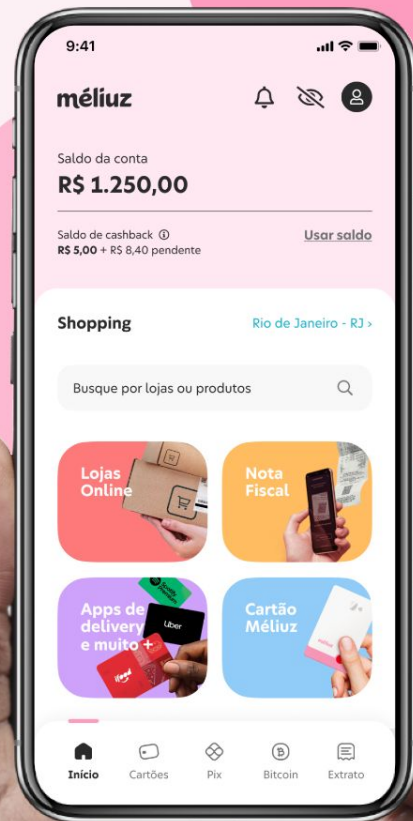


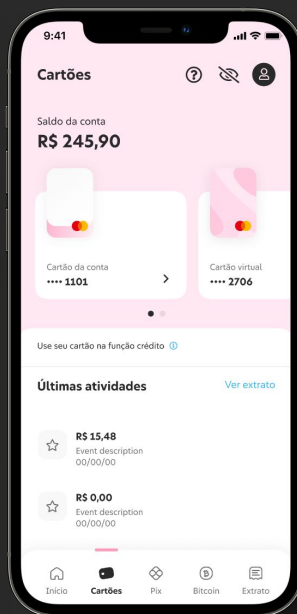
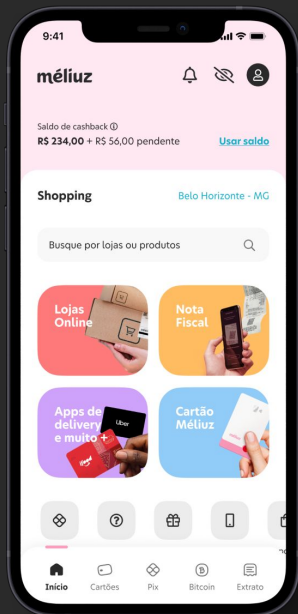
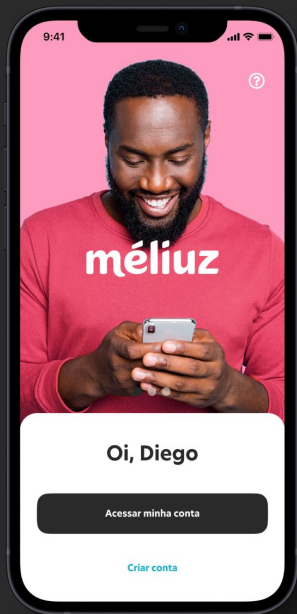
méliuz

Apresentação de **Resultados** 1T22

10 de maio de 2022



Rollout do novo app finalizado para 100% da base Android



Pilares e fatores críticos de sucesso do rollout


Nível de serviço


Experiência fluída

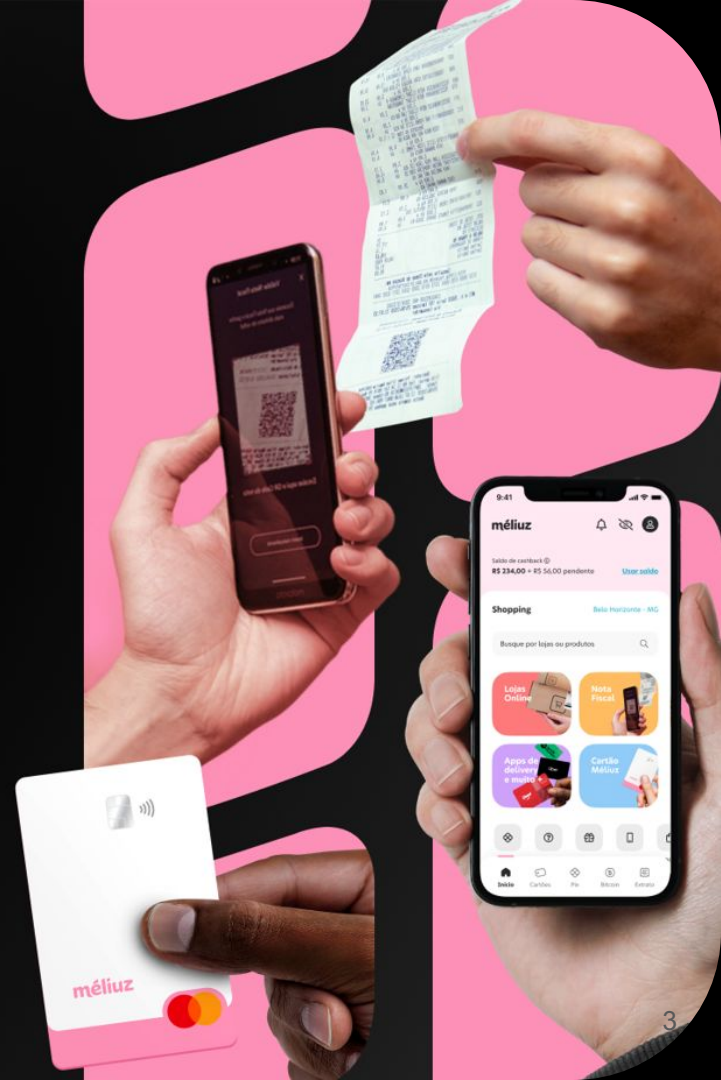

Alta qualidade técnica


Escalabilidade


Segurança

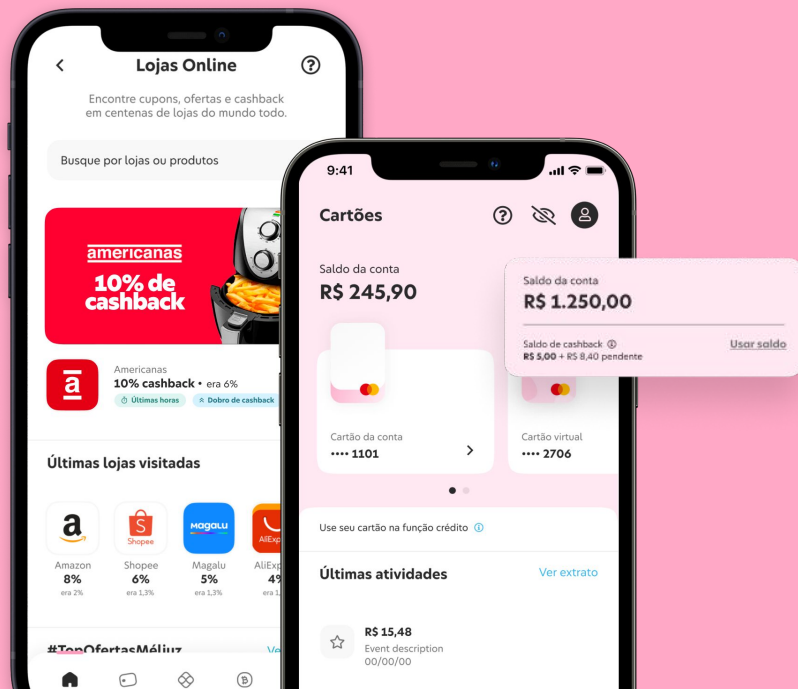
Uma experiência mais completa com a integração de shopping e serviços financeiros

▲ Mais interação e engajamento do usuário com o app



Foco em rentabilizar a base existente

cross-selling com os novos produtos aumentando a receita por usuário



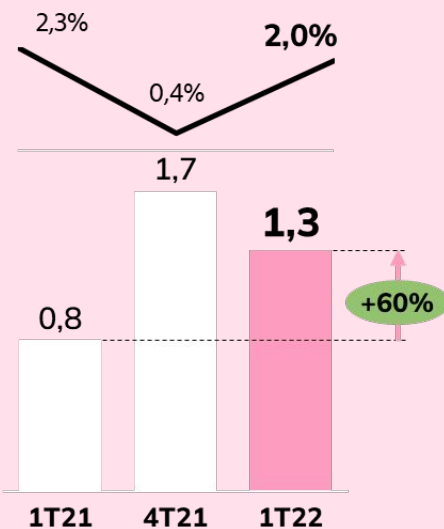
-  **Conta digital**
100% gratuita, experiência fluida e integrada ao shopping
-  **Transações com Pix**
Envio e recebimento de Pix totalmente grátis com poucos cliques
-  **Cartão de crédito, débito e pré-pago**
Sem anuidade e gasto mínimo, internacional, com cashback, 1º cartão do Brasil sem tarja magnética (mais segurança) e atendimento 24 horas
-  **Compra e venda de bitcoin**
Compra e venda a partir de R\$ 1,00
-  **Nota fiscal**
Cashback em lojas físicas

Forte crescimento do GMV
com margens saudáveis

GMV Méliuz e net take rate

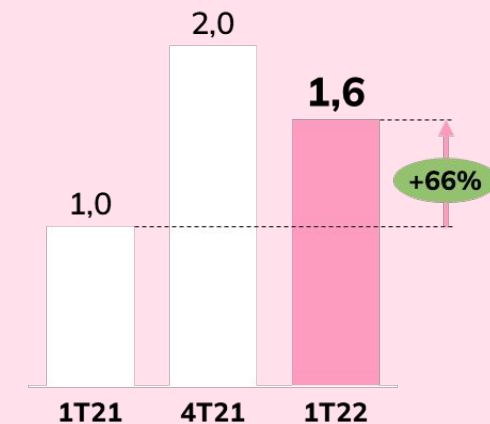
Shopping Brasil

(R\$ B)



GMV consolidado¹

(R\$ B)

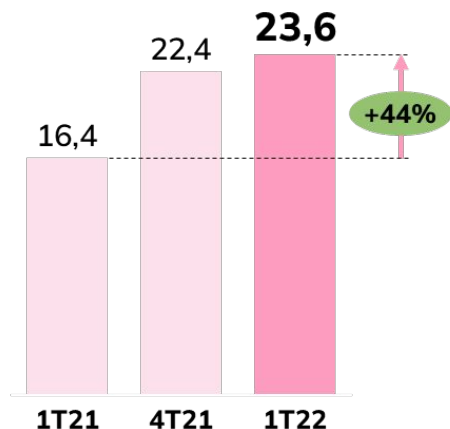


(1) GMV consolidado: considera shopping Brasil e internacional

Sólido crescimento da base de usuários e de compradores, viabilizando o cross-selling de produtos

Contas totais¹

(#MM)



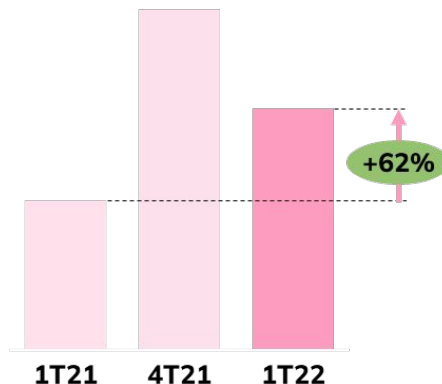
18,8 Mil

contas abertas
por dia útil no 1T22

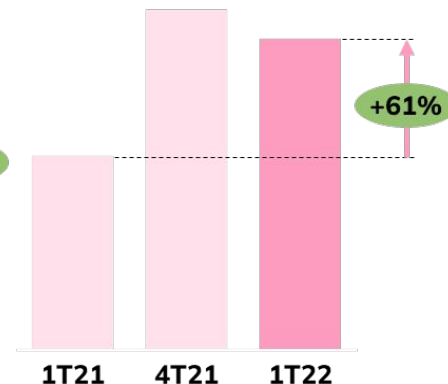
8,6 MM

usuários ativos²
nos últimos doze meses

Novos Compradores³ Shopping Brasil



Total de Compradores³ Shopping Brasil

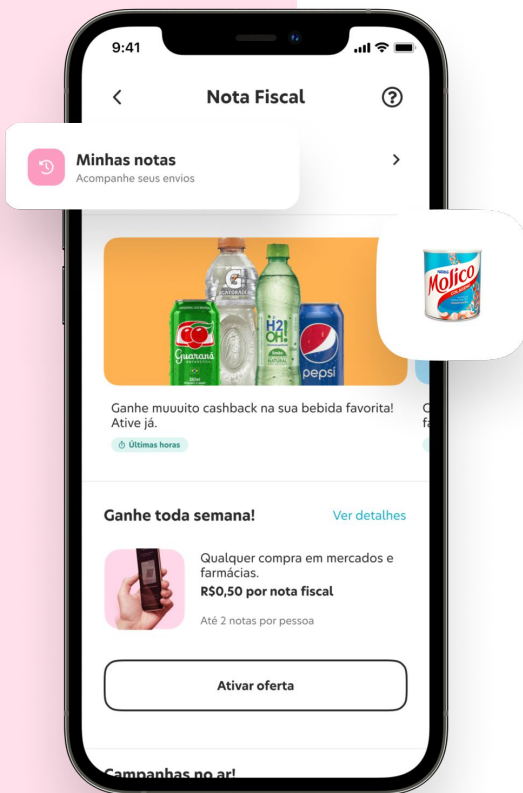


(1) Contas totais: considera apenas Méliuz;

(2) Usuários ativos: definição disponível no glossário do Earnings Release do 1T22;

(3) Novos compradores e de total de compradores: Os números contemplam apenas o shopping do Méliuz (sem aquisições).

Méliuz Nota Fiscal
aumenta o
engajamento da
base e a
assertividade na
oferta de
produtos e
crédito para
nossos usuários



No 1T22

318mil

usuários únicos
(+129% yoy)

6,6MM

ofertas ativadas
(+1.017% yoy)

32,9MM

sellout datapoints¹
(+256% yoy)

Abrangência
do produto
desde sua origem

71%

dos municípios
do Brasil

3.972

idades

(1) Sellout Datapoints: representa o volume captado de registros de itens vendidos nas notas fiscais

Internacionalização: estamos aplicando com sucesso o *playbook* que construímos no Brasil

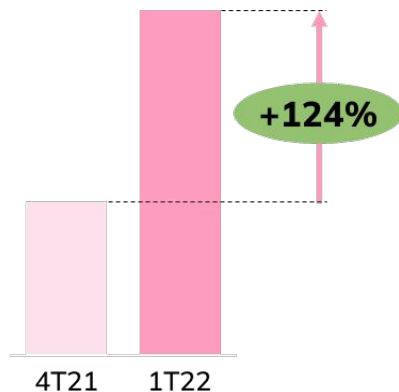


Evolução do Novo Picodi

com abertura de novas contas em 9 países

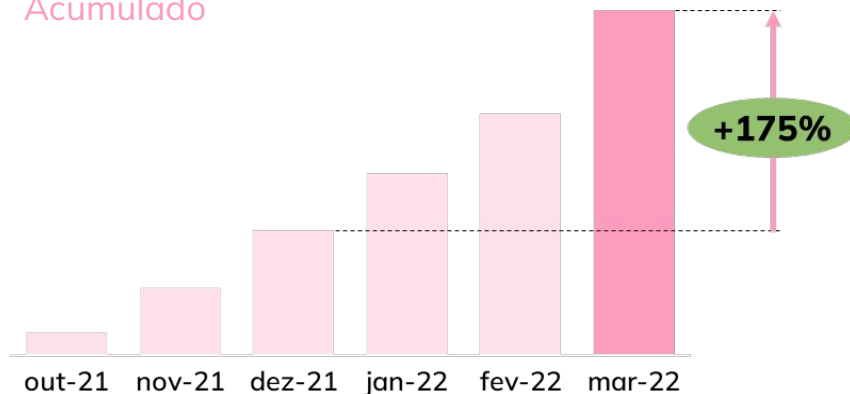
+ 273K
contas abertas
acumuladas até o
1T22

GMV clientes com contas abertas¹



Novos compradores com contas abertas

Acumulado

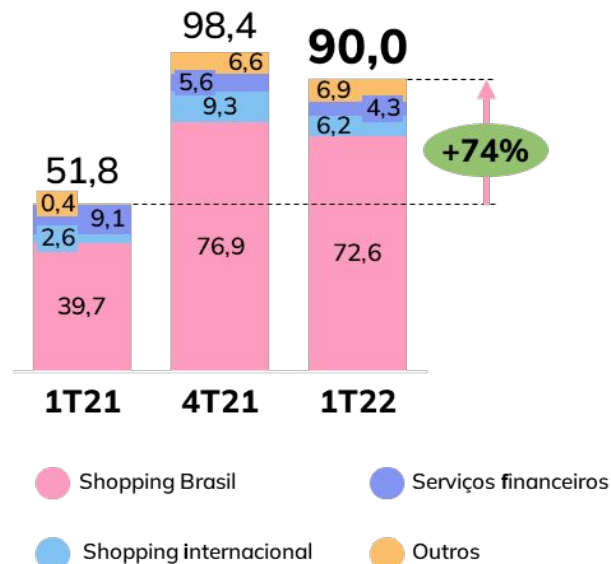


(1) O 4T21 e o 1T22 são os primeiros trimestres completos com a *feature cashback*.
O GMV de compras de clientes que se identificam para receber o *cashback*.

Receita líquida total **recorde para um primeiro trimestre**



Receita Líquida total¹ (R\$ MM)



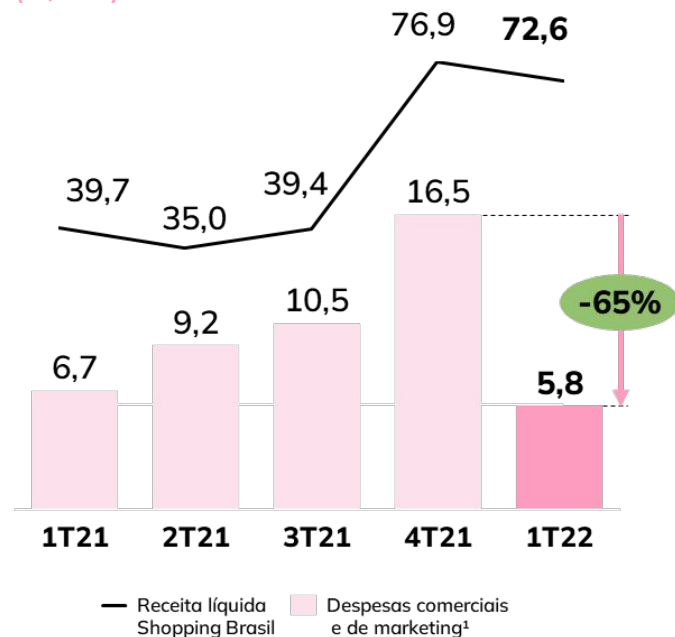
(1) Receita líquida: Considera os valores de Picodi a partir de março de 2021.

Crescimento de receita alinhado com **eficiência nas estratégias de aquisição e engajamento de usuários**

Receita Líquida e despesas comerciais e de marketing

Shopping Brasil

(R\$ MM)

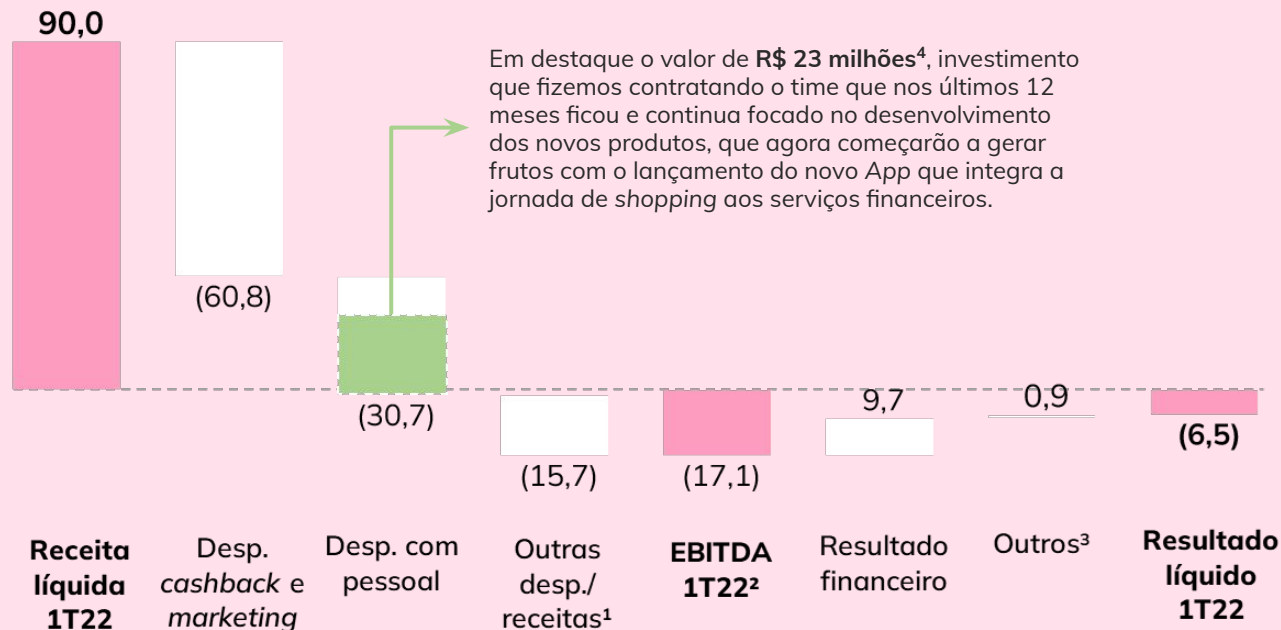


(1) Gastos comerciais e de marketing: contempla os números da controladora.

Investimos de maneira consciente no crescimento, lançando novos produtos que vão agregar valor para o negócio

Resultado líquido 1T22

(R\$ MM)

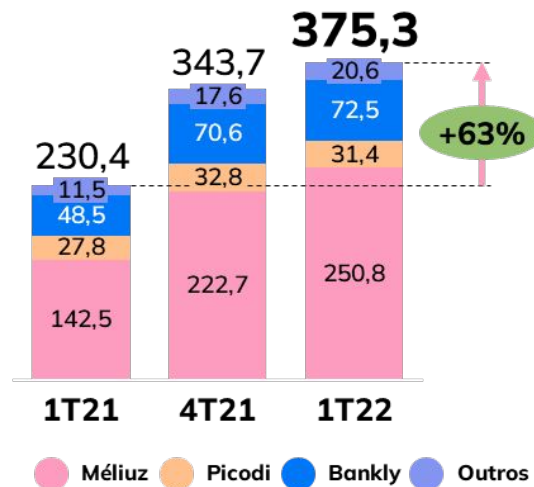


- (1) Outras despesas/receitas: Despesas gerais e administrativas, despesas de software, serviços de terceiros e outras receitas/despesas DRE;
 (2) Excluindo os gastos extraordinários com M&A, chegaríamos ao EBITDA ajustado de R\$ 17,0 milhões negativos no 1T22.
 (3) Outros: depreciação, amortização e impostos
 (4) Diferença entre despesas com pessoal do 1T22 contra o 1T21.

As aquisições
destravam
novas frentes
de geração
de valor

Receita líquida LTM pro forma com aquisições

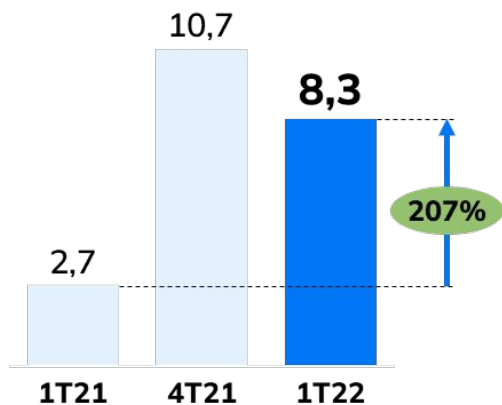
(R\$ MM)



O negócio de *embed finance* segue crescendo, ainda não alavancado pelos novos produtos do Méliuz

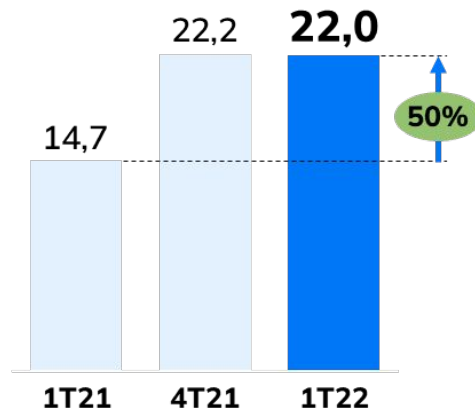
TPV

(R\$ B)



Receita líquida

(R\$ MM)

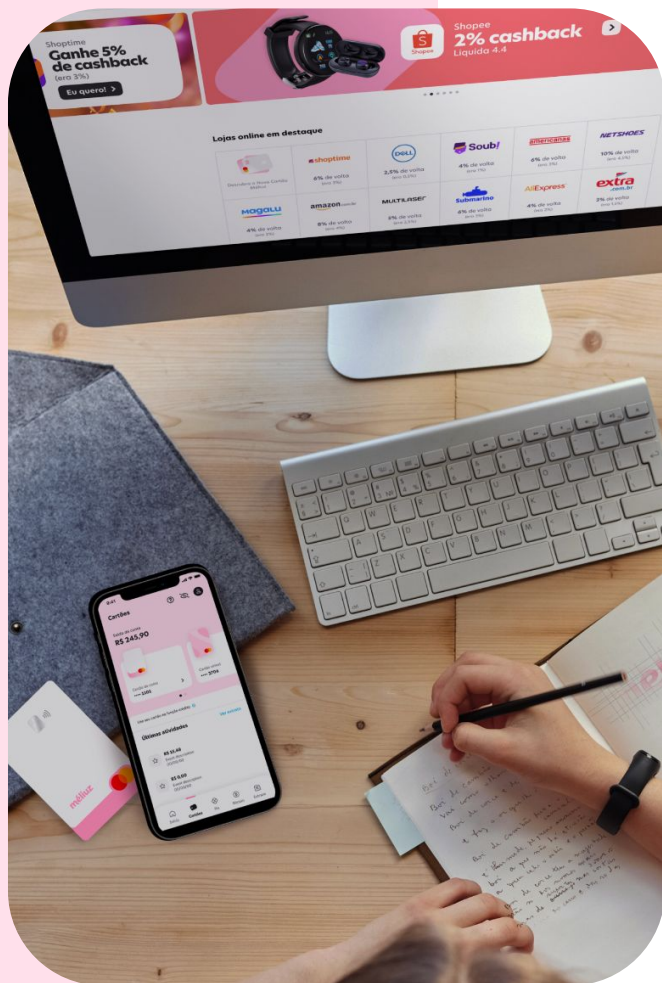


173

clientes

30%

margem bruta no 1T22



Nossos planos para os próximos trimestres:

- **Finalizar o rollout do novo app para a base IOS**
disponibilizando as novas features para 100% da base
- **Aumentar a receita por usuário**
com foco no cross-selling dos produtos
- **Manter o nível de caixa saudável**
preservando a liquidez da companhia, com foco no aumento da eficiência em marketing e reduzindo o número de contratações

+R\$ 500 MM
caixa e
equivalentes de caixa¹

(1) Caixa e equivalentes de caixa: considera o grupo CASH3.

Descubra,
decida,
compre,
guarde,
invista,
pague
e ganhe.

**Tudo
com
Méliuz.**

?!

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

