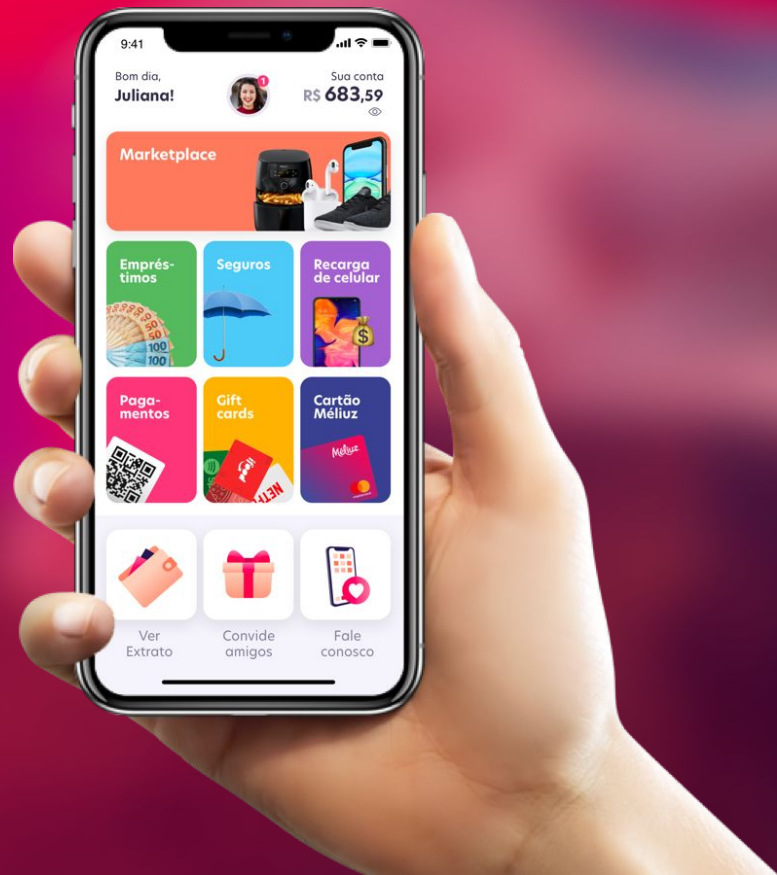


Anúncio de M&A

Expansão em serviços financeiros

MAY 2021

Méliuz





**Nada é
impossível**
#dayone



Tecnologia



Time &
Partnership

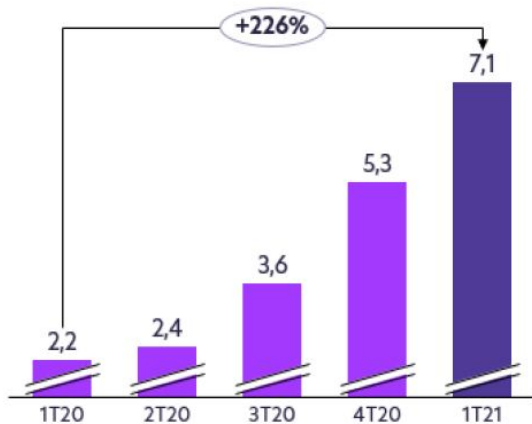


Cultura

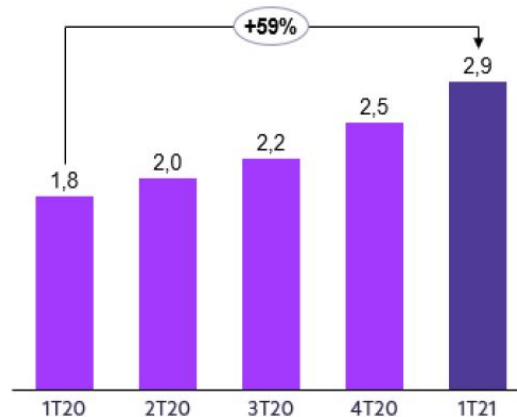
De 2011 a 2018, focamos no crescimento do nosso ecossistema de consumidores através do marketplace e **crecemos muito e com uma base engajada**



Usuários Ativos¹ LTM
(# MM)



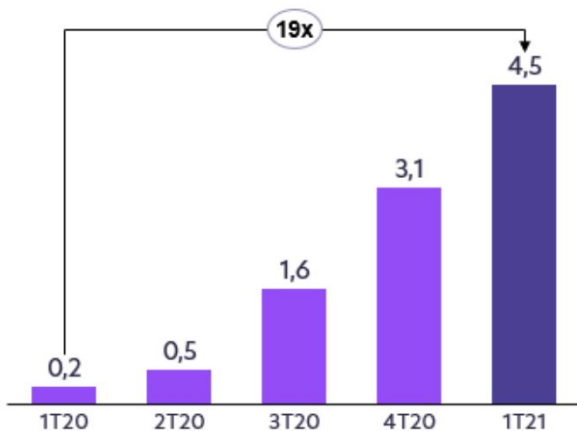
GMV LTM
(R\$ B)



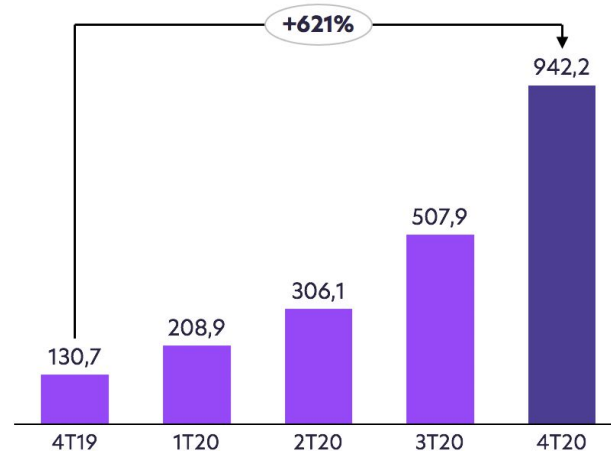
De 2019 em diante **provamos o engajamento forte da nossa base** ao alavancar o nosso Cartão de Crédito com sucesso



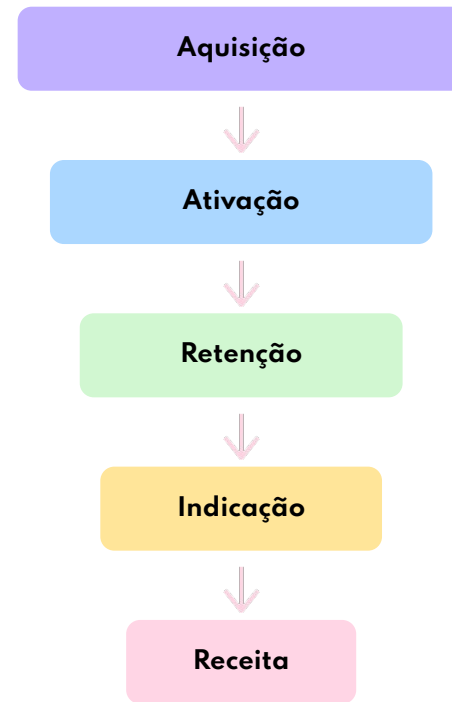
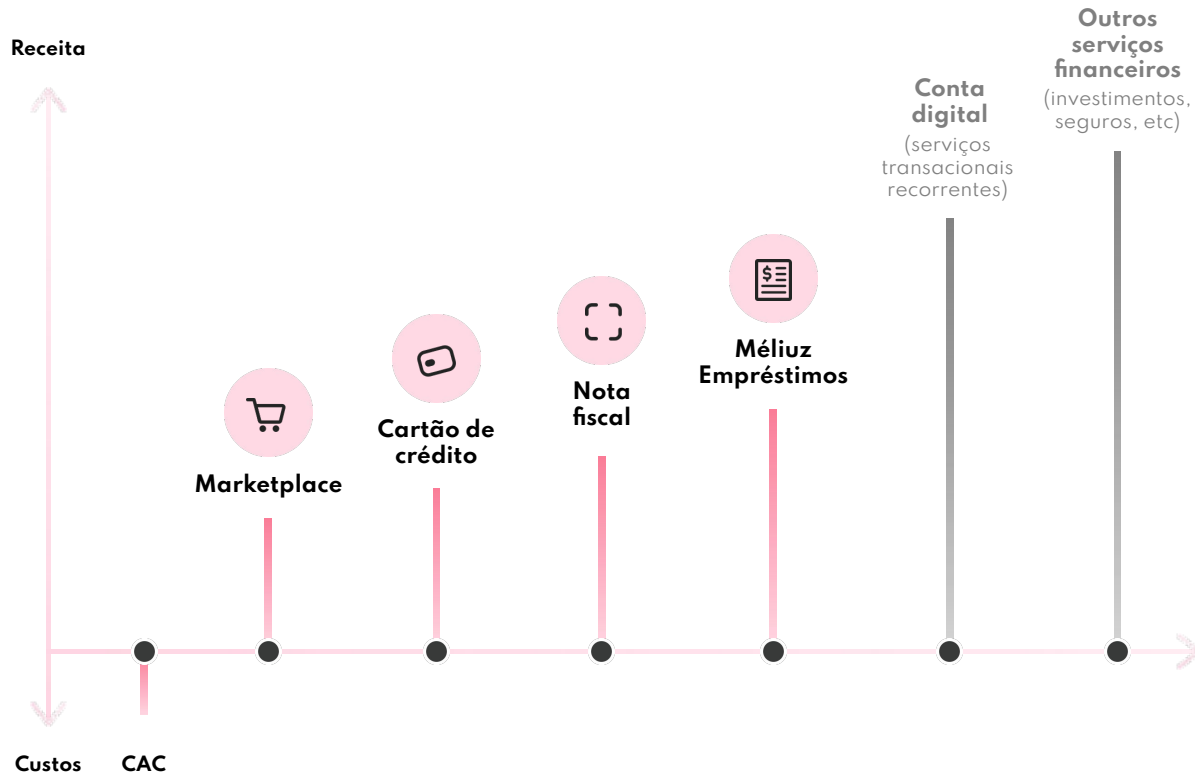
Cartões Solicitados (Cumulativo)
(# MM)



TPV LTM
(R\$ MM)



No 1T21 **chegamos a 7.1M de usuários ativos, ganhamos 27 mil novos usuários por dia**, com CAC baixo e ainda sem uma oferta completa de produtos financeiros



Mercado competitivo, mas cheio de oportunidades. Milhões de clientes ainda pagam caro por um serviço de baixa qualidade



174 bancos

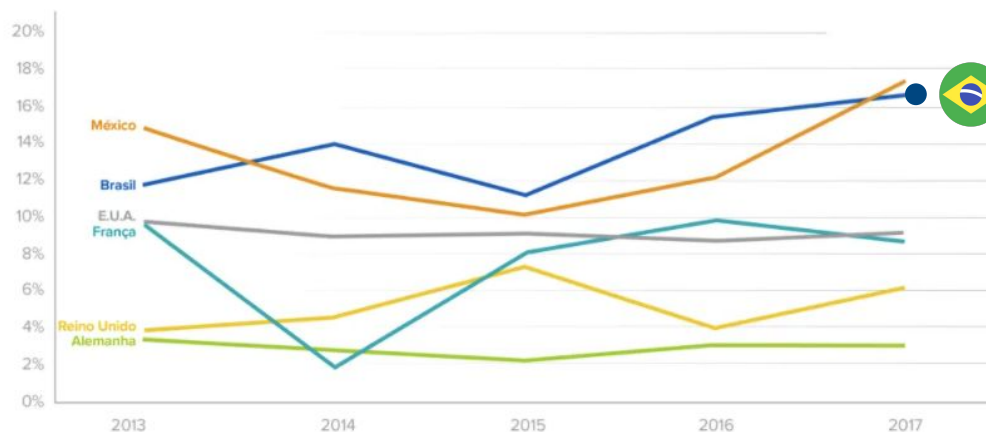
Bancos no top 5: **80%**

Cartões de débito: **70%**

Cartões de crédito: **33%**

Sem acesso bancário: **33%**

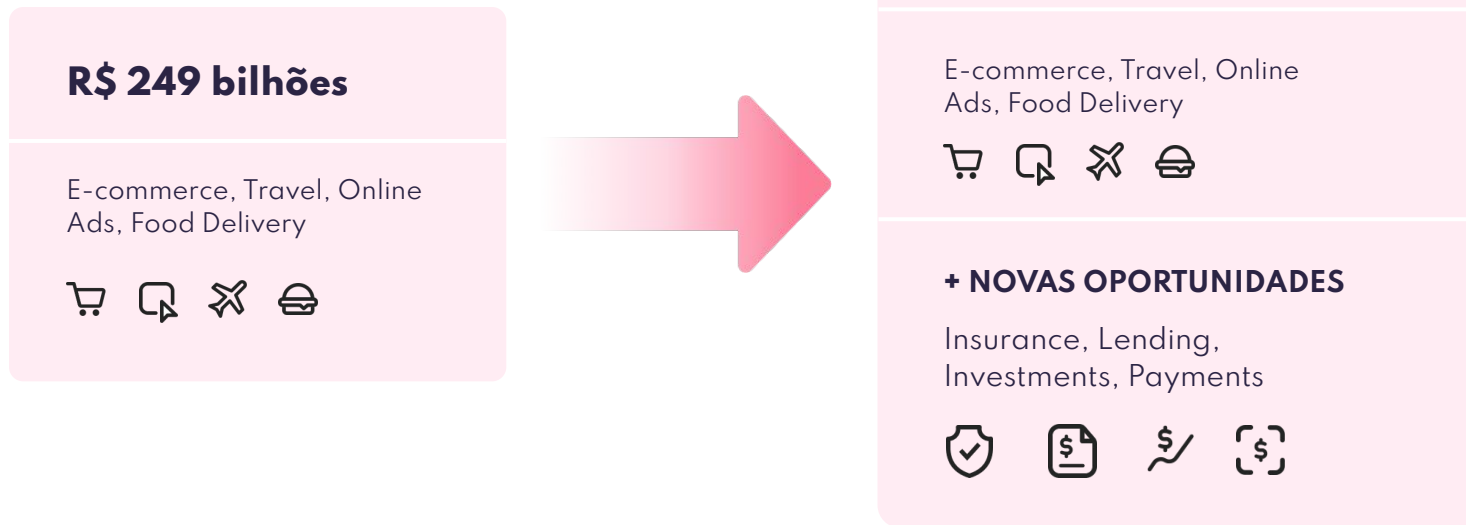
Retorno médio em capital entre bancos por país



Fonte: Dados Econômicos do Sistema de Reserva Federal Americano

Fonte: <https://al6z.com/2021/04/20/o-boom-fintech-na-america-latina/>

A adição de uma conta digital **expande o nosso mercado** endereçável e destrava novas oportunidades relevantes



Fonte: Euromonitor, Association of Promotional Marketing (*Associação de Marketing Promocional*), Neotrust, Câmara Brasileira da Economia Digital, CNSEG, ANBIMA, Brazilian Central Bank, ABECs, CEIC Data, McKinsey & Company's 2020 Global Payments Report.

Analizamos diversas empresas para entender a melhor forma de oferecer uma conta digital para nossos usuários



1. Parceria com fornecedor de Banking as a Service

Pontos positivos: velocidade e custo inicial baixo

Pontos negativos: tecnologia e roadmap de produtos não estaria ao nosso controle, portanto alta dependência do parceiro



2. M&A

Pontos positivos: Acqui-hiring de um time talentoso e com know how, ser proprietário das licenças, tecnologia e roadmap de desenvolvimento de produtos

Pontos negativos: custo inicial e custo recorrente mais elevados



Foi assim que encontramos uma excelente oportunidade com todos os ingredientes necessários...

Méliuz



A Acesso Bank oferece soluções que vão desde uma conta digital completa a emissão de cartões, PIX, TED, boleto, etc.

...com um time talentoso e experiente, e uma **tecnologia proprietária e escalável**



178
colaboradores

50%

Força de trabalho focada em Produto/ Desenvolvimento



R\$ 1,3Bi
TPV em Março

332-Número bancário
dentro do SPB ⁽¹⁾

Banco Central
Instituição de Pagamentos (IP)

Mastercard
Emissão de cartão internacional

Cartão de crédito
Licença de emissão de cartão de crédito pós-pago

CIP
Integração⁽²⁾

KYC for
persons and businesses

Fraude
Prevenção

Regulatório
Plataforma

Pix
Integração direta com SPI

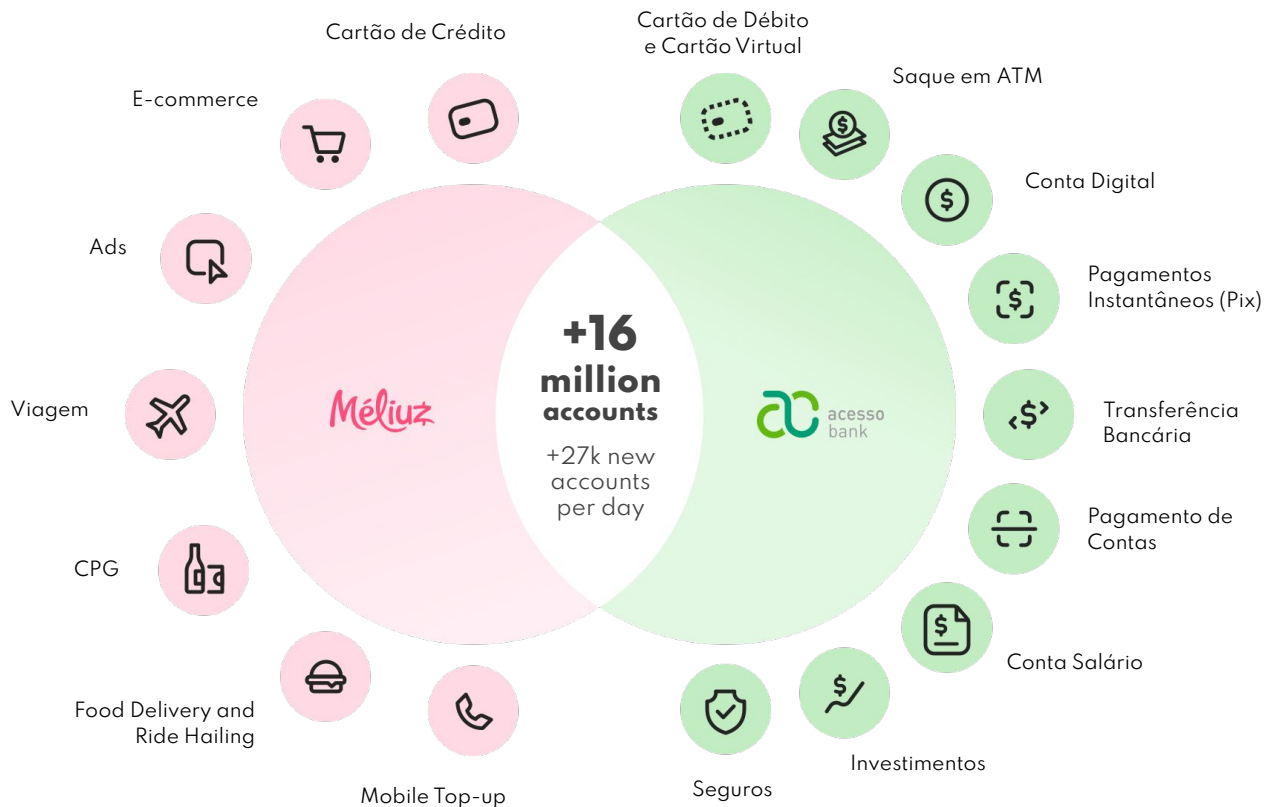
SCD
Licença de crédito ⁽³⁾

⁽¹⁾ SPB = Brazil's payment system

⁽²⁾ CIP = Interbank payment chamber - clearing house for boleto payments and card settlements

⁽³⁾ SCD = Applied in October 2020

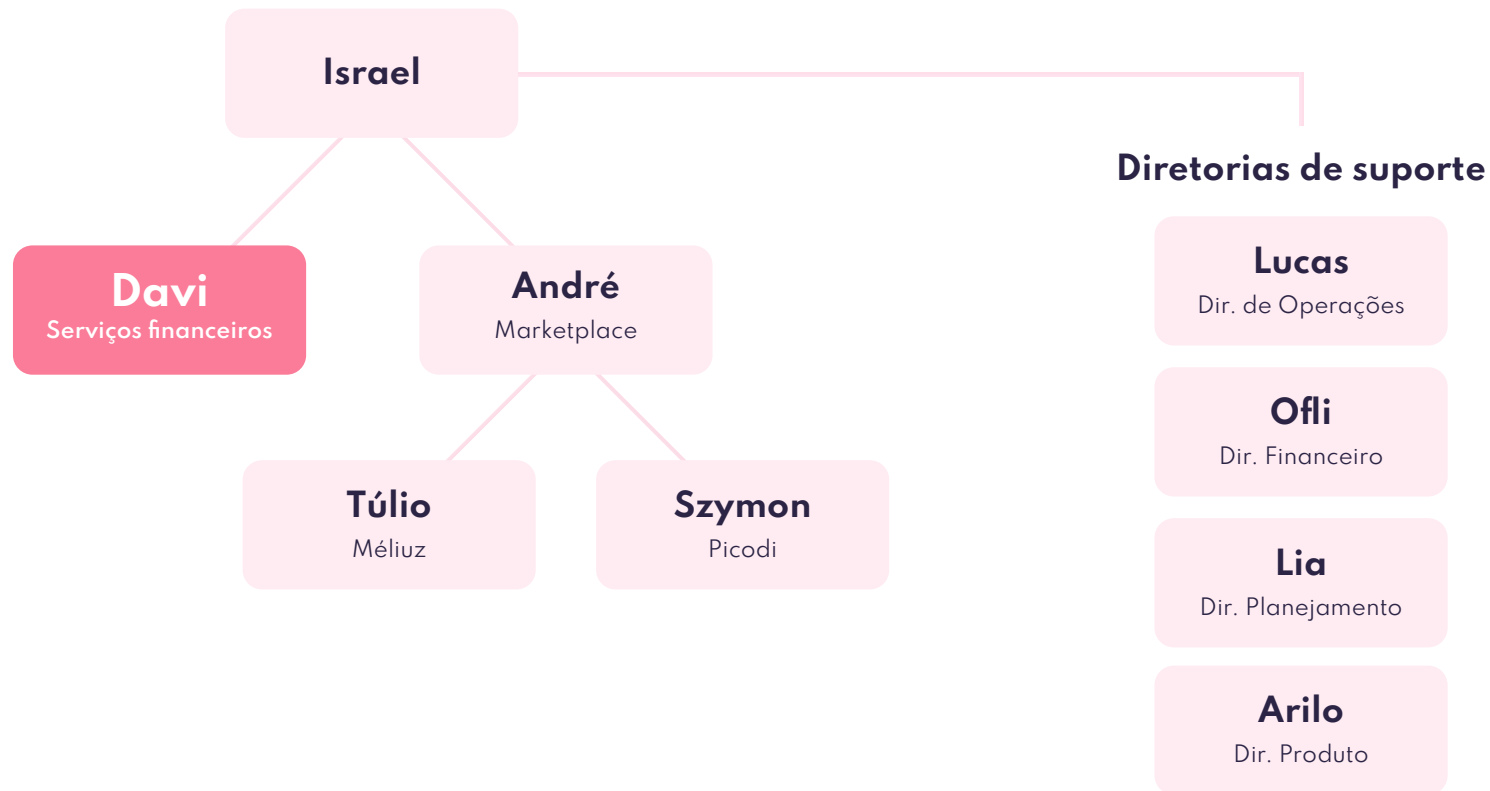
O know-how e tecnologia da Acesso Bank **expande o valor que oferecemos e aumenta o engajamento da nossa base dramaticamente**



Cartão de Crédito Méliuz: Seguiremos em parceria com o Banco Pan. Ter uma conta digital ativa vai potencializar a nossa estratégia de distribuição do cartão.

Acesso Bank se torna Méliuz (até 6 meses*): Com o lançamento da conta digital Méliuz, a marca Acesso Bank e o cartão Meu Acesso deixam de existir. A marca Bankly continua existindo e com a mesma estratégia: prover full bank e open banking solutions de qualidade para terceiros. *Sujeito ainda à aprovação do BACEN.

Opcionalidades: Com a conta digital Méliuz ativa e usuários mais engajados e recorrentes, introduziremos novos serviços financeiros com mais facilidade.



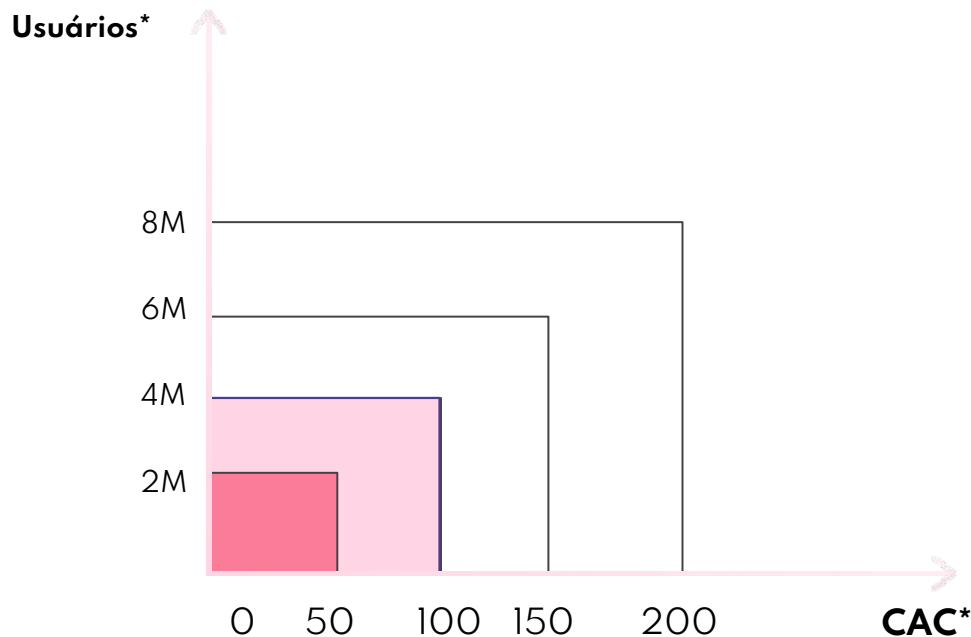
#DayOne

Méliuz

ac acesso



...e com uma maior oferta de serviços, **conseguiremos acelerar ainda mais o crescimento** da base de usuários



*Números fictícios para exemplificar o conceito

Quanto maior a LTV, mais agressivos podemos ser na estratégia de aquisição de usuários, extraíndo cada vez mais dos canais de aquisição existentes e abrindo novos antes inviáveis em termos de custo/retorno.