

# Resultados 2020

MARÇO 2021

Méliuz

## Divulgação dos resultados do quarto trimestre de 2020

**Belo Horizonte, MG, 31 de março de 2021.** Nesta data, o Méliuz S.A. (B3: CASH3), negociado no segmento Novo Mercado, anuncia seus resultados referentes ao trimestre encerrado em 31 de dezembro de 2020 - 4T20.

Desde 2011, oferecemos soluções completas de tecnologia que permitem um retorno positivo e sustentável à empresa e aos nossos usuários e parceiros. Com uma proposta de valor única, aplicamos a cultura do 'Ganha-Ganha-Ganha' em todas as nossas relações e serviços.

Acreditamos que, por meio da tecnologia e do uso de dados, é possível aproximar marcas e clientes e tornar as relações de consumo mais inteligentes e rentáveis para todos os envolvidos. Por isso, trabalhamos todos os dias para criar novas oportunidades para todo mundo ganhar mais.

### **DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS**

Dia 31 de março de 2021 (antes da abertura do mercado)

As informações e arquivos estarão disponíveis em nosso [site](#)

### **VIDEOCONFERÊNCIA DOS RESULTADOS\***

Dia 31 de março de 2021 às 11h00 (Horário de Brasília)

*\*Com tradução simultânea para o inglês*

**Webcast:** <https://choruscall.com.br/meliuz/4t20.htm>

**Telefone:** +55 11 3181-8565 | +55 11 4210-1803

**Código:** Méliuz

*\*Favor acessar 10 minutos antes do início da teleconferência.*

Para acessar o webcast com os slides da teleconferência, [clique aqui](#).

O replay estará disponível após a teleconferência [aqui](#).

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

### 2020, o ano do nosso Day One

Começamos o ano passado com o desafio de superar 2019 que, até então, havia sido o melhor ano da nossa história. De fato, 2020 foi um ano provocador, que nos fez encarar novos e antigos desafios e que nos deu a possibilidade de plantarmos novas sementes para continuarmos crescendo em 2021. No Méliuz, temos orgulho em dizer que Nada é Impossível e 2020 foi o ano que nos mostrou o quão somos capazes de realizar algo muito além do que podemos imaginar.

Nosso primeiro desafio do ano foi enfrentar uma pandemia, que surgia à nossa frente sem dar sinais de como deveríamos reagir. Cuidamos do nosso time, em primeiro lugar. Modificamos nosso regime de trabalho, preparamos nosso negócio para enfrentar momentos de incertezas e continuamos trabalhando para melhorar, cada vez mais, a experiência dos nossos usuários e parceiros com o Méliuz. Não demorou muito para colhermos os frutos das primeiras sementes plantadas. Ainda no primeiro semestre, lançamos um novo produto - o Méliuz Nota Fiscal - e iniciamos a parceria com o Magalu. Realizamos o nosso IPO em tempo recorde e, com isso, tivemos a oportunidade de mostrar nosso modelo de negócio, nossa cultura e nossas ambições para um outro público. O que para muitos parecia ser o final, para nós representou exatamente um novo começo. Quando tivemos nosso primeiro anúncio de resultados como companhia aberta, já foi possível mostrar nossa capacidade de execução e alinhamento com o plano que apresentamos durante o IPO. Em novembro de 2020, realizamos a maior *Black Friday* da história do Méliuz e apresentamos forte crescimento em todas as nossas linhas de negócios, seja pela perspectiva operacional ou financeira.

Por isso, não poderíamos estar mais animados para 2021. Os resultados apresentados até aqui são fruto de muito trabalho e da resiliência de um time fora da curva, que foi capaz de resistir em momentos de grandes dificuldades, de se adaptar à nova realidade que vivemos e que mostrou ter espírito empreendedor ao encarar tantos desafios enfrentados ao longo dos últimos quase 10 anos. Queremos construir algo muito maior, sem fronteiras, e que nos impulse a continuar crescendo pelos próximos 10, 15, 20 anos. Foi com muita alegria que anunciamos, em fevereiro de 2021, nossa expansão internacional com a aquisição do Picodi.com.

Para nós, a jornada está apenas no começo e os resultados que apresentamos nesse relatório mostram que ser uma empresa de tecnologia, com time excepcional e com uma cultura forte, nos permite sonhar com algo muito maior. Não somos apenas mais um player local, entramos em um outro jogo, global, e estamos só começando!

## Quem somos →

Somos uma empresa de tecnologia que oferece soluções digitais para conectar marcas e consumidores por meio de uma plataforma que integra *marketplaces* e serviços financeiros. Ajudamos nossos parceiros a venderem mais, bem como fidelizar e adquirir novos clientes por meio de divulgação eficiente de marcas, lojas, produtos e serviços. Unindo tecnologia e inteligência de dados às relações de consumo, somado a uma cultura Ganha-Ganha-Ganha, é possível otimizar os investimentos em marketing dos parceiros.

O modelo de negócio do *marketplace* e dos serviços financeiros do Méliuz é simples: os parceiros pagam para anunciar em nossos canais de comunicação e, a cada compra realizada por meio da nossa plataforma ou pagas com nosso cartão, o usuário recebe parte do valor gasto de volta, podendo resgatá-lo para sua conta corrente ou poupança, sem nenhum custo.

Isso é o que chamamos de 'Ganha-Ganha-Ganha': o usuário recebe benefícios reais e um amplo acesso a centenas de parceiros, produtos e serviços diversificados; enquanto o parceiro tem acesso a um novo canal de divulgação e comunicação, a uma base robusta e qualificada de usuários e à possibilidade de personalização de campanhas a partir da análise de hábitos de consumo; e nós somos remunerados pelos parceiros, pela divulgação de seus produtos, serviços e marcas, geração de vendas, aquisição e retenção de usuários, podendo esta remuneração ser variável, baseada em performance, ou fixa por um pacote de divulgação.

O ano de 2019 marcou a entrada da empresa no mercado de soluções financeiras. Em parceria com um banco que atua como emissor, lançamos o Cartão Méliuz - um cartão de crédito internacional, sem anuidade e que oferece até 1,8% de *cashback* em todas as compras. Desde o lançamento do produto, mais de 3 milhões de pessoas solicitaram o cartão.

Em 2020, fomos além e passamos a oferecer *cashback* a partir da leitura da nota fiscal, na compra de produtos específicos, em parceria com indústrias de bens de consumo - Méliuz Nota Fiscal. Com isso, passamos a ter acesso a mais dados e a entender o hábito dos usuários também nas compras do dia a dia. Como exemplo, apenas no 4T20 capturamos mais de 2,5 milhões de SKU's a partir das notas fiscais enviadas pelos nossos usuários. Ao mesmo tempo, nos tornamos um canal capaz de conectar a indústria diretamente com seu consumidor final e oferecer às marcas uma nova forma de promoção e incentivo de vendas.

Também lançamos a venda de *gift cards*, em que usuários da companhia podem ganhar *cashback* na compra de créditos a serem utilizados em plataformas como iFood, Uber, UberEats, Google Play, Spotify, Playstation Store e outros. Essa foi a primeira experiência de compra dentro do nosso ambiente. Recentemente, passamos a oferecer também o serviço de recarga de celular e os usuários do Méliuz têm a possibilidade de ganhar *cashback* ao comprar créditos para todas as operadoras.

Acreditamos que ao oferecer esses serviços, ampliamos nossa capilaridade de atuação, criando novas

oportunidades de aquisição de usuários e *cross-selling* sobre a base atual de contas, além de incentivar o aumento da recorrência do uso da plataforma.

Com um dos atendimentos mais bem avaliados no site do Reclame Aqui - em 2020, conquistamos o segundo lugar no “Prêmio ReclameAQUI: As melhores empresas para o consumidor 2020”, na categoria “Programas de Ponto e Vantagens” - hoje, somos um time de 182 pessoas que acreditam que nada é impossível e continuam trabalhando para tornar as relações de consumo mais justas e inteligentes.

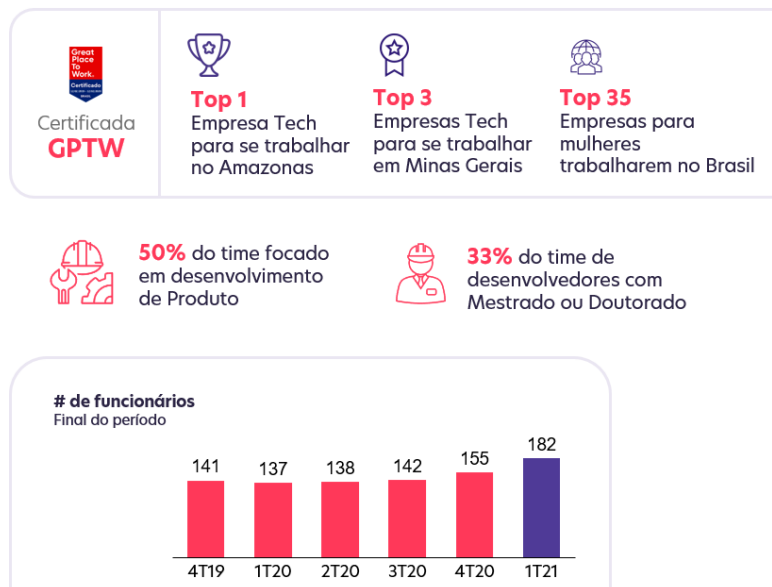
Com a oferta de um benefício real e palpável e a diversidade de serviços disponíveis, conseguimos atrair e reter os usuários à plataforma, ampliando, assim, nossa base de dados interna, o que permite um refinamento constante das nossas soluções para os parceiros.

Dessa forma, o nosso ecossistema cria um importante efeito de rede, uma vez que a percepção de valor do Méliuz tende a aumentar à medida que mais usuários aderem ao programa, impulsionando assim a entrada de novos parceiros e serviços. Estes, por sua vez, permitem atrairmos mais usuários qualificados para nossa base, criando um ciclo virtuoso de crescimento.

## Nosso Time e Cultura →

### Cultura

1. Clientes para Vida Toda
2. Ganha-Ganha-Ganha
3. Equipe Fora da Curva
4. Espírito Empreendedor
5. Grande Família
6. Nada é Impossível
7. Priorize e Simplifique



No Méliuz, acreditamos que todas as relações devem seguir o princípio do Ganha-Ganha-Ganha e, nas nossas relações internas, isso não é diferente. Temos o compromisso de atrair e desenvolver os melhores profissionais e, principalmente, valorizar nossos talentos internos. Afinal, além do Ganha-Ganha-Ganha, trazemos em nossa cultura dois pontos que se referem ao time: Equipe fora da curva e Grande Família.

Para garantir a manutenção e fortalecimento da nossa cultura, mesmo com a entrada de novas pessoas, a etapa final do nosso processo seletivo é, justamente, uma entrevista de cultura. Nesta fase, que tem

peso decisivo e eliminatório, três funcionários de diferentes áreas e senioridades conversam com o candidato para conhecer a sua história de vida, sonhos, desafios, legados, desejos, erros, acertos. A entrevista de cultura nos ajuda a garantir que pessoas mais alinhadas com nossos valores sejam contratadas.

Na nossa estratégia de meritocracia e remuneração, semestralmente, realizamos o processo de avaliação de promoções e méritos, no qual a indicação feita pelos gestores leva em conta aspectos relacionados à produtividade e resultados, e alinhamento com a cultura do Méliuz.

Além disso, o Méliuz trabalha com uma política interna de *Partnership*, na qual todo funcionário pode se tornar um sócio, de acordo com suas entregas e, principalmente, alinhamento com a cultura da empresa, recebendo *stock options* como forma de reconhecimento. Atualmente, 13% do nosso quadro de funcionários se tornou sócio do Méliuz por meio deste programa.

Como forma de incentivar ainda mais a qualidade nas entregas de todo nosso time, recentemente, lançamos também uma outra maneira de reconhecer nossos funcionários que apresentarem um alto potencial técnico, em qualquer nível de senioridade. No novo Programa de *Stocks*, o gestor pode indicar qualquer funcionário que tecnicamente apresentar entregas grandes e que tenha um crescimento exponencial muito bom, que receberá um valor financeiro que será convertido em *stock options*.

Para contribuir com o desenvolvimento do time, oferecemos um treinamento completo de liderança para os gestores atuais e para todos que estão no processo de assumir alguma liderança. Com isso, contribuimos, não só com o desenvolvimento pessoal do líder, mas, principalmente, com o desenvolvimento de todo o time que será liderado por ele. Além disso, possuímos uma política de custeamento de treinamentos dos nossos colaboradores.

Para que o ambiente do Méliuz seja, a cada dia, mais igualitário e inclusivo, desde 2018 contamos com um Núcleo de Diversidade, aberto a todos os nossos colaboradores, com a finalidade de discutir e propor ações ligadas a gênero, orientação sexual, cultura e origem, mulheres e gerações.

## Nosso negócio →

O Méliuz iniciou suas operações em 2011 com o objetivo de trazer mais valor e inteligência às relações de consumo, aproximando marcas e clientes. Para tal, fornecemos soluções digitais por meio de uma plataforma integrada de *marketplace* e serviços financeiros, que conecta mais de 14 milhões de contas a mais de 800 parceiros ativos.

O nosso modelo de negócios é estruturado para entregar uma proposta de valor Ganha-Ganha-Ganha, em que todos os *stakeholders* do nosso ecossistema digital (usuários, parceiros e a nossa Companhia) são beneficiados por meio de um ciclo virtuoso sustentável:

- Os nossos usuários têm, de forma gratuita, acesso a uma pluralidade de marcas, produtos, serviços, cupons de descontos e *cashback*, todos organizados em um único ecossistema digital dinâmico e amigável ao usuário.
- Os parceiros, por sua vez, têm acesso a um importante canal de divulgação das suas marcas, produtos e serviços, o qual, além de atingir uma base de mais de 14 milhões de consumidores qualificados, contam com inteligência de dados e tecnologia voltados para aquisição e retenção de usuários. Assim, geramos mais vendas para os parceiros e ao mesmo tempo otimizamos os seus investimentos de marketing.
- A nossa Companhia é remunerada pelos parceiros pela divulgação de seus produtos, serviços e marcas, geração de vendas, aquisição e retenção de usuários, podendo esta remuneração ser variável, baseada em performance, e/ou fixa, por um pacote de divulgação.

Atuamos em duas principais frentes de negócio: (i) *marketplace*, incluindo os principais *players* dos mercados de *e-commerce*, turismo e lazer, bens de consumo e serviços diversos; e (ii) serviços financeiros, que inclui instituições financeiras, como bancos, *fintechs*, entre outros. Por serem complementares, conseguimos explorar a sinergia operacional existente entre as duas frentes, amplificando o efeito de rede por meio do uso simultâneo da base de usuários e de seus dados - os quais são trabalhados e transformados em inteligência de mercado - permitindo a realização de *cross-selling* de produtos e serviços.

Com uma forte cultura de testes, trabalhamos para a melhoria contínua nos resultados em diversos estágios do funil de aquisição de usuários e em diferentes etapas da operação da nossa Companhia. Acreditamos que tal cultura promove a nossa performance operacional e a melhoria das taxas de conversões, o que reflete em redução de custos e aumento de receitas. Utilizamos, de forma intensa, *machine learning* aplicadas à extensa base de dados para desenvolver e entregar produtos customizados.

Além disso, trazemos em nossa essência a valorização do espírito empreendedor de todo o time, o que faz com que estejamos sempre em busca de novas oportunidades que possam ampliar ou complementar nosso portfólio de produtos e serviços, acelerando o nosso crescimento.

Por operarmos como intermediários entre nossos parceiros e usuários, não temos a necessidade de estoques ou ativos imobilizados relacionados à prestação dos serviços disponibilizados em nosso ecossistema, pois não somos responsáveis diretos pela prestação dos serviços ou venda dos produtos. Ficam a cargo da nossa Companhia (i) a operacionalização da nossa plataforma que conta com as ferramentas e inteligência de mercado para divulgação dos produtos e serviços (*marketplace* e financeiros) dos nossos parceiros ao público-alvo e (ii) o repasse de eventual *cashback* às contas, o qual é definido a exclusivo critério da nossa Companhia e calculado a partir do valor prometido e divulgado pelo Méliuz, no momento da ativação do benefício de *cashback* pelo usuário. Os valores de *cashback* das compras são acumulados no extrato do usuário, na conta do Méliuz, e, ao completar R\$20 de saldo disponível, é possível solicitar o resgate do valor para a conta corrente ou poupança, sem nenhum custo.

## O que planejamos →

Quando anunciamos nossos resultados do 3T20, definimos 4 ações que seriam executadas ao longo dos próximos trimestres. E conseguimos entregar resultados consistentes no que nos propusemos a fazer:

### 1. Crescimento da nossa base de usuários

Durante o quarto trimestre de 2020, tivemos 2,4 milhões de contas abertas, uma média de mais de 25 mil contas por dia, representando um crescimento de 55% comparado ao mesmo trimestre do ano anterior. Assim, chegamos ao final de 2020 com um total de 14 milhões de contas abertas, um crescimento, em média, de 59% ao ano desde 2017.

No 4T20, aceleramos nossos esforços de aquisição de clientes, conforme anunciamos durante o *roadshow* do nosso IPO, e entregamos a melhor campanha de *Black Friday* da nossa história.

### 2. Lançamento de produtos que promovam maior nível de engajamento da nossa base de usuários

No 4T20, pela primeira vez, passamos a oferecer a possibilidade de nossos usuários comprarem produtos dentro da plataforma do Méliuz. Começamos pela venda de *gift cards* - cartões pré-pagos que permitem nossos usuários ganharem *cashback* ao comprarem créditos que podem ser usados em parceiros como Uber, Uber Eats, Ifood, Playstation Netflix, entre outros.

Ainda na linha dos novos produtos, lançamos agora, no primeiro trimestre de 2021, a recarga de celular, que também possui alta recorrência junto aos nossos usuários.

Por enquanto, essas *features* ainda estão restritas a uma base específica de usuários do Méliuz, já que estamos dedicando essa etapa inicial para testes e melhorias no produto, procurando entender como melhorar a experiência dos usuários ao realizar compras dentro do Méliuz.

### 3. Lançamento de novos produtos em serviços financeiros

Em março de 2021, lançamos o Méliuz Empréstimos, nossa plataforma de empréstimos online. Depois de agregar serviços e instituições financeiras como parceiras em nosso *marketplace*, identificamos o *fit* desse tipo de produto com a nossa base de usuários e, então, decidimos seguir com o lançamento da plataforma.

A partir de agora, nossos milhões de usuários têm acesso a mais de 20 instituições financeiras e podem simular empréstimos em um só lugar, de forma personalizada, gratuita, rápida e segura. Com uma única simulação, o usuário pode consultar diferentes propostas disponíveis, dentre 30 produtos de crédito diferentes, de acordo com perfil e modalidade adequados às suas necessidades.

### 4. Crescimento do nosso time de tecnologia e desenvolvimento



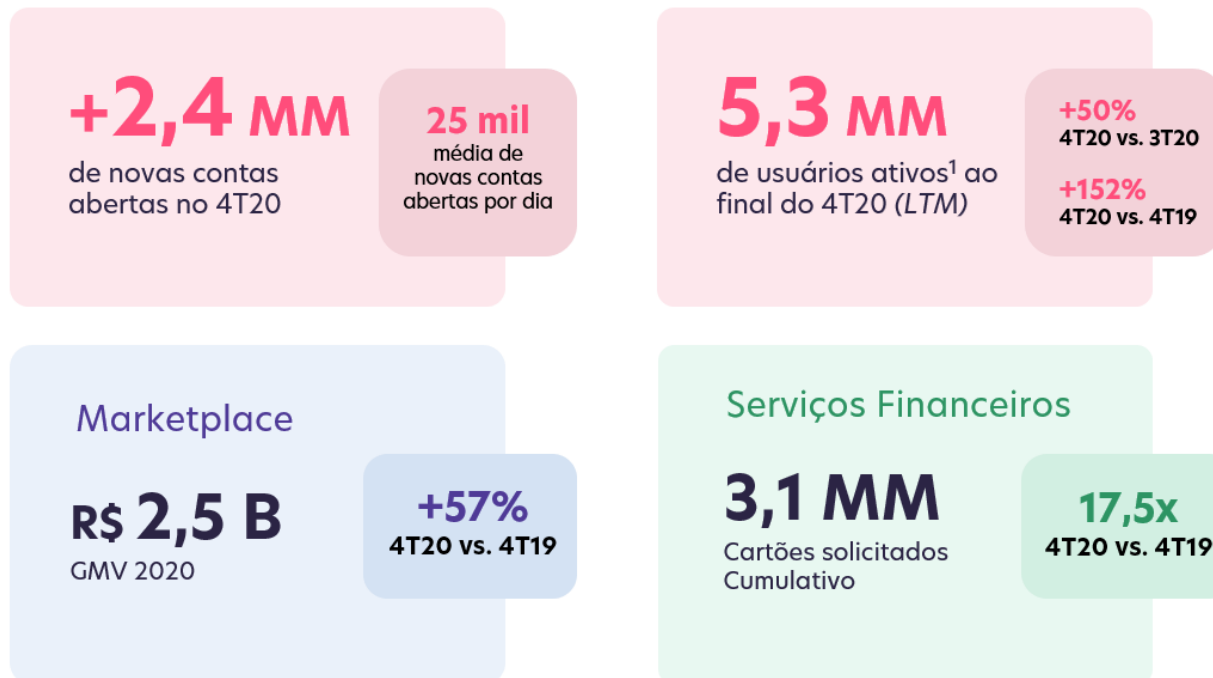
Nosso principal desafio para 2021 são pessoas. Crescer o nosso time é o que nos dará condições para explorarmos todas as oportunidades que temos à nossa frente. Desde o nosso IPO, contratamos mais de 40 pessoas, sendo metade para o nosso time de desenvolvimento de produto, incluindo gerentes de produto e desenvolvedores. Além disso, estamos com mais de 70 vagas em aberto em diversas áreas do Méliuz, sendo mais de 50 somente para a área de tecnologia.

Isso mostra o quanto estamos focados em seguir nossa estratégia para alcançar os objetivos da empresa e que os desafios que teremos pela frente vão além da nossa habilidade de execução, mas também da nossa capacidade em trazer um time fora da curva, que nos permita acelerar nosso ritmo de entrega, mantendo a nossa cultura forte, disciplina e nosso DNA de empresa de tecnologia.

O *playbook* está aí para ser seguido, e assim faremos!

## Desempenho operacional

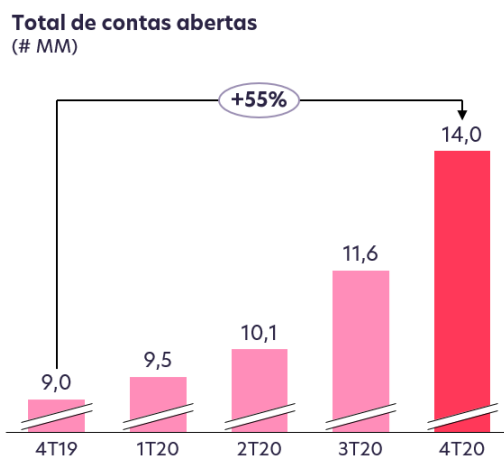
### Destaques 4T20 →



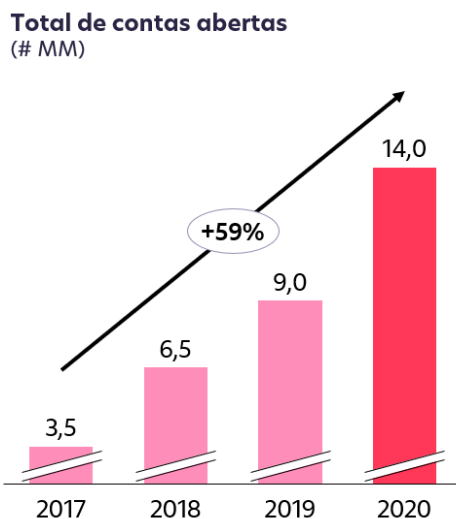
1. Usuários Ativos são os usuários novos ou existentes que realizaram ao menos uma das seguintes ações durante o período reportado: (i) compra em algum parceiro Méliuz iniciada a partir do aplicativo (app), site ou plugin da Méliuz; (ii) alguma compra utilizando o Cartão de Crédito Méliuz; (iii) ativação 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".

### Base de Usuários →

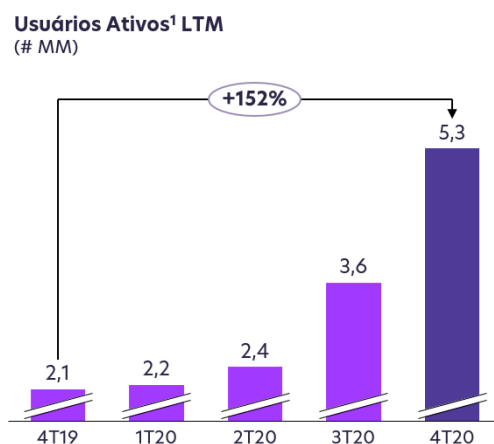
Chegamos ao final do 4T20 com um total de 14,0 milhões de contas, representando um crescimento de 55% em relação ao 4T19, quando tínhamos 9,0 milhões de contas abertas. Tal desempenho é resultado da adoção de novas estratégias para aumentar o alcance da plataforma e aquisição de usuários.



Comparando os resultados apresentados ao longo dos últimos 4 anos, chegamos a uma taxa média de crescimento anual de 59%.

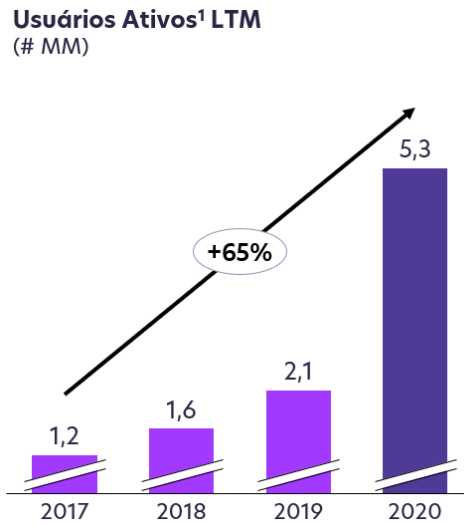


Em relação ao número de usuários ativos, nos últimos 12 meses, findos em 31 de dezembro de 2020 (LTM), chegamos ao total de 5,3 milhões de usuários, representando um crescimento de 152% em relação ao mesmo período findo no 4T19, quando tínhamos 2,1 milhões de usuários ativos.



1. 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".

Analisando os números dos últimos 4 anos, chegamos a uma taxa de crescimento anual de 65% em média.

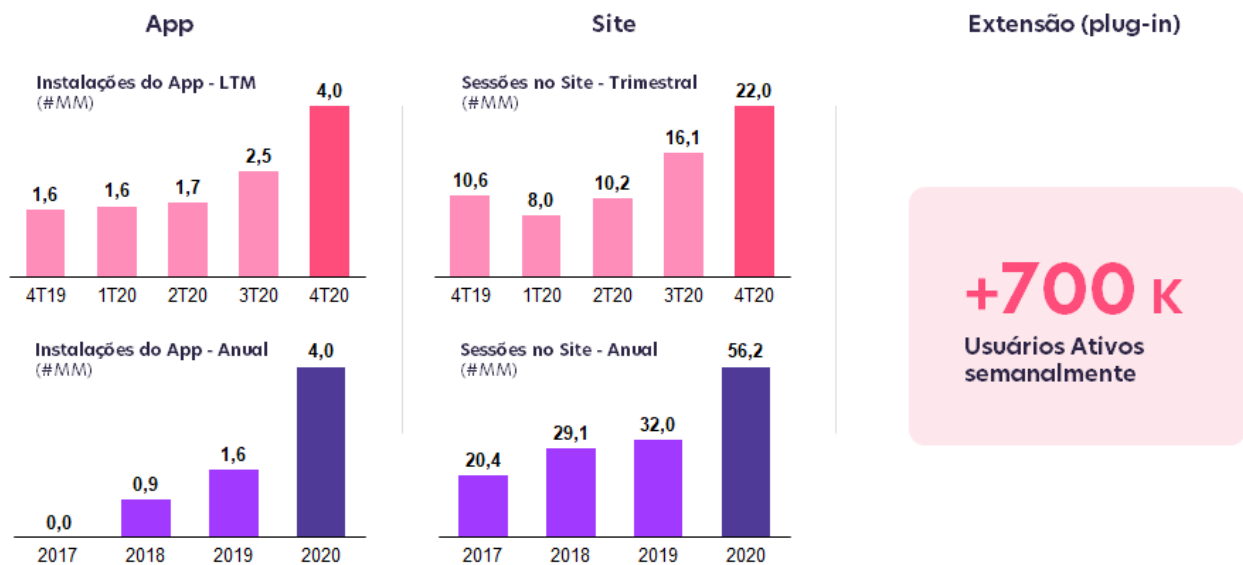


1. Usuários Ativos são os usuários novos ou existentes que realizaram ao menos uma das seguintes ações durante o período reportado: (i) compra em algum parceiro Méliuz iniciada a partir do aplicativo (app), site ou plugin da Méliuz; (ii) alguma compra utilizando o Cartão de Crédito Méliuz; (iii) ativação 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".

## Acesso nas Plataformas →

Hoje, possuímos 3 grandes pontos de contato com nossa base de usuários: nosso website, extensão de browser (Google Chrome e Mozilla Firefox) e aplicativo de celular (iOS e Android).

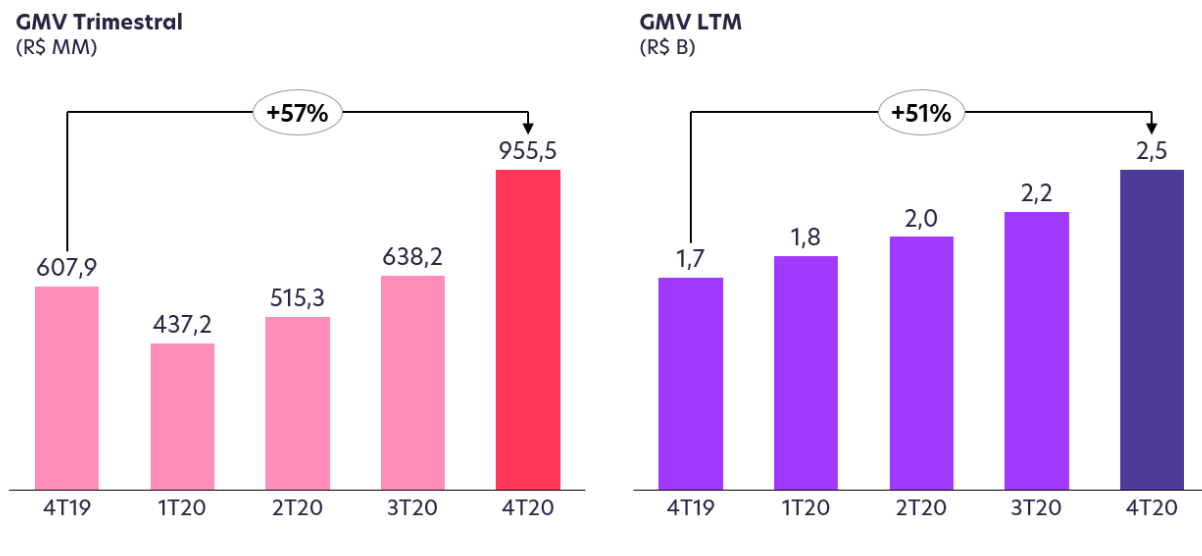
Ao avaliarmos os números de performance das nossas plataformas, seja nosso site, aplicativo ou extensão, observamos forte crescimento em todas elas, tanto em bases trimestrais quanto anuais, o que mostra que temos conseguido levar nossa presença a um número cada vez maior de usuários.



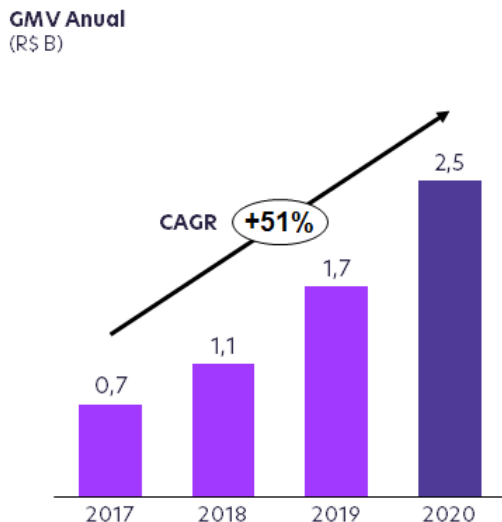
## GMV Marketplace →

O volume de vendas (GMV) originado para os nossos parceiros do *marketplace* por meio do nosso ecossistema atingiu, ao final do 4T20, um total de R\$955,5 milhões, representando um crescimento de 57% em relação ao 4T19, resultado de uma combinação de fatores como: estratégias bem sucedidas de crescimento e aquisição de usuários; realização de campanhas comerciais exclusivas e com condições diferenciadas junto a grandes parceiros; contínuo crescimento e adesão dos consumidores a datas especiais para o setor como a *Black Friday*. Tais esforços nos levaram ao melhor resultado de volume de vendas em um único trimestre na história do Méliuz.

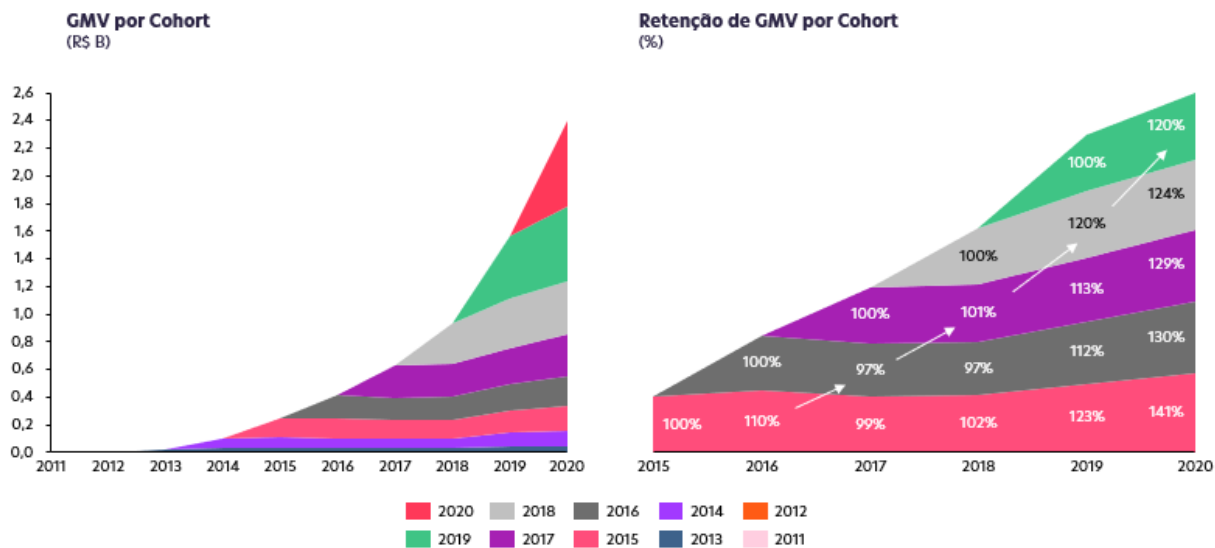
Nos últimos 12 meses, findos em 31 de dezembro de 2020 (LTM), os números de GMV do *marketplace* em nosso ecossistema chegaram a R\$2,5 bilhões, um crescimento de 51% comparado com o mesmo intervalo de 12 meses findos no 4T19.



Avaliando o desempenho nos últimos 4 anos, chegamos a uma taxa de crescimento anual de 51% no volume de vendas originados para nossos parceiros do *marketplace*.



Ao avaliarmos o desempenho das nossas diferentes *cohorts* desde o lançamento do Méliuz, observamos que o volume de vendas tem crescido ao longo do tempo, assim como nossa capacidade de retenção do GMV.



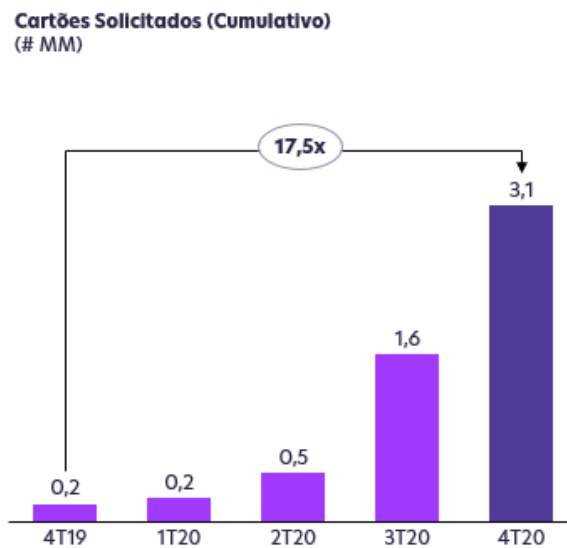
Para entender melhor o gráfico acima, considere o seguinte exemplo: caso o grupo de usuários que fez uma primeira compra a partir do Méliuz em 2019 (*cohort* verde) tenha comprado R\$ 100.000 neste ano, o mesmo grupo de usuários foi responsável por originar outros R\$ 120.000 em compras no ano de 2020. Portanto, esta única *cohort* totalizaria R\$ 220.000 no acumulado do GMV entre 2019 e 2020.

## Serviços Financeiros →

### Cartão Méliuz

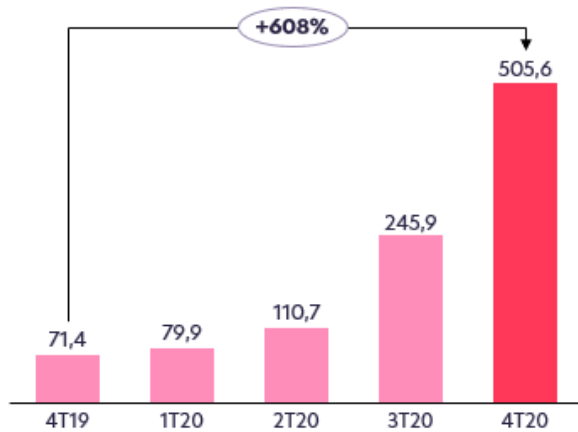
Nosso cartão *co-branded* chegou a um total de solicitações, ao longo do 4T20, de 1.446 mil pedidos, o equivalente a 26x o total de solicitações efetuadas ao longo do 4T19, que foi de 55 mil pedidos. O crescimento significativo do número de solicitações de cartões é reflexo das constantes melhorias do produto e, principalmente, do aumento na variedade de canais de aquisição aliado à melhoria na conversão dos canais de aquisição utilizados até então para divulgação do cartão. Estes objetivos são em grande parte conquistados a partir da forte cultura de testes e experimentação desenvolvida na Companhia.

Em números acumulados desde o lançamento do cartão, no início de 2019, chegamos a um total de cartões solicitados de 3,1 milhões no final do 4T20, representando um crescimento de 17,5x em relação ao total acumulado até o final do 4T19. Vale destacar que as solicitações realizadas apenas no 4T20 representaram 47% do total de cartões solicitados desde o lançamento.

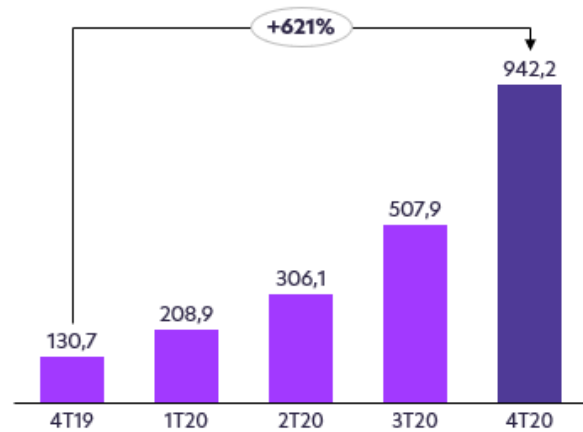


A partir desse trimestre, passaremos a reportar também o TPV do cartão de crédito. Durante o quarto trimestre de 2020, atingimos um total de R\$ 505,6 milhões de TPV, um crescimento de 608% comparado ao 4T19. Considerando o resultado atingido nos últimos doze meses (LTM), atingimos um total de R\$ 942,2 milhões, um crescimento de 621% comparado ao mesmo período findo no 4T19.

**TPV Trimestral**  
(R\$ MM)



**TPV LTM**  
(R\$ MM)

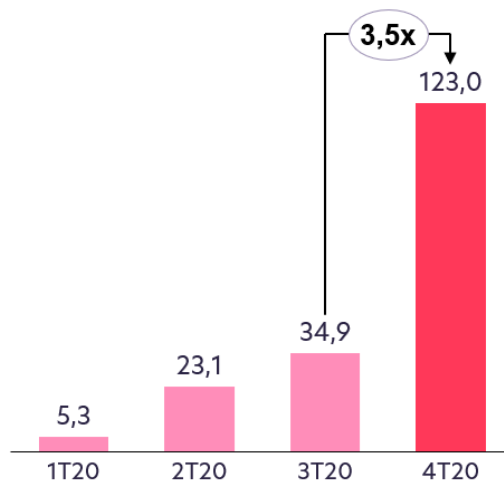


**Novos Produtos: Méliuz Nota Fiscal →**

O ano de 2020 marcou o início da operação do Méliuz Nota Fiscal. Esta nova ferramenta aproxima a companhia das indústrias e oferece às marcas uma nova forma de promoção e incentivo de vendas junto ao seu cliente final, em todo o Brasil, permitindo que o consumidor receba *cashback* ao comprar produtos específicos em qualquer estabelecimento físico, *online* ou por *delivery*. Marcas como Skol, Heineken, SC Johnson, Nissin, Pernod Ricard, ZX Ventures, Mother Nutrients e Fazenda do Futuro realizaram 34 campanhas em 2020.

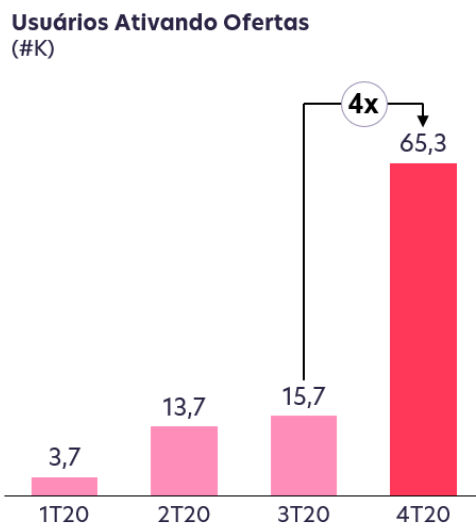
A partir dessas campanhas, conseguimos observar números bastante fortes que indicam boa adesão da nossa base de usuários a esse produto. Em termos de ofertas ativadas, observamos um crescimento de 3,5x comparando o resultado no 4T20 contra 3T20, chegando em 123 mil ofertas ativadas apenas no 4T20.

**Ofertas Ativadas**  
(#K)

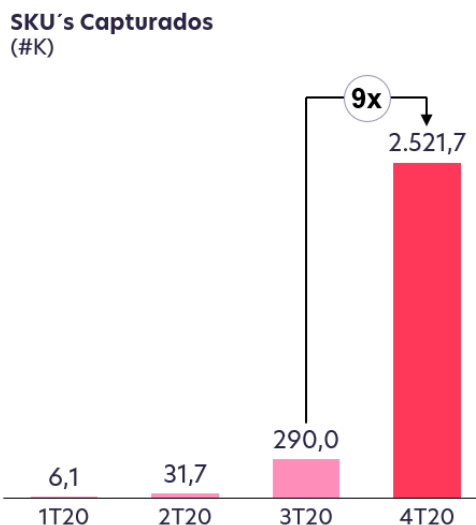




Quando avaliamos o número de usuários ativando essas ofertas, observamos um crescimento de 4x comparando os resultados no 4T20 contra 3T20, chegando a um total de 65 mil usuários ativando ofertas no 4T20.



Além do bom nível de engajamento que estamos observando com esse produto, também estamos crescendo nosso acesso a dados estratégicos que permitirão desenvolver melhor nosso relacionamento com os parceiros, principalmente na elaboração de campanhas promovendo seus produtos junto aos nossos usuários. Chegamos no 4T20 com mais de 2,5 milhões de SKU's capturados nas notas fiscais enviadas pelos usuários, o que mostra o potencial de alcance desse produto.



**Picodi.com** →

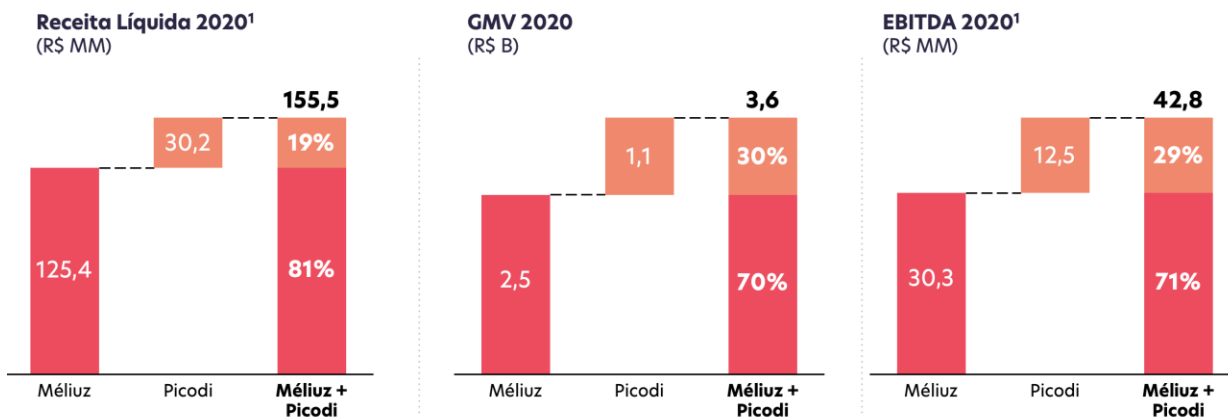
Em fevereiro de 2021, anunciamos a aquisição do controle do site polonês de cupons Picodi.com, permitindo o início da nossa estratégia de internacionalização.

<p><b>44 países</b> Picodi ajuda pessoas a comprarem melhor online em todos os continentes do mundo</p>	<p><b>19 línguas</b> Estrutura escalável e internacionalizável</p>	<p><b>68 MM</b> visitas no site em 2020 com origem predominantemente orgânica</p>	<p><b>+12 mil</b> Lojas na plataforma</p>
---	--	---	---

- |              |                |               |             |          |
|--------------|----------------|---------------|-------------|----------|
| Argentina    | Australia      | Belarus       | Brazil      | Chile    |
| Colombia     | Czech Republic | Mexico        | Poland      | Russia   |
| Singapore    | Slovakia       | Spain         | Turkey      | Ukraine  |
| RSA          | Malaysia       | Nigeria       | Philippines | Pakistan |
| Vietnam      | Indonesia      | Greece        | Thailand    | Finland  |
| Germany      | Italy          | Hong Kong     | UK          | Peru     |
| Portugal     | UAE            | Hungary       | Kazakhstan  | Romania  |
| Saudi Arabia | Austria        | Switzerland   | Sweden      | Ireland  |
| India        | New Zealand    | United States | Canada      |          |



Com essa aquisição, diversificamos nossa receita em outras moedas e geografias com uma operação já madura e sustentável.



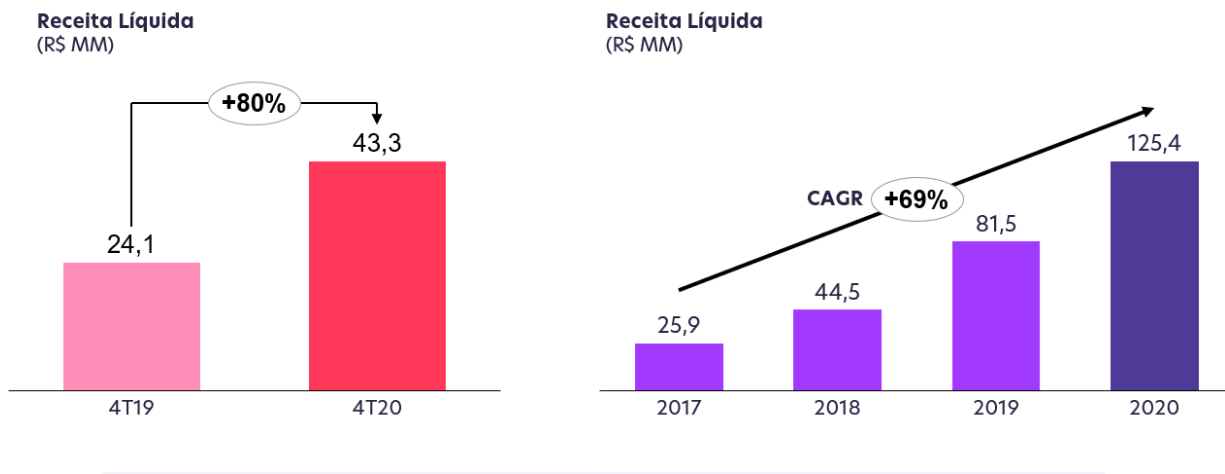
Dados: Considere taxa de 1 PLN = 1,4989 BRL  
(1) Due diligence da aquisição corresponde aos números de Dez/19-Nov/20. Os dados para o FY20 ainda não auditados devido a diferenças em prazos que a legislação local exige.

## Desempenho Financeiro

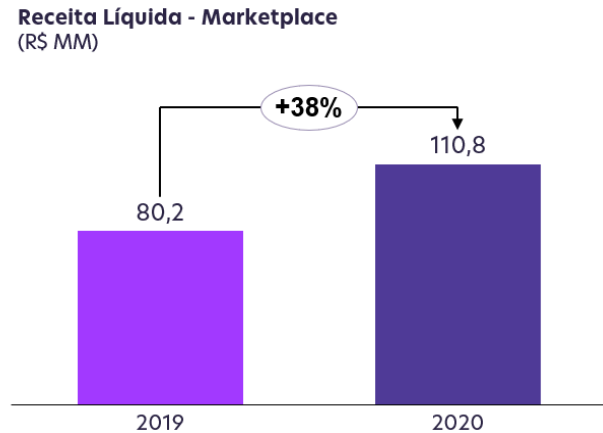
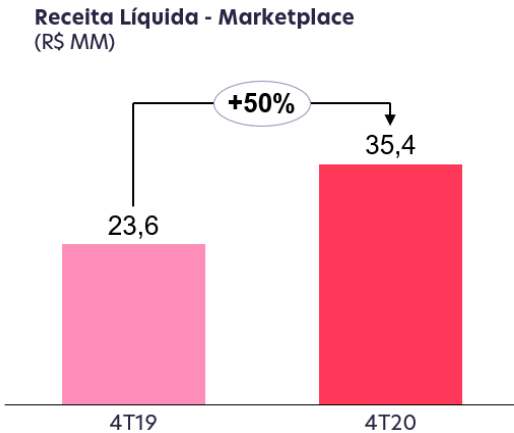
### Receita Líquida →

Nossas receitas líquidas totais atingiram R\$43,3 milhões ao final do 4T20, um crescimento de 80% em relação ao 4T19, quando apresentamos receitas líquidas totais de R\$24,1 milhões. Neste resultado, destaca-se o crescimento do produto Cartão de Crédito Méliuz, juntamente com o crescimento do resultado relativo aos parceiros do *marketplace*, o que impactou positivamente nossas receitas.

Considerando a receita líquida total acumulada em 2020, atingimos um total de R\$125,4 milhões, representando um crescimento de 54% em relação a 2019, e uma taxa anual de crescimento médio (CAGR) de 69% desde 2017.

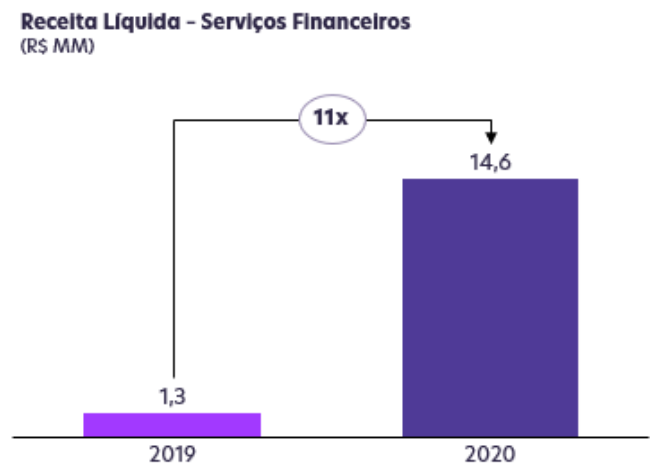
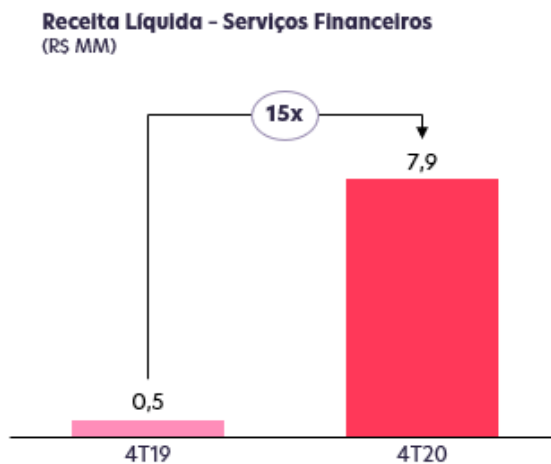


Em relação à receita líquida do *marketplace*, chegamos no 4T20 com R\$ 35,4 milhões, um crescimento de 50% comparado ao 4T19. Esse resultado reflete as estratégias bem-sucedidas de aquisição e retenção de usuários, combinadas à intensificação do investimento das lojas e marcas em nosso canal, corroborando com a atratividade do Méliuz e as parcerias de sucesso construídas ao longo dos últimos 10 anos. Considerando a receita líquida do *marketplace* em 2020, chegamos em R\$ 110,8 milhões, representando um crescimento de 38% em relação a 2019.



Em relação à receita líquida em serviços financeiros, chegamos no 4T20 com R\$ 7,9 milhões, um crescimento de quase 15x a receita no 4T19. Tal crescimento foi resultado do aumento consistente da base de usuários com cartão de crédito Méliuz e do volume transacionado pelos nossos usuários, conforme apresentamos anteriormente. É importante reforçar que todo o crescimento tem sido realizado de forma consciente e sustentável, respeitando os *unit economics* e as estratégias da vertical. Considerando a receita líquida de serviços financeiros, em 2020, chegamos em R\$ 14,6 milhões, representando um crescimento de 11x em relação a 2019.

Com esse resultado, atualmente, nosso ecossistema de serviços financeiros representa 18,2% da nossa receita líquida trimestral e, em 2020, representou 11,6%.



## Principais Despesas Operacionais →

Nossas principais despesas operacionais são: despesas com *cashback*, despesas com pessoal e despesas de *marketing*.

Em relação às despesas de *cashback*, chegamos em R\$ 22,0 milhões no 4T20, um crescimento de 87% contra o 4T19. O crescimento está dentro do que foi planejado nas estratégias desenhadas pela Companhia. Em parte, refletem o aumento das receitas recebidas, tanto na vertical de *marketplace* quanto na vertical de serviços financeiros, uma vez que parte dessa receita nos permite repassar um *cashback* maior para o usuário. É importante reforçar que o *cashback* distribuído ao usuário é uma decisão discricionária da Companhia e definido de acordo com nossas estratégias. Em relação à despesa em 2020, chegamos em R\$ 59,1 milhões, um crescimento de 49% contra a despesa observada em 2019.

Em relação às despesas com pessoal, chegamos em R\$ 6,3 milhões no 4T20, mantendo-se estável em relação ao 4T19. Nesse ponto, vale destacar o crescimento de 47% contra o 3T20, o que reflete nosso esforço de contratação para crescer nosso time com foco maior nas áreas de desenvolvimento de produtos e tecnologia. Em relação à despesa em 2020, chegamos em R\$ 18,4 milhões, um crescimento de 2% em relação a 2019.

Em relação às despesas com *marketing*, chegamos em R\$ 6,7 milhões no 4T20, um crescimento de 670% comparado ao 4T19. Este aumento já reflete o avanço do que foi planejado e comunicado como parte do uso dos recursos levantados durante nosso IPO. Uma vez que conseguimos testar e encontrar bons canais de aquisição, foi possível o aumento nos investimentos em marketing de forma escalável e sustentável. Em relação à despesa em 2020, chegamos em R\$ 8,1 milhões, um crescimento de 229% contra a despesa em 2019.

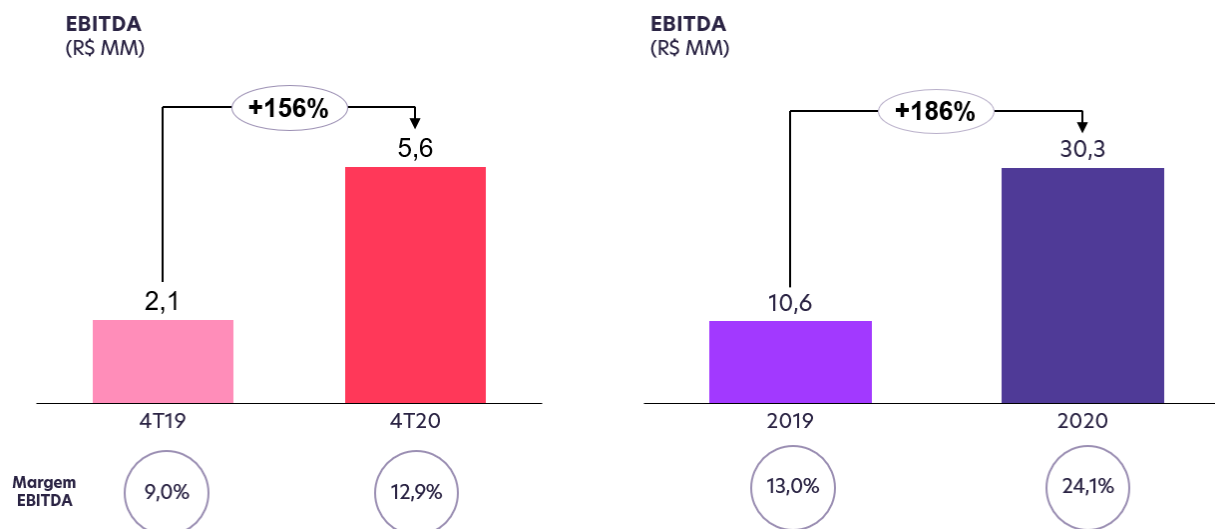
Despesas (em R\$ MM)	Resultado Trimestral					Resultado Anual		
	4T20	3T20	VAR%	4T19	VAR%	2020	2019	VAR%
<b>Cashback</b>	<b>22,0</b>	12,9	70%	<b>11,8</b>	<b>87%</b>	<b>59,1</b>	<b>39,7</b>	<b>49%</b>
<b>Pessoal</b>	<b>6,3</b>	4,3	47%	<b>6,4</b>	<b>0%</b>	<b>18,4</b>	<b>18,1</b>	<b>2%</b>
<b>Marketing</b>	<b>6,7</b>	0,9	670%	<b>0,9</b>	<b>655%</b>	<b>8,1</b>	<b>2,5</b>	<b>229%</b>

**Margem EBITDA →**

Nossa margem EBITDA no 4T20 foi de 12,9%, comparada a uma margem de 9,0% no 4T19. Em termos absolutos, chegamos no 4T20 com R\$ 5,6 milhões de EBITDA, um crescimento de 156% contra o valor alcançado no 4T19.

Considerando o acumulado ao longo de 2020, chegamos ao valor de R\$ 30,3 milhões, contra R\$10,6 milhões alcançados em 2019, um crescimento de 186% ano contra ano. Em termos de margens, em 2020 tivemos 24,1% contra 13,0% em 2019.

Vale ressaltar que alcançamos esses resultados em um trimestre que aceleramos nossos canais de aquisição e crescemos nosso time, impactando diretamente nesse indicador, conforme detalhado na seção anterior sobre Principais Despesas Operacionais.



## Informações Financeiras - Demonstrações Contábeis

### Demonstrações dos resultados

Exercícios findos em 31 de dezembro de 2020 e 2019

(Em milhares de reais, exceto o lucro básico e diluído por ação)

	Controladora		Consolidado
	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2020
Receitas líquidas	<b>125.390</b>	81.504	<b>125.390</b>
Despesas operacionais			
Despesas com cashback	<b>(59.104)</b>	(39.701)	<b>(59.104)</b>
Despesas com pessoal	<b>(18.295)</b>	(18.070)	<b>(18.416)</b>
Despesas comerciais e de marketing	<b>(8.101)</b>	(2.469)	<b>(8.116)</b>
Despesas com softwares	<b>(5.754)</b>	(4.430)	<b>(5.772)</b>
Despesas gerais e administrativas	<b>(1.478)</b>	(1.469)	<b>(1.480)</b>
Serviços de terceiros	<b>(2.420)</b>	(3.434)	<b>(2.470)</b>
Depreciação e amortização	<b>(1.769)</b>	(1.972)	<b>(1.769)</b>
Outros	<b>219</b>	(1.349)	<b>219</b>
	<b>(96.702)</b>	(72.894)	<b>(96.908)</b>
Resultado bruto	<b>28.688</b>	8.610	<b>28.482</b>
Resultado de equivalência patrimonial	<b>(103)</b>	-	-
Resultado antes do resultado financeiro e impostos	<b>28.585</b>	8.610	<b>28.482</b>
Resultado financeiro	<b>(261)</b>	(300)	<b>(255)</b>
Resultado antes dos impostos	<b>28.324</b>	8.310	<b>28.227</b>
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	<b>(8.595)</b>	6.724	<b>(8597)</b>
Resultado do período	<b>19.729</b>	15.034	<b>19.630</b>
Resultado do período atribuível a			
Não controladores	-	-	<b>(99)</b>
Controladores	-	-	<b>19.729</b>
Lucro básico e diluído por ação (em R\$)	<b>0,20</b>	0,16	

## Balanços patrimoniais

31 de dezembro de 2020 e 31 de dezembro de 2019

(Em milhares de reais)

	Controladora		Consolidado
	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2020
<b>Ativo</b>			
<b>Circulante</b>			
Caixa e equivalentes de caixa	329.428	9.981	331.207
Contas a receber	17.890	10.856	17.890
Tributos a recuperar	1.126	377	1.127
Outros ativos	4.432	756	4.455
<b>Total do ativo circulante</b>	<b>352.876</b>	<b>21.970</b>	<b>354.679</b>
<b>Não circulante</b>			
<b>Realizável a longo prazo</b>			
Valores a receber de partes relacionadas	63	122	-
Tributos diferidos	12.537	8.760	12.537
Outras ativos	3.282	1.122	3.282
<b>Total do ativo realizável a longo prazo</b>	<b>15.882</b>	<b>10.004</b>	<b>15.819</b>
<b>Investimento</b>			
Imobilizado	2.449	-	-
Arrendamento mercantil - Direito de uso	2.888	2.347	2.888
Intangível	250	2.798	250
Intangível	459	693	3.566
<b>Total do ativo não circulante</b>	<b>21.928</b>	<b>15.842</b>	<b>22.523</b>
<b>Total do ativo</b>	<b>374.804</b>	<b>37.812</b>	<b>377.202</b>
<b>Passivo</b>			
<b>Circulante</b>			
Fornecedores	672	300	673
Obrigações trabalhistas e tributárias	5.544	4.489	5.587
Imposto de renda e contribuição social a recolher	4	906	6
Cashback	7.983	4.990	7.983
Arrendamento mercantil a pagar	209	1.449	209
Dividendos mínimos	4.686	-	4.686
Outros passivos	36	102	36
<b>Total do passivo circulante</b>	<b>19.134</b>	<b>12.236</b>	<b>19.180</b>
<b>Não circulante</b>			
Arrendamento mercantil a pagar	-	1.275	-
Cashback	538	1.407	538
<b>Total do passivo não circulante</b>	<b>538</b>	<b>2.682</b>	<b>538</b>
<b>Patrimônio líquido</b>			
Capital social	344.678	10.000	344.678
Reserva de capital	7.049	24.532	7.049
Reserva legal	986	-	986
Reserva de lucros	2.419	-	2.419
Prejuízos acumulados	-	(11.638)	-
<b>Patrimônio líquido atribuído a controladores</b>	<b>355.132</b>	<b>22.894</b>	<b>355.132</b>
Patrimônio líquido atribuído a não controladores	-	-	2.352
<b>Total do patrimônio líquido</b>	<b>355.132</b>	<b>22.894</b>	<b>357.484</b>
<b>Total do passivo e patrimônio líquido</b>	<b>374.804</b>	<b>37.812</b>	<b>377.202</b>



## Demonstração do fluxo de caixa

Exercícios findos em 31 de dezembro de 2020 e 2019

(Em milhares de reais)

	Controladora		Consolidado
	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2020
Atividades operacionais			
Resultado do período antes dos tributos sobre o lucro	<b>28.324</b>	8.310	<b>28.227</b>
Ajustes por			
Depreciação e Amortização	<b>1.769</b>	1.972	<b>1.769</b>
Ganho/Perda com alienação de imobilizado	<b>7</b>	1.107	<b>7</b>
Rendimento e juros líquidos	<b>1.066</b>	224	<b>1.066</b>
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	<b>252</b>	15	<b>252</b>
Equivalência patrimonial	<b>103</b>	-	<b>-</b>
Outros	<b>534</b>	-	<b>534</b>
Lucro líquido ajustado	<b>32,055</b>	11.628	<b>31.855</b>
Variações nos ativos e passivos:			
Contas a receber de clientes	<b>(7.366)</b>	(6.299)	<b>(7.366)</b>
Tributos a recuperar	<b>(749)</b>	407	<b>(750)</b>
Outros ativos	<b>(1.835)</b>	(632)	<b>(1.858)</b>
Fornecedores	<b>372</b>	20	<b>373</b>
Obrigações trabalhistas e tributárias	<b>988</b>	1.084	<b>1.031</b>
Cashback	<b>2.124</b>	(3.487)	<b>2.124</b>
IRPJ e CSLL pagos	<b>(4.514)</b>	(434)	<b>(4.514)</b>
Outros passivos	<b>(102)</b>	(197)	<b>(102)</b>
Pagamento de juros de empréstimos e arrendamentos	<b>(965)</b>	(128)	<b>(965)</b>
Caixa líquido gerado nas atividades operacionais	<b>20.008</b>	1.962	<b>19.828</b>
Atividades de investimento			
Adições ao imobilizado	<b>(1.024)</b>	(1.565)	<b>(1.024)</b>
Recebimento pela venda de imobilizado	<b>39</b>	-	<b>39</b>
Aquisição de instrumentos patrimoniais	<b>(2.551)</b>	-	<b>-</b>
Adições do intangível	<b>(121)</b>	(136)	<b>(776)</b>
Investimentos temporários	<b>(4.000)</b>	-	<b>(4.000)</b>
Caixa líquido utilizado nas atividades de investimento	<b>(7.657)</b>	(1.701)	<b>(5.761)</b>
Atividades de financiamento			
Pagamentos de empréstimos e arrendamentos	<b>(13.931)</b>	(1.364)	<b>(13.931)</b>
Captação de empréstimos e financiamentos	<b>13.000</b>	-	<b>13.000</b>
Integralização de capital	<b>334.678</b>	-	<b>334.678</b>
Custo bruto com captação de recursos próprios	<b>(26.490)</b>	-	<b>(26.490)</b>
Parte relacionada	<b>(125)</b>	(43)	<b>(62)</b>
Caixa líquido gerado (utilizado) nas atividades de financiamento	<b>307.096</b>	(1.407)	<b>307.159</b>
Variação líquida de caixa e equivalentes de caixa	<b>319.447</b>	(1.146)	<b>321.226</b>
Caixa e equivalentes de caixa			
No início do período	<b>9.981</b>	11.127	<b>9.981</b>
No final do período	<b>329.428</b>	9.981	<b>331.207</b>
Variação líquida de caixa e equivalentes de caixa	<b>319.447</b>	(1.146)	<b>321.226</b>

Para mais esclarecimentos e detalhes dos resultados apresentados nas tabelas acima, favor fazer referência ao nosso ITR e Demonstrações Financeiras auditadas, disponíveis em nosso site de relações com investidores: [ri.meliuz.com.br](http://ri.meliuz.com.br).

