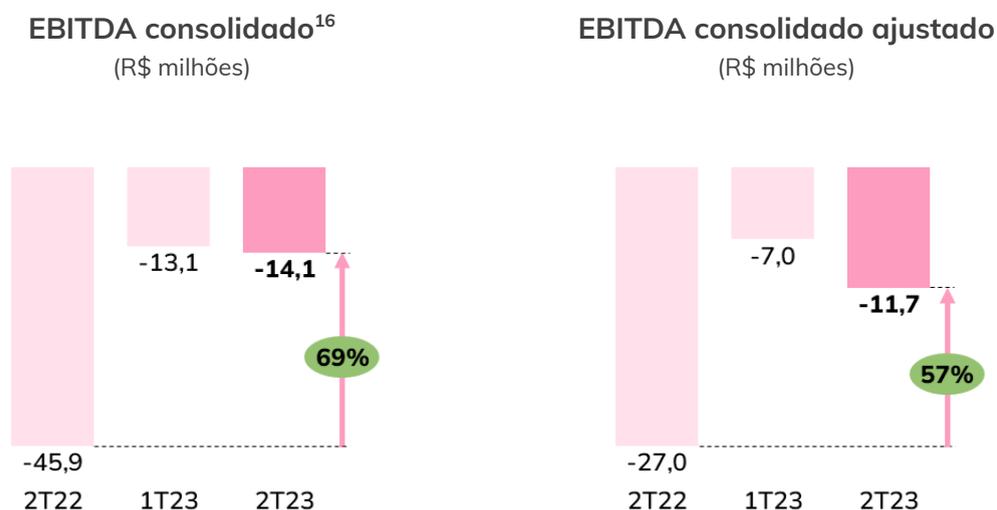
As outras despesas/receitas, que incluem despesas gerais e administrativas, depreciação e amortização e outras despesas da DRE, totalizaram um valor de R\$ 12,8 milhões no 2T23 contra R\$ 11,3 milhões no 1T23.

Desconsiderando os itens extraordinários de R\$ 2,4 milhões que impactaram positivamente o resultado do 2T23 (referentes majoritariamente a reversão da provisão de perda dos recebíveis da Americanas) e de R\$ 2,5 milhões que impactaram negativamente o resultado do 1T23 (referentes à provisão de perda dos recebíveis da Americanas) teríamos um aumento de 72% na linha de “outras despesas” entre os períodos. O aumento reflete a operação legada do cartão próprio do Méliuz que deixará de ser realizada pela Companhia.

EBITDA e resultado líquido

O EBITDA consolidado, excluindo os números de Bankly, foi de R\$ 14,1 milhões negativos no 2T23, contra R\$ 13,1 negativos no 1T23. Excluindo os itens extraordinários, o EBITDA consolidado ajustado foi de R\$ 11,7 milhões negativos no 2T23, contra R\$ 7,0 milhões negativos no 1T23. Essa queda do EBITDA é resultado principalmente da menor receita no Shopping Brasil em consequência da sazonalidade do período, que já era esperada.

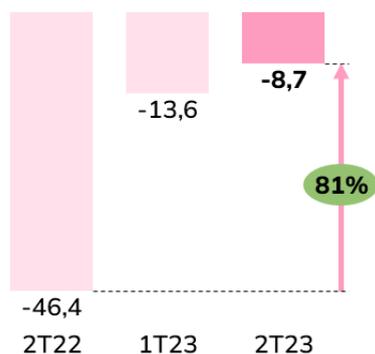
Na comparação anual, apresentamos uma expressiva melhora do EBITDA em 69%, saindo de R\$ 45,9 milhões negativos no 2T22 para R\$ 14,1 milhões negativos no 2T23, resultado principalmente da redução de custos e despesas realizada entre os períodos. Já para o EBITDA ajustado, saímos de R\$ 27 milhões negativos no 2T22 para R\$ 11,7 milhões negativos no 2T23.



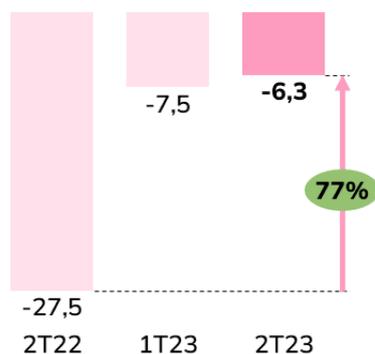
Se considerarmos apenas o Méliuz (controladora) os resultados são ainda melhores. Saímos de um EBITDA de R\$ 46,4 milhões negativos no 2T22 para R\$ 8,7 milhões negativos no 2T23, uma melhora de 81%. Já o EBITDA ajustado do Méliuz (controladora) sairia de R\$ 27,5 milhões negativos no 2T22 para R\$ 6,3 milhões negativos no 2T23, uma melhora de 77% entre os períodos.

¹⁶ Para fins comparativos, desconsidera os números de Bankly nos períodos anteriores ao 2T23.

EBITDA controladora (R\$ milhões)



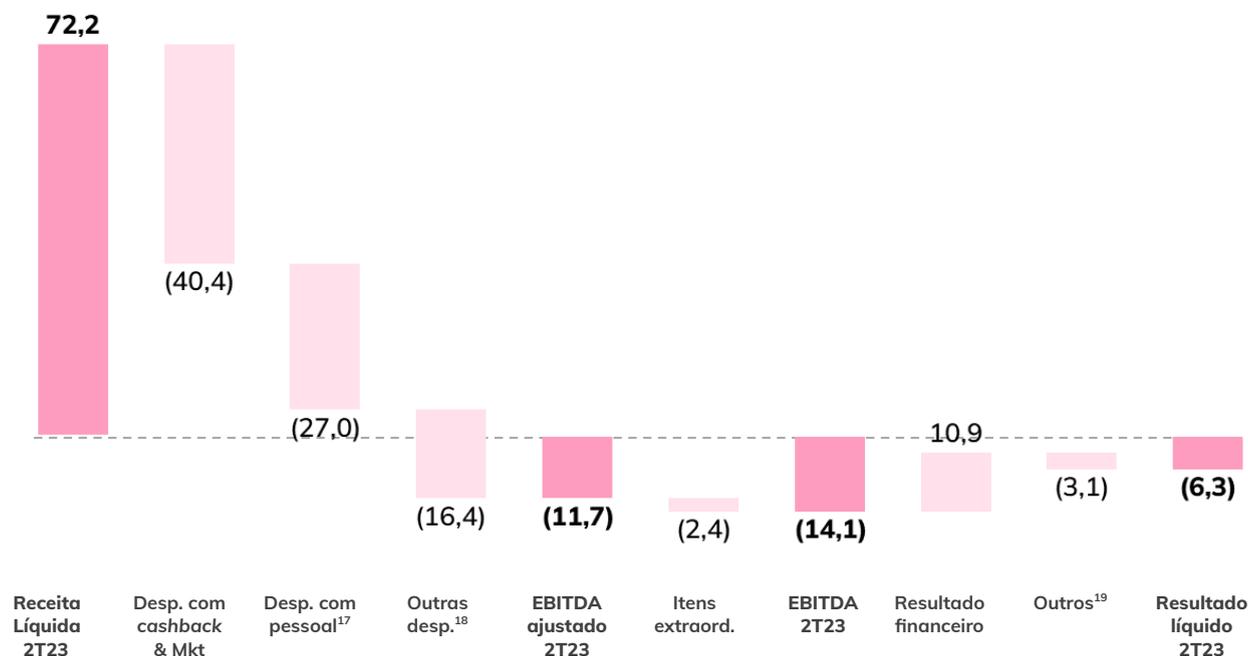
EBITDA controladora ajustado (R\$ milhões)



Para fins de resultado líquido consolidado, considerando o resultado financeiro (R\$ 10,9 milhões), amortização, depreciação e impostos (R\$ 3,1 milhões negativos), finalizamos o 2T23 com prejuízo líquido consolidado de R\$ 6,3 milhões, uma melhora de 73% contra o 2T22, quando apresentamos um prejuízo de R\$ 23,3 milhões.

Resultado líquido consolidado 2T23

Excluindo Bankly
(R\$ milhões)



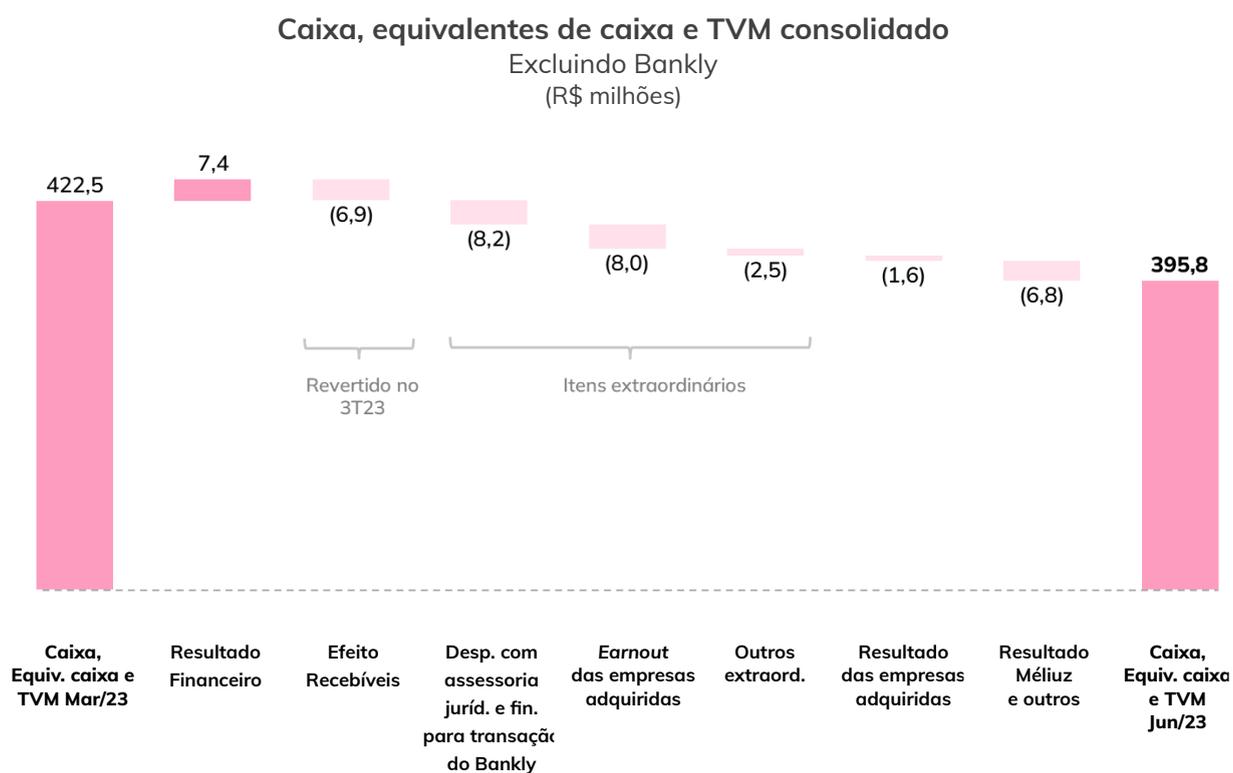
¹⁷ Exclui R\$ 3,4 milhões negativos de itens extraordinários.

¹⁸ Despesas gerais e administrativas, despesas com software, serviços de terceiros e outras receitas/despesas da DRE. Exclui R\$ 5,8 milhões de itens extraordinários.

¹⁹ Depreciação, amortização e impostos.

Caixa, equivalentes de caixa e TVM

Excluindo o Bankly, saímos de uma posição de caixa de R\$ 422,5 milhões no 1T23 para R\$ 395,8 milhões no 2T23. Essa queda é majoritariamente de itens extraordinários como: (i) R\$ 8,2 milhões de despesas com assessorias jurídica e financeira para a transação do Bankly; (ii) R\$ 8,0 milhões de earnout das empresas adquiridas; e (iii) R\$ 6,9 milhões de recebíveis que deveriam entrar no caixa no 2T23 mas entraram apenas no 3T23, devido a mudança pontual nos fluxos de faturamentos da Companhia que inclusive impactaram no aumento (pontual) do Contas a Receber do período.



Demonstrações Financeiras

Demonstrações de resultado²⁰

Período de três meses findos em 30 de junho de 2023 e 2022
Em milhares de reais, exceto lucro (prejuízo) básico e diluído por ação

	Controladora		Consolidado	
	30/06/2023	30/06/2022 (Reapresentado)	30/06/2023	30/06/2022 (Reapresentado)
Receitas líquidas	55.523	59.546	72.152	71.722
Despesas operacionais	(63.895)	(106.247)	(88.559)	(119.421)
Despesas com cashback	(32.751)	(42.659)	(35.060)	(43.698)
Despesas com pessoal	(19.038)	(35.758)	(23.642)	(41.287)
Despesas comerciais e de marketing	(2.528)	(4.289)	(5.358)	(5.949)
Despesas com softwares	(1.137)	(6.831)	(1.828)	(7.399)
Despesas gerais e administrativas	258	(2.133)	(13.084)	(5.083)
Serviços de terceiros	(9.653)	(11.700)	(9.888)	(12.242)
Depreciação e amortização	(1.755)	(1.363)	(2.315)	(1.772)
Outros	2.709	(1.514)	2.616	(1.991)
Resultado bruto	(8.372)	(46.701)	(16.407)	(47.699)
Resultado de equivalência patrimonial	(2.076)	(1.065)	-	-
Resultado antes do resultado financeiro e impostos	(10.448)	(47.766)	(16.407)	(47.699)
Resultado financeiro	6.363	13.485	10.865	13.494
Resultado antes dos tributos sobre o lucro	(4.085)	(34.281)	(5.542)	(34.205)
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	-	11.438	(768)	10.889
Lucro (prejuízo) líquido do período de operações em continuidade	(4.085)	(22.843)	(6.310)	(23.316)
Resultado líquido das operações descontinuadas	(9.222)	(4.836)	(9.222)	(4.836)
Lucro (prejuízo) líquido do período	(13.307)	(27.679)	(15.532)	(28.152)
Lucro (prejuízo) do período atribuível a:				
Não controladores	-	-	(2.225)	(473)
Controladores	-	-	(13.307)	(27.679)
Resultado básico e diluído por ação	(0,15)	(0,32)	(0,18)	(0,33)

²⁰ Em decorrência da venda de Bankly em 1º de junho de 2023, as informações trimestrais consolidadas do Méliuz S.A. findas em 30 de junho de 2022 - apresentadas para fins de comparação - foram ajustadas e o resultado de Bankly foi reapresentado na categoria Operações Descontinuadas, conforme exigido pela Norma Internacional de Relatórios Financeiros 5 ("IFRS 5") - Non-Current Assets Held for Sale and Discontinued Operating Units.

Balanço Patrimonial²¹

30 de junho de 2023

Em milhares de reais

	Controladora		Consolidado	
	30/06/2023	31/12/2022	30/06/2023	31/12/2022
Ativo Circulante				
Caixa e equivalentes de caixa	48.206	413.667	59.704	455.772
Contas a receber	23.038	12.524	32.567	31.180
Títulos e valores mobiliários	328.734	5.026	336.071	287.614
Tributos a recuperar	24.236	16.891	24.779	27.734
Custódia de criptoativos	-	-	10.227	6.707
Carteira de criptoativos	-	-	153	102
Outros ativos	6.305	7.876	19.102	113.883
Ativos mantidas para venda	189.194	-	439.566	-
Total do ativo circulante	619.713	455.984	922.169	922.992
Não circulante				
Realizável a longo prazo				
Tributos diferidos	55.094	55.094	55.094	73.262
Antecipação earn-out	14.168	12.994	14.168	12.994
Outros ativos	17.091	12.353	2.767	5.456
Total do ativo realizável a longo prazo	86.353	80.441	72.029	91.712
Investimento	179.982	393.411	1	1
Imobilizado	2.466	3.516	2.708	4.605
Arrendamento mercantil - Direito de uso	-	-	1.032	-
Intangível	3.830	3.082	175.482	338.641
Total do ativo não circulante	272.631	480.450	251.252	434.959
Total do ativo	892.344	936.434	1.173.421	1.357.951
Passivo				
Fornecedores	3.618	6.950	5.857	18.716
Empréstimos e financiamentos	-	-	-	132
Obrigações trabalhistas e tributárias	18.932	27.206	22.322	41.792
Imposto de renda e contribuição social a recolher	-	-	571	656
Cashback	14.713	16.270	14.713	16.270

²¹ Para o resultado findo em 30 de junho de 2023, os números de Bankly estão consolidados na categoria "Ativos Mantidos para Venda". Já para o resultado findo em 31 de dezembro de 2022, os números de Bankly estão consolidados no resultado do Balanço Patrimonial da mesma forma que foram apresentados no período em questão.

	Controladora		Consolidado	
	30/06/2023	31/12/2022	30/06/2023	31/12/2022
Arrendamento mercantil a pagar	-	-	326	-
Créditos em circulação e estabelecimentos a pagar	-	-	-	356.016
Dividendos mínimos a pagar	19	19	19	19
Custódia de criptoativos	-	-	10.227	6.707
Receita Diferida	5.749	5.749	5.749	5.749
Earn-out a pagar	27.965	8.034	27.965	8.034
Adiantamentos	317	861	367	13.426
Outros passivos	1.231	3.354	1.364	4.097
Passivos mantidas para venda	-	-	250.372	-
Total do passivo circulante	72.544	68.443	339.852	471.614
Não circulante				
Arrendamento mercantil a pagar	-	-	779	-
Cashback	765	954	765	954
Tributos diferidos	-	-	917	873
Obrigações trabalhistas e tributárias	2.423	3.895	5.123	6.315
Earn-out	1.239	28.920	1.239	28.920
Opção de compra	12.794	12.794	12.794	12.794
Receita Diferida	31.617	34.492	31.617	34.492
Provisões para processos judiciais	389	450	487	2.789
Outros passivos	-	30	2	2
Total do passivo não circulante	49.227	81.535	53.723	87.139
Patrimônio líquido				
Capital social	920.480	920.480	920.480	920.480
Reserva de capital	(31.282)	(39.392)	(31.282)	(39.392)
Outros resultados abrangentes	(3.700)	(3.636)	(3.700)	(3.636)
Lucro/Prejuízos acumulados	(114.925)	(90.996)	(114.925)	(90.996)
Patrimônio líquido atribuído a controladores	770.573	786.456	770.573	786.456
Patrimônio líquido atribuído a não controladores	-	-	9.273	12.742
Total do patrimônio líquido	770.573	786.456	779.846	799.198
Total do passivo e patrimônio líquido	892.344	936.434	1.173.421	1.357.951

Fluxo De Caixa

Período de seis meses findo em 30 de junho de 2023 e 2022

(Em milhares de reais)

	Controladora		Consolidado	
	30/06/2023	30/06/2022	30/06/2023	30/06/2022
Atividades operacionais				
Resultado do período antes dos tributos sobre o lucro das operações em continuidade	(4.275)	(44.328)	(6.434)	(43.291)
Resultado do período antes dos tributos das operações descontinuadas	(19.654)	(4.836)	(19.654)	(4.836)
Ajustes por:				
Depreciação e amortização	7.882	3.417	9.721	4.515
Ganho/perda com alienação de imobilizado	76	(4)	103	19
Rendimento e juros líquidos	2.961	(224)	(681)	943
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	4.877	74	4.528	630
Equivalência patrimonial	17.989	4.608	-	-
Benefícios a empregados com opções de ações	8.110	3.222	8.110	3.222
Apropriação de receita diferida	(2.875)	(1.886)	(2.875)	(1.886)
Provisão de cashback	78.869	107.385	78.869	107.385
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(61)	259	(1.684)	1.145
Earn-out	(186)	(15.328)	(186)	(15.328)
Perda com investimentos	(1)	-	-	-
Liquidação das ações em tesouraria	-	10.989	-	10.989
Variação cambial e outros	-	187	128	1.884
Resultado ajustado	93.712	63.535	69.945	65.391
Variações nos ativos e passivos:				
Contas a receber de clientes	(15.391)	23.171	(25.635)	51.342
Tributos a recuperar	(7.345)	(10.017)	(7.934)	(11.473)
Outros ativos	3.469	(1.905)	14.739	(14.186)
Receita diferida	-	45.000	-	45.000
Fornecedores	(3.332)	2.001	(296)	1.096
Obrigações trabalhistas e tributárias	(9.746)	7.277	(11.154)	8.957
Cashback pagos	(80.615)	(129.993)	(80.615)	(129.993)
Créditos em circulação e estabelecimentos a pagar	-	-	(131.835)	(17.971)
Outros passivos	(2.697)	(2.593)	(12.280)	(19.882)
Earn-out pagos	(8.035)	-	(8.035)	-
Aquisição de criptomoedas	-	-	(51)	95
IRPJ e CSLL pagos	-	-	(1.352)	(1.945)
Pagamento de juros de arrendamentos	-	(37)	(22)	(37)

	Controladora		Consolidado	
	30/06/2023	30/06/2022	30/06/2023	30/06/2022
Caixa líquido gerado (utilizado) nas atividades operacionais	(29.980)	(3.561)	(194.525)	(23.606)
Atividades de investimento				
Adições ao imobilizado	-	(372)	(133)	(493)
Recebimento pela venda de imobilizado	531	4	542	16
Adições ao intangível	(2.004)	-	(4.209)	(1.127)
Aquisição de instrumentos patrimoniais	-	(34.599)	-	(34.599)
Caixa oriundo de combinação de negócios	-	-	-	52.124
Aquisição de instrumentos financeiros	(334.208)	(97.025)	(185.663)	(90.367)
Aumento de capital em controlada	-	(36.000)	-	-
Adiantamento para futuro aumento de capital	-	(400)	-	-
Recebimento pela venda de participação acionária	200	-	200	-
Caixa líquido utilizado nas atividades de investimento	(335.481)	(168.392)	(189.263)	(74.446)
Atividades de financiamento				
Pagamentos de empréstimos e arrendamentos	-	(341)	(292)	(6.569)
Valores a receber de parte relacionada	-	(404)	-	-
Dividendos obrigatórios pagos	-	(2)	-	(2)
Caixa líquido utilizado nas atividades de financiamento	-	(747)	(292)	(6.571)
Efeito de variação de câmbio de ajuste de conversão	-	-	(134)	(5.183)
Varição líquida de caixa e equivalentes de caixa	(365.461)	(172.700)	(384.214)	(109.806)
Caixa e equivalentes de caixa				
No início do período	413.667	489.256	455.772	514.749
No final do período	48.206	316.556	71.558	404.943
Varição líquida de caixa e equivalentes de caixa	(365.461)	(172.700)	(384.214)	(109.806)



Contatos

Equipe de Relações com Investidores

Marcio Loures Penna

Fernanda Tolentino Guimarães Matoso



ri@meliuz.com.br



31 3195-6854