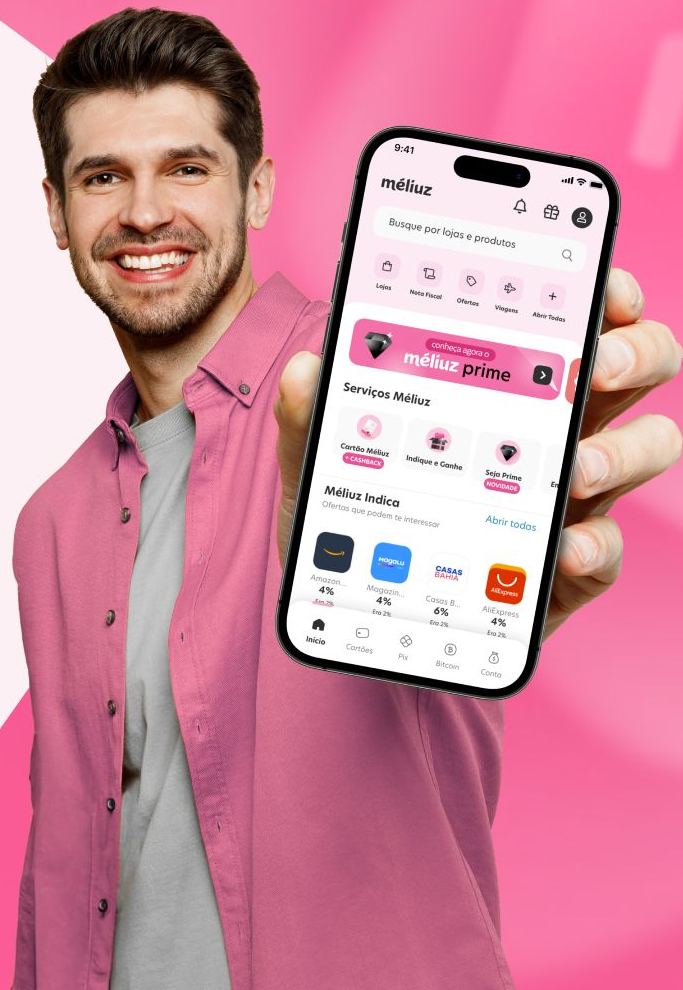


méliuz

Apresentação de **Resultados** 1T24

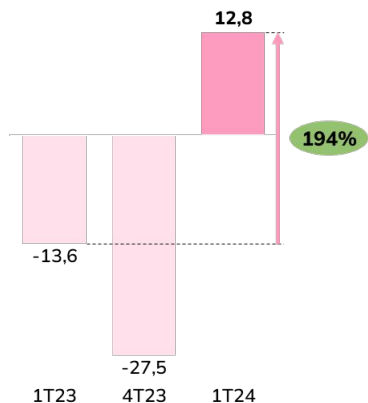
10 de maio de 2024



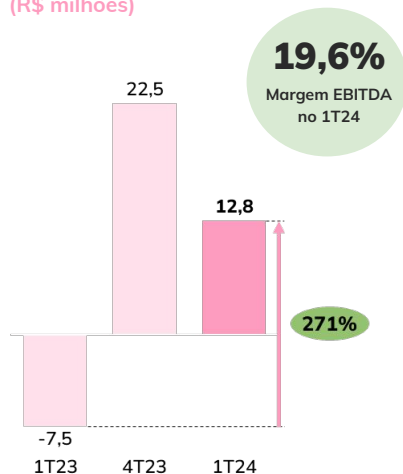
Alcançamos um resultado operacional sólido, mesmo em um trimestre sazonalmente mais fraco para o e-commerce

Controladora

EBITDA¹ (R\$ milhões)

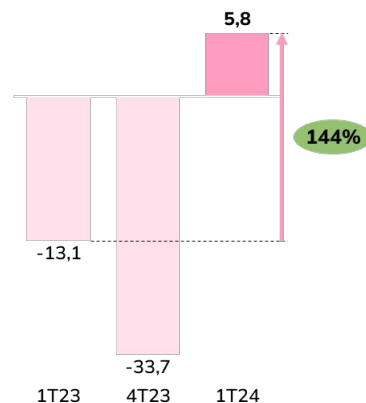


EBITDA ajustado² (R\$ milhões)

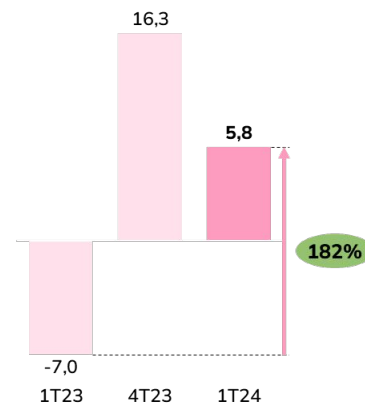


Consolidado

EBITDA¹ (R\$ milhões)



EBITDA ajustado² (R\$ milhões)



¹ A diferença entre o EBITDA da Controladora e o EBITDA Consolidado é principalmente a contabilização do FIDC. Enquanto que na Controladora o FIDC é contabilizado em Resultado Financeiro (não impactando EBITDA), no Consolidado a sua contabilização é dentro de Despesas Operacionais.

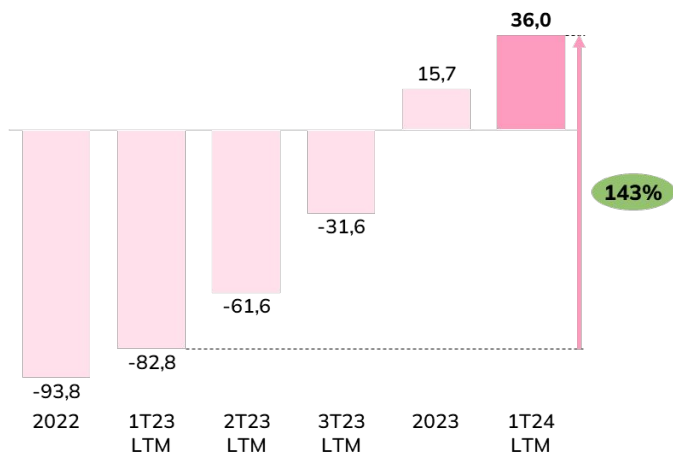
² Exclui itens extraordinários.

Excluindo os efeitos da sazonalidade, fica ainda mais evidente nossa melhora operacional ao longo dos últimos trimestres

Controladora

EBITDA ajustado LTM¹

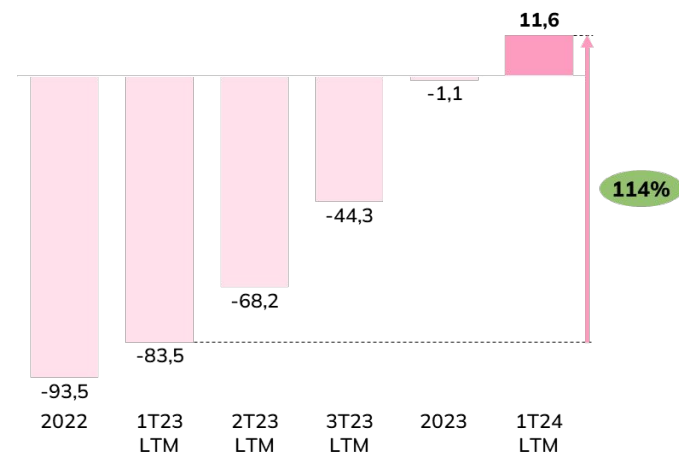
(R\$ milhões)



Consolidado

EBITDA ajustado LTM¹

(R\$ milhões)



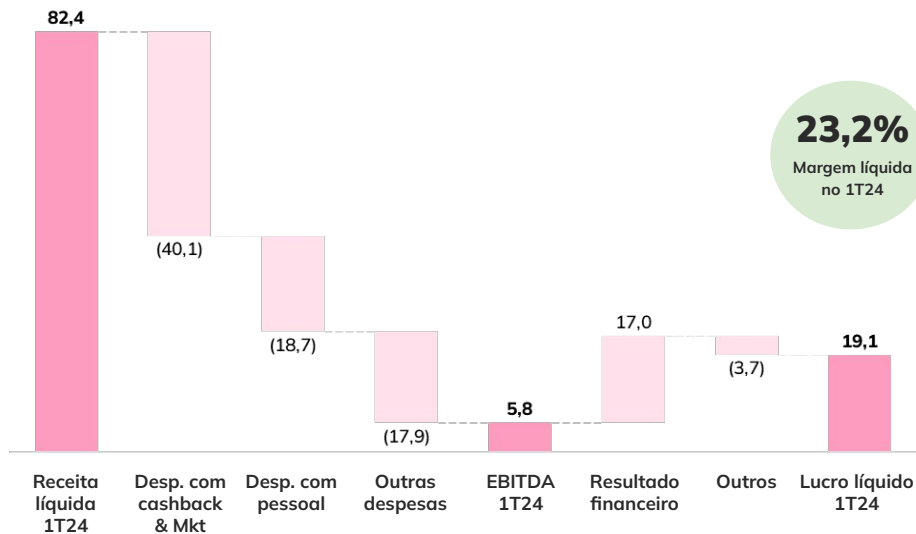
¹ LTM = Last Twelve Months (período que considera os últimos doze meses).

² Exclui itens extraordinários.

Atingimos um lucro líquido de R\$ 19,1 milhões com uma margem líquida de 23,2% no consolidado e estamos confiantes para os resultados dos próximos trimestres

Resultado líquido consolidado

(R\$ milhões)

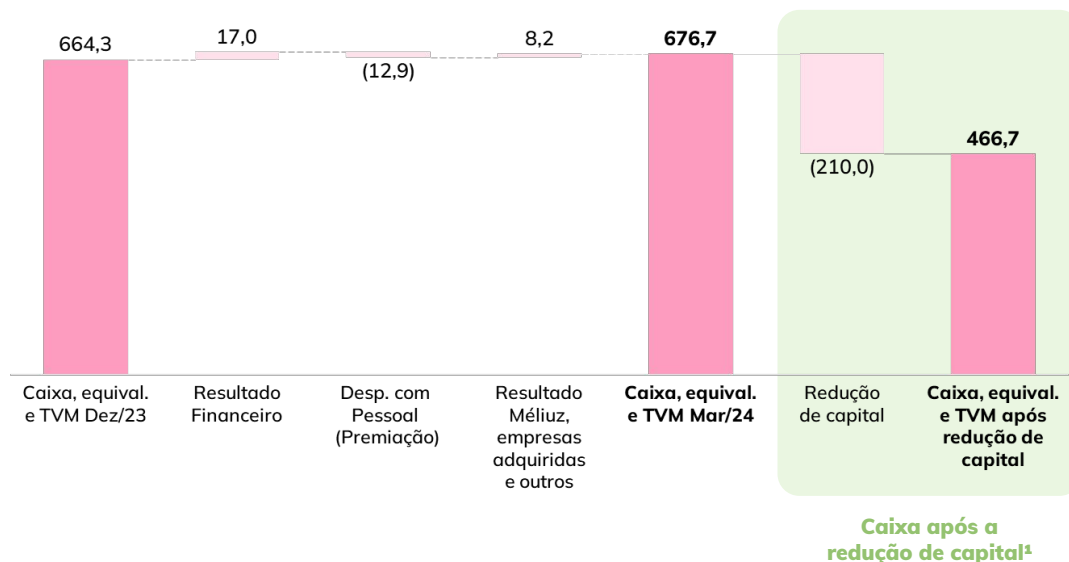


Outros: Depreciação, amortização e impostos..

Com esses resultados, estamos gerando cada vez mais caixa nas operações e permanecemos com uma posição final robusta mesmo após a redução de capital

Caixa, Equivalentes de Caixa e TVM consolidado

(R\$ milhões)

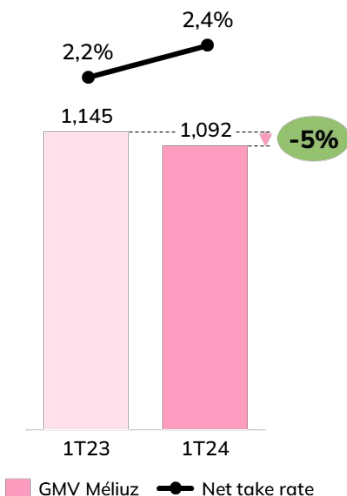


¹ O pagamento referente a redução de capital foi realizada no dia 11 de abril de 2024.

A melhora da margem do Shopping Brasil foi um dos principais drivers para a melhora do resultado da Companhia nos últimos trimestres

GMV e net take rate

Shopping Brasil
(R\$ milhões | %)



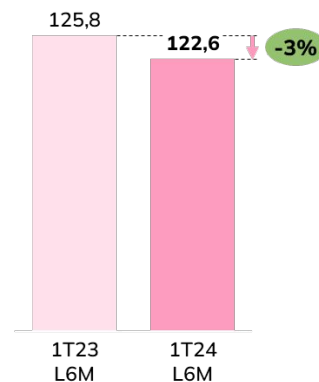
Receita líquida trimestral

Shopping Brasil
(R\$ milhões)



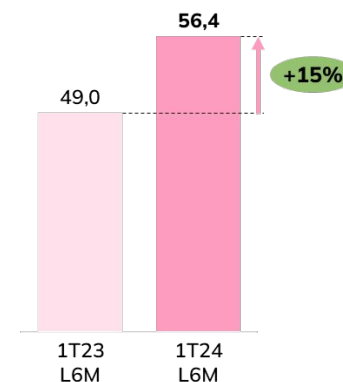
Receita líquida L6M¹

Shopping Brasil
(R\$ milhões)



Margem L6M²

Shopping Brasil
(R\$ milhões)



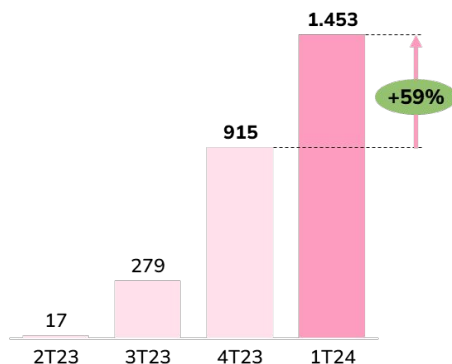
¹ L6M = Last Six Months (período que considera os últimos seis meses).

² Receita Shopping Brasil menos despesa com cashback da controladora dos últimos 6 meses.

Apesar de estar em estágio inicial, a parceria estratégica com o BV já vem impactando o resultado de forma positiva

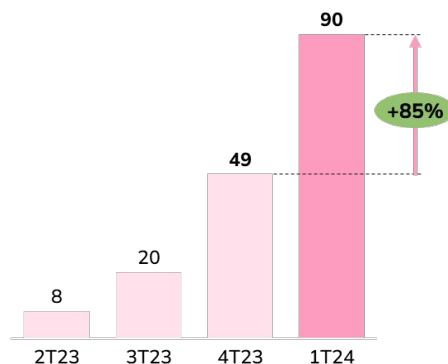
Contas digitais abertas¹

(Acumulado - # mil)



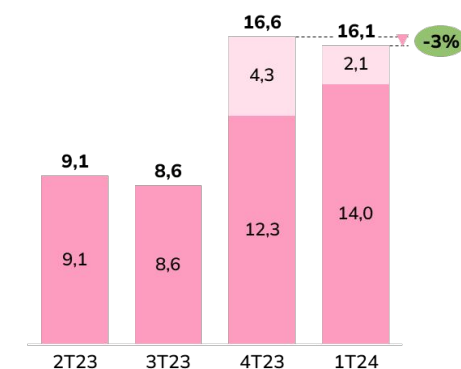
Cartões de créditos emitidos

(Acumulado - # mil)



Receita líquida de serv. financeiros

(R\$ milhões)



- Contas digitais e cartões Méliuz migrados para a parceria com o BV
- Parceria com o BV e cartão legado

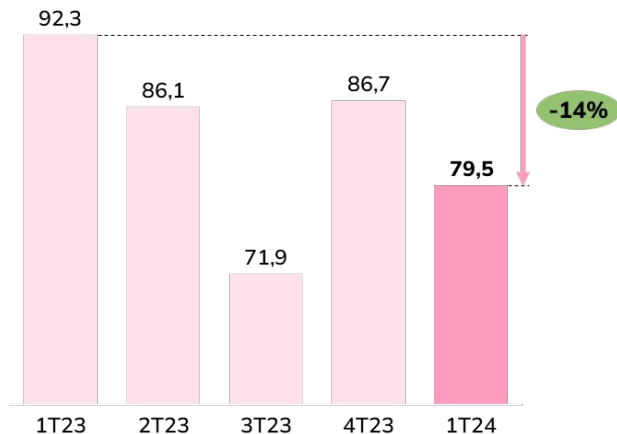
¹ Parte das contas digitais abertas/cartões emitidos do 4T23 e 1T24 são referentes a migração das contas/cartões Acesso para a parceria com o BV

Não menos importante, o foco em preservar uma estrutura de custos e despesas enxuta também foi um importante *driver* para o constante aumento de margem da Companhia

Despesas operacionais consolidado

(Excluindo itens extraordinários)

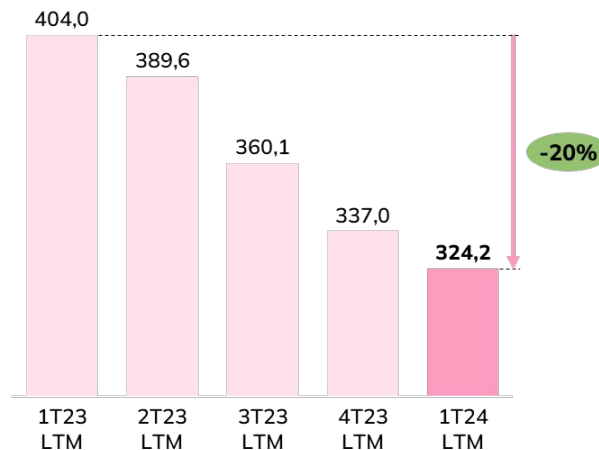
(R\$ milhões)



Despesas operacionais consolidado LTM

(Excluindo itens extraordinários)

(R\$ milhões)



Continuamos on track com os nossos objetivos para 2024

com a certeza que alcançaremos resultados ainda mais robustos e consistente

Pilares para 2024



Crescimento do Shopping Brasil

Aumento da receita com aceleração de verticais mais rentáveis e manutenção dos patamares de net take rate.



Inovação no Core Business

Lançamento de novos produtos que geram recorrência e resultado incremental para usuários e parceiros.



Escalada de Serviços Financeiros

Aceleração da oferta de conta e cartão, aliado ao desenvolvimento de novos produtos.



Eficiência Operacional

Manutenção da disciplina no controle de custos e despesas da companhia.

méliuz

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