



/mosaico

resultados IT21

Mensagem da Administração

O ano de 2021 está sendo transformacional para a Mosaico. Além da nossa oferta pública, realizada com sucesso em fevereiro, entregamos recentemente projetos importantes que melhoram a experiência de uso, aumentam substancialmente nossa proposição de valor na jornada de compra e nos inserem no mercado de cashback - um dos nichos mais dinâmicos do comércio eletrônico brasileiro - abrindo um novo mercado endereçável para o nosso negócio.

"Realizamos também a aquisição do Vigia de Preços, nossa primeira transação como companhia pública, que acelera a entrada no crescente mercado de extensões de browsers (plug in) e estende nossa visão de um completo assistente de compras para toda navegação dos consumidores, mesmo fora de nossas propriedades. A extensão potencializa o serviço de cashback para gerar mais engajamento e economia para os usuários e aumentar consideravelmente a recorrência orgânica de acessos nas plataformas da Mosaico. Ainda trouxemos um time altamente especializado para se juntar ao nosso projeto, que continuará criando e desenvolvendo produtos com alto engajamento com os consumidores. "

No próximo trimestre, lançaremos uma plataforma para cupons de desconto e, ao longo do segundo semestre, lançaremos nossa plataforma de discovery, o marketplace do BTG+ e também iniciaremos a oferta de serviços financeiros em parceria com o BTG Pactual. Por meio desta associação, esperamos oferecer serviços mais rapidamente, com a experiência e capacidade de execução do nosso parceiro, e preservar o foco em outras frentes de atuação.

Também estamos começando a empregar inteligência artificial em larga escala para automação de tarefas de gerenciamento de nosso inventário que atingiu 75 milhões de ofertas em março de 2021, quase 100% de crescimento em 12 meses.

Seguimos executando nossa estratégia de construir uma plataforma de serviços que simplifique e adicione valor a jornada de consumo - um completo "Shopping Assistant" - com grande capacidade de originação de vendas para o varejo. Estamos expandindo e agregando novas funcionalidades aos serviços principais ao mesmo tempo que expandimos nossa atuação para o mercado de cashback e serviços financeiros, ambos com grande potencial de crescimento.



Entendemos que estamos vivendo um momento singular do desenvolvimento do mercado de comércio eletrônico no Brasil e nossa estratégia privilegia criar as bases para aproveitar as oportunidades que nos permitirão o crescimento sustentado no longo prazo. Neste sentido, permanecemos focados na execução de novos produtos e serviços de forma orgânica, com um time cada vez mais reforçado por novos talentos, e buscando oportunidades de aquisições para agregar novos recursos a nossa plataforma, acelerar o crescimento e expandir a atuação para mercados adjacentes ou similares ao nosso.

Finalmente, mesmo em um cenário desafiador de preços de celulares, eletroeletrônicos, eletrodomésticos e computadores pressionados e ainda sem contar com o cashback, um importante incentivador de vendas, originamos mais de R\$1,0 bilhão em GMV para os lojistas parceiros, um crescimento de 28,7% que, pela primeira vez, é reportado na mesma base comparativa, após aquisição do Buscapé.

Iniciativas Estratégicas

Cashback

Com muito orgulho, entregamos em tempo recorde uma plataforma completa de cashback que melhora expressivamente nosso posicionamento no comércio eletrônico brasileiro, além de ampliar consideravelmente nosso mercado endereçável. O cashback gera mais engajamento e economia para os consumidores e realiza a visão de nos tornarmos um completo assistente de compras para o consumidor brasileiro.

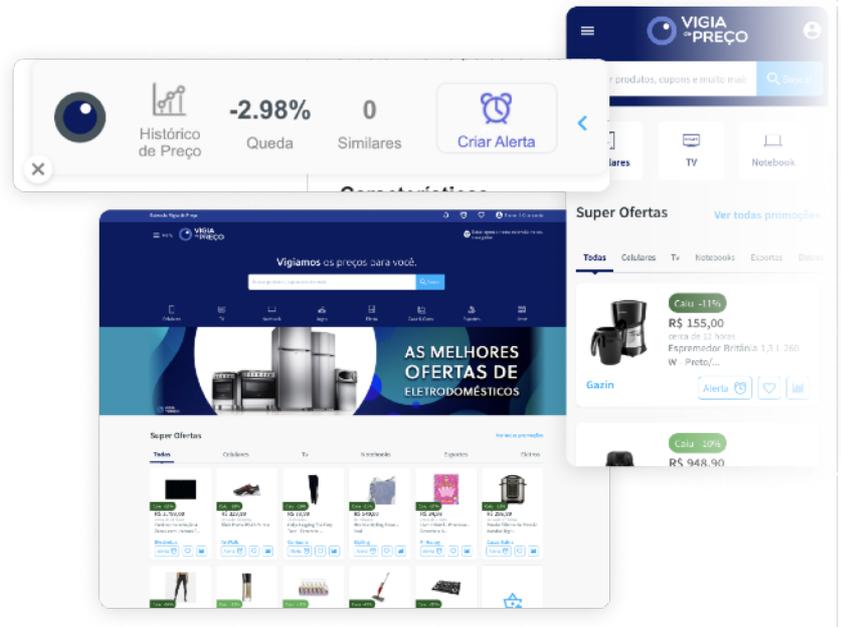
O serviço nos permite ir além do início do funil de compras, chegando até a compra, com o controle das informações sobre cada transação. O benefício torna a experiência dos nossos usuários ainda mais completa e fluida, pois além de se educarem com nosso conteúdo editorial, consultarem preços em centenas de lojas e decidirem o melhor momento para comprar com histórico e alerta de preços, agora eles podem acumular cashback em compras realizadas na nossa plataforma.

Além do aumento do engajamento, recorrência orgânica e a consequente redução no custo de aquisição de clientes, o cashback potencializa dois importantes vetores de crescimento para a Mosaico: (i) diversifica o mix de categorias que compõe a nossa receita, com o acréscimo da navegação orientada à descontos, isto é, em que o usuário acessa nossa plataforma buscando o benefício do cashback, incrementado o GMV originado em novas categorias sem integrações complexas de inventário; e (ii) enriquece os dados de compra de cada consumidor em nossas plataformas, que somados aos dados que já possuímos, formam uma ferramenta poderosa na criação e personalização dos nossos produtos, com potencial para elevar a conversão e gerar ainda mais valor para os lojistas parceiros.

Esse projeto, construído inteiramente dentro da Mosaico e, portanto, 100% proprietário, possui a essência do que acreditamos na Mosaico: que a experiência do usuário em sua jornada de compra deve ser o mais simples possível – para obter cashback, o visitante navega normalmente em nossa plataforma, como sempre fez, precisando apenas estar logado para receber o benefício. Com a plataforma já integrada ao BTG, o cashback é também uma porta de entrada para os serviços financeiros, que começarão a ser oferecidos ao longo do segundo semestre de 2021.



Extensão



Em 10 de maio, concluímos a aquisição do Vigia de Preços¹ - empresa de tecnologia que desenvolve soluções para auxiliar o consumidor digital.

O Vigia de Preço é um site e extensão para navegador Chrome que ajuda o usuário a encontrar ofertas, cupons e fazer análise de preços em lojas online. Em 2020, o Vigia de Preço gerou R\$113 milhões em GMV captado² (*gross merchandise value*) para lojistas parceiros e alcançou R\$5,2 milhões de receita bruta. Atualmente, a plataforma conta com aproximadamente 200 mil extensões instaladas.

Nossa primeira aquisição pós-IPO adiciona ao nosso leque de serviços uma extensão para browser (plug-in), acelerando um projeto que seria de ao menos 6 meses se feito internamente. Além da base de extensões instaladas, trazemos também uma equipe altamente especializada que ficará focada na integração dos novos serviços à plataforma de micro serviços da Mosaico e no desenvolvimento de novas funcionalidades na plataforma.

A extensão possui também um efeito de potencializar o cashback, uma vez que acompanha a navegação dos consumidores além das propriedades da Mosaico, oferecendo este benefício e outros serviços de acordo com o site visitado e o contexto, incluindo novas categorias de produtos onde a Mosaico ainda não tem forte representatividade, como moda e saúde e beleza, aumentando nosso mercado de atuação.

Da mesma forma que o cashback, a extensão possui um alinhamento vital com nossa estratégia: por estar sempre presente na navegação, ela trabalha como um assistente de compras completo oferecendo as informações (conteúdo, histórico de preços, cupons, cashback, etc...) que o consumidor precisa, de acordo com o contexto da sua navegação, para tomar a melhor decisão a cada compra.

¹ Aquisição total dos ativos da empresa.

² GMV captado: total originado para parceiros, incluindo cancelamentos e vendas não aprovadas.

Cupons

Seguindo nossa estratégia de oferecer um assistente de compras completo para o consumidor, estamos desenvolvendo internamente - com expectativa de lançamento ainda neste trimestre - uma plataforma para disponibilizar aos consumidores, de forma organizada e acurada, os cupons mais relevantes ativos no mercado. Esse projeto também fortalece nossa presença na fase final da jornada de compra e diversifica as categorias originadoras de vendas para os lojistas parceiros.

As informações da plataforma de cupons estarão disponíveis em uma área específica de nossas propriedades e junto das ofertas dos lojistas parceiros também. Na extensão, as informações dos cupons serão exibidas de acordo com o contexto, conforme os consumidores navegam, serão ofertados a eles os cupons de desconto que se aplicam a cada loja, juntamente com outras informações que ajudem o consumidor a tomar sempre a melhor decisão de compra, mesmo sem precisar visitar nossa plataforma.

Desta forma, nosso serviço será o único lugar onde os consumidores terão todas as informações para a tomada de decisão de compra: conteúdo, preço, frete, cashback da Mosaico e das lojas e cupons de desconto.

Classificação de Ofertas por Inteligência Artificial

Nossa plataforma de tecnologia agrupa todas ofertas do mercado referentes a um produto específico (sku) e classifica de acordo com um catálogo proprietário formado ao longo de muitos anos e permanentemente atualizado. Desta forma, conseguimos oferecer aos consumidores informações mais precisas como faixa de preços de produtos e também serviços importantes como o histórico e alerta de preços cobrindo ofertas de mais de 500 lojas.

Com o grande crescimento do comércio eletrônico brasileiro e a entrada de novos players no mercado, tivemos um aumento expressivo na quantidade de ofertas que publicamos; em 12 meses adicionamos mais de 40 milhões de ofertas em nossa plataforma. Para lidar com um volume tão grande de ofertas e manter a qualidade do nosso serviço, desenvolvemos um novo sistema de classificação automática de ofertas baseado em inteligência artificial que entrou em operação em março. Os robôs realizam tarefas em grande escala com alta assertividade, aumentando conversão e GMV e permitindo que nossa equipe foque em outras tarefas com impacto na experiência do consumidor.

Discovery

Com lançamento previsto para o segundo semestre deste ano, essa plataforma mira recriar para o consumidor a experiência de “window shopping”, isto é, atrair consumidores para navegar em nossas propriedades não só quando já tem alguma intenção de compra, mas também para “olhar vitrines” – uma curadoria personalizada por algoritmos que apresente novidades, promoções, descontos, produtos quentes e lançamentos.

Time e Cultura

Em um cenário desafiador para o recrutamento de profissionais na indústria de tecnologia, continuamos nos destacando na atração de talentos para nosso time. Impulsionado pela nossa cultura centrada em pessoas, sejam nossos usuários, nossos clientes, nossos fornecedores e, especialmente, nossos colaboradores, crescemos nosso time em quase 50% entre março de 2020 e abril³ de 2021 e ainda temos mais de 50 vagas em aberto em áreas chave para a Companhia, em um movimento fundamental para sustentar nossa estratégia de crescimento.

	Tecnologia	Produto/Conteúdo	Outros	Total
Mar/20	46	35	79	160
Abr/21	65	69	105	239
Vagas em abertos	30	16	9	55

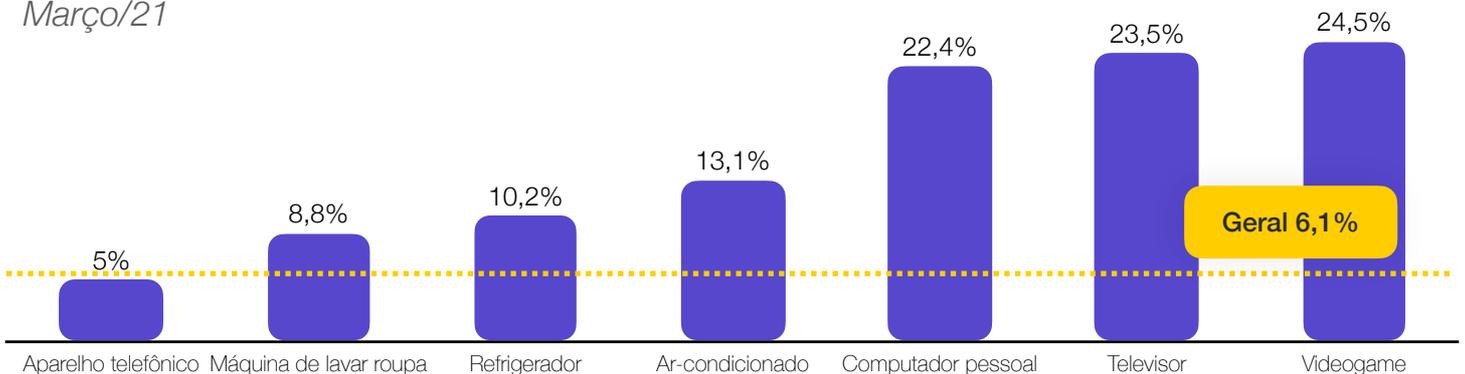
³ Com base em 27 de abril

Desempenho

O primeiro trimestre de 2021 apresentou uma dinâmica semelhante à do final de 2020: crescimento do e-commerce impulsionado pela maior participação de produtos de tíquetes mais baixos, alterando o mix histórico de categorias. Esse movimento reflete um crescimento menor na demanda por produtos premium, especialmente eletrônicos e de tecnologia (principais categorias da Mosaico), que apresentaram aumento expressivo de preço nos últimos meses (gráfico abaixo), como consequência de dois fatores: (i) forte desvalorização do real em relação ao dólar, com efeito na importação direta de produtos e matérias-primas e nos preços de insumos cotados a preços do mercado internacional; e (ii) escassez de insumos na cadeia, pois a indústria local concorre por componentes de eletroeletrônicos em cenário global, incluindo países com retomada da atividade econômica mais acelerada que no Brasil.

IPCA Acumulado 12 meses

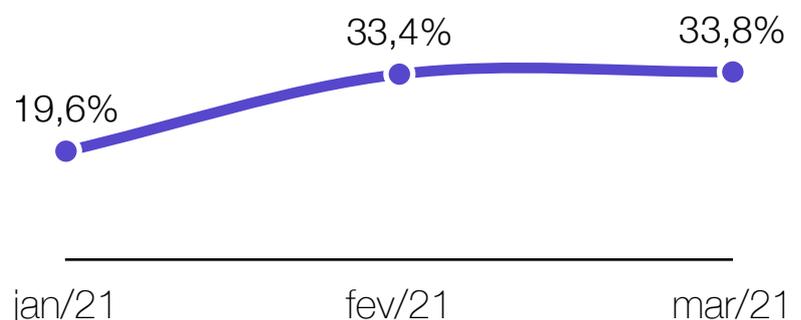
Março/21



Por outro lado, o desempenho mensal da Mosaico dentro do trimestre, que acreditamos refletir o comportamento do mercado, aponta para uma recuperação gradual da demanda, com os consumidores se adequando ao novo patamar de preços. Um ponto a destacar é o desempenho durante o Dia do Consumidor, em que realizamos promoções relacionadas ao nosso alerta de preços, que resultou em grande adesão e aumento de GMV, o que reforça nossa hipótese de que há uma grande demanda reprimida a ser realizada durante o ano.

Crescimento de GMV (Mosaico)

YoY



Dentro desse cenário incomum pelo qual passamos, a Mosaico apresentou um desempenho operacional consistente, com alguns pontos que merecem destaque no trimestre:

- **Crescimento de 376%** na produção de conteúdo original;
- Número de ofertas disponíveis em nossas plataformas **alcançou 75 milhões no 1T21** (vs vc 66 milhões no 4T20 e 37 milhões no 1T20);
- **Crescimento de 56%** (vs 1T20) no número de MAUs (monthly active users), usuários com alguma atividade no período em nossos aplicativos, que totalizaram 5,4 milhões no período;
- **Mais de 1 milhão de contas criadas;**
- **Mais de 3,1 milhões de alertas de preços criados** e 1,7 milhões de alertas atingidos;

"Além disso, o GMV originado para nossos parceiros cresceu 28,7% em relação ao mesmo período de 2020 e totalizou R\$1,0 bilhão, enquanto recebemos 186,9 milhões de visitas, um crescimento de 13% em relação ao 1T21, representando um crescimento de 14% na relação GMV/visita, reforçando nossa eficiência operacional refletida na conversão de visitas em compras. "

Importante mencionar também a manutenção da proporção tráfego pago e tráfego não pago no patamar de 60%-40% no trimestre, evidenciando a importância de nosso conteúdo em nossa proposição de valor. Por fim, a média mensal de usuários únicos apresentou crescimento de 20% em relação ao 1T20 e totalizou 26 milhões.

Em relação aos resultados financeiros, a receita bruta cresceu 18% e totalizou R\$58 milhões, Já o EBITDA ajustado pelas despesas do IPO, em razão da estratégia de crescimento que elevou o custo com pessoal e aquisição de tráfego, totalizou R\$6,9 milhões, com margem de 13,6%. O lucro líquido ajustado, por sua vez, totalizou R\$2,9 milhões.

Destques Operacionais e Financeiros

	1T21	1T20	Var.%
GMV Originado (em R\$ milhões)	1.016,8	790,1	28,7%
Visitas Totais (em milhões)	186,9	165,6	12,9%
Visitantes Únicos (média mensal em milhões)	25,8	21,5	19,7%
Visitas Não Pagas (em milhões)	70,5	66,7	5,7%
Receita bruta (em R\$ milhões)	58,1	49,1	18,3%
Receita líquida (em R\$ milhões)	51,2	43,3	18,4%
EBITDA (em R\$ milhões)	4,7	15,6	-69,8%
Margem EBITDA (%)	9,2%	36,0%	-26,8 p.p
EBITDA Ajustado¹ (em R\$ milhões)	6,9	15,6	-55,4%
Margem EBITDA Ajustada (%)	13,6%	36,0%	-22,5 p.p
Lucro Líquido (em R\$ milhões)	-0,1	8,9	N/A
Margem Líquida (%)	N/A	20,7%	N/A
Lucro Líquido Ajustado (em R\$ milhões)	2,9	8,9	-68,1%
Margem Líquida Ajustada (%)	5,6%	20,7%	-15,1 p.p.

Desempenho Operacional

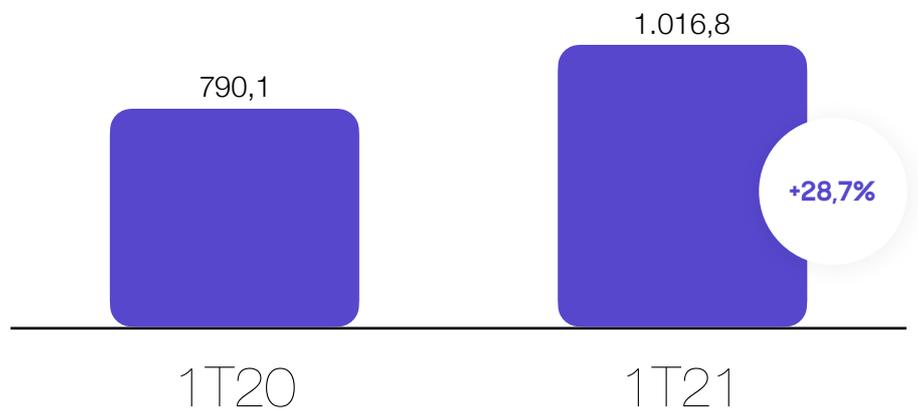
As informações financeiras da Companhia são apresentadas com base nos números consolidados, em reais, conforme a Legislação Societária Brasileira e as práticas contábeis adotadas no Brasil (BRGAAP), já em conformidade com as normas internacionais de contabilidade (IFRS), exceto quando indicado de outra forma. As comparações nesse documento são em relação ao primeiro trimestre de 2020(1T21), exceto quando indicado de outra forma.

GMV (Gross Merchandise Volume)⁴

O GMV originado pela Mosaico para nossos parceiros totalizou R\$1,0 bilhão no 1T21, um crescimento de 28,7%, refletindo o maior volume de visitas convertidas em intenções de compra (*leads*) e o novo patamar de preços dos produtos com maior participação em nosso mix (conforme explicado anteriormente).

GMV Trimestre

(Em R\$ milhões)

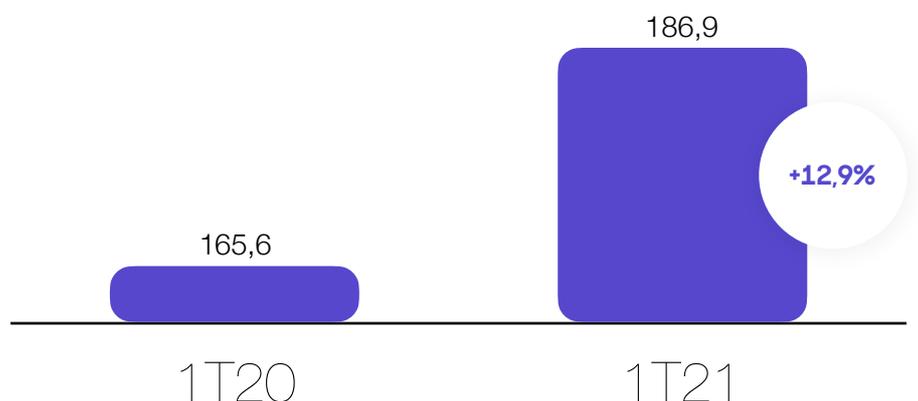


Visitas

No 1T21, o número de visitas foi de 186,9 milhões, um crescimento de 12,9%, refletindo os maiores investimentos em aquisição de tráfego, parte da estratégia comercial da Mosaico, em que trazemos tráfego pago e, com nosso conteúdo e experiência do usuário, convertemos gradualmente em tráfego não-pago⁵. Ainda assim, mantivemos uma saudável proporção de 62%/38% entre tráfego pago e não-pago, dentro do esperado pela companhia.

Visitais Totais

(Em milhões)



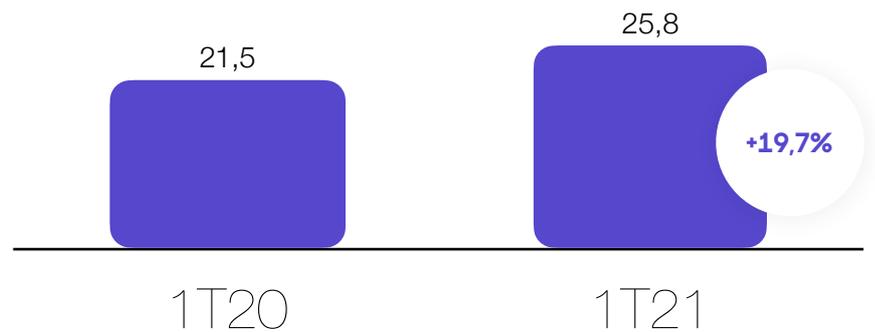
⁴ Estimado

⁵ Sessões de origens gratuitas como acesso direto aos sites e aplicativos, tráfego orgânico de buscadores, tráfego de referência e e-mail.

A média mensal de visitantes únicos⁶, métrica importante para analisar tamanho de audiência e comportamento dos usuários, apresentou crescimento de 19,7% e totalizou 25,8 milhões no 1T21.

Visitantes Únicos

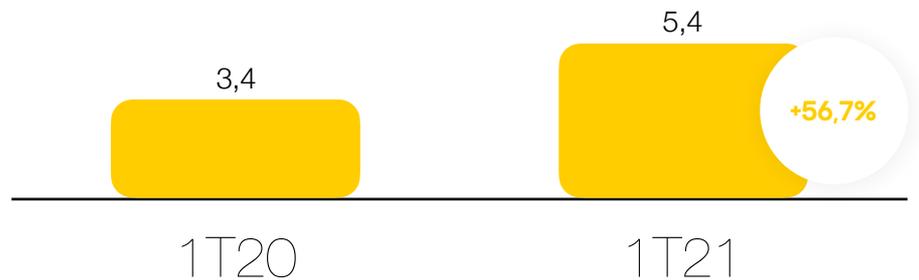
(Em milhões)



Considerando apenas os aplicativos de Zoom e Buscapé, os usuários ativos mensais, ou Monthly Active Users (MAU), totalizaram 5,4 milhões, um crescimento de 56,4%, refletindo a estratégia da Mosaico de impulsionar esse canal, que gera maior recorrência e cresce na preferência dos usuários.

MAU

(Em milhões)

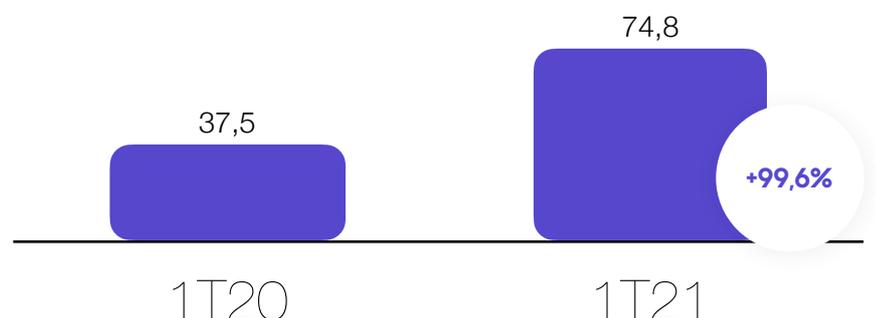


Ofertas

Como resultado dos nossos investimentos em tecnologia, realizamos importantes avanços de capacidade e usabilidade em nosso processo de integração com os lojistas parceiros. Com isso, o número de ofertas atingiu 74,8 milhões em março, um crescimento de 99,6% em relação a março do ano passado.

Ofertas

(Em milhões)



⁶ Visitantes que realizaram pelo menos uma sessão no mês, com sobreposição entre dispositivos e plataformas

Desempenho financeiro

Receita

Em R\$ milhões	1T21	1T20	Var.%
Receita bruta	58,1	49,1	18,3%
Listagem de produtos	55,5	46,9	18,3%
Intermediação	0,8	0,3	148,7%
Publicidade	1,7	1,8	-5,9%
(-) Cancelamentos/tributos	-6,9	-5,8	17,8%
Receita Líquida	51,2	43,3	18,4%

No 1T21, a receita bruta totalizou R\$58,1 milhões, um crescimento de 18,3%, refletindo o desempenho operacional descrito acima. Vale destacar que há um período natural de ajuste entre o preço por clique que cobramos e o efeito da inflação nas principais categorias, o que causou a diferença entre o crescimento do GMV e da receita. A receita líquida cresceu 18,4% e totalizou R\$51,2 milhões.

Lucro Bruto

O lucro bruto somou R\$45,7 milhões no 1T21, um crescimento de 15,7%, o que representa uma margem bruta de 89,3%, uma redução de 2,1 p.p.. Essa queda de margem é explicada pelo aumento no custo com aluguel de servidores que, por sua vez, reflete a alta do dólar norte-americano e o maior volume de serviços, com maior número de ofertas e tráfego.

Em R\$ milhões	1T21	1T20	Var.%
Receita Líquida	51,2	43,3	18,4%
Custo dos Serviços Prestados	-5,5	-3,7	46,6%
Lucro Bruto	45,7	39,5	15,7%
Margem Bruta (%)	89,3%	91,4%	-2,1 p.p.

Despesas

No 1T21, as despesas operacionais totalizaram R\$42,6 milhões, um crescimento de 67,9%, explicado (i) pelo crescimento de gastos em marketing decorrente da maior aquisição de tráfego e da campanha promocional promovida no Dia do Consumidor, em março; e (ii) pelo aumento com gastos de pessoal, refletindo a expansão do quadro de colaboradores da Companhia, de 160 ao final do 1T20 para 217 ao final do 1T21. Vale destacar também as despesas relacionadas ao IPO, que totalizaram R\$2,2 milhões de reais no 1T21.

Em R\$ milhões	1T21	1T20	Var.%
Publicidade	-24,8	-12,9	93,2%
Outras	-0,6	-0,6	8,1%
Despesas com Vendas	-25,5	-13,4	89,6%
Pessoal	-13,4	-7,7	73,7%
Prestação de Serviços	-2,0	-2,3	-12,7%
Outras	-1,6	-1,9	-17,0%
Despesas Gerais e Administrativas	-17,0	-11,9	42,5%
Outras	-0,2	0,0	359,5%
Despesas Operacionais	-42,6	-25,4	67,9%

EBITDA

No 1T21, o EBITDA ajustado pelas despesas com o IPO (realizado em fevereiro) totalizou R\$6,9 milhões, uma redução de 55,4%, refletindo os aumentos nos custos dos serviços prestados e nas despesas operacionais, explicados anteriormente. A margem EBITDA ajustada foi de 13,6%, dentro do esperado pela companhia, e refletindo a aceleração de despesas com pessoal e vendas (mídia e marketing), pilares fundamentais para o crescimento de longo prazo da Mosaico.

Em R\$ milhões	1T21	1T20	Var.%
Lucro Bruto	45,7	39,5	15,7%
Despesas Operacionais	-42,6	-25,4	67,9%
(+) Depreciação/Amortização	1,6	1,5	12,0%
EBITDA	4,7	15,6	-69,8%
Margem EBITDA (%)	9,2%	36,0%	-26,8 p.p
Despesas com IPO	2,2	0,0	N/A
EBITDA Ajustado	6,9	15,6	-55,4%
Margem EBITDA Ajustada (%)	13,6%	36,0%	-22,5 p.p

Resultado Financeiro

No 1T21, o resultado financeiro foi negativo em R\$2,6 milhões, refletindo principalmente a despesa de R\$2,7 milhões relacionada à quitação antecipada do empréstimo que financiou a aquisição do Buscapé em 2019, parcialmente compensado pela receita financeira originada pelo rendimento dos recursos do IPO, que entraram no caixa da companhia no início de fevereiro.

Em R\$ milhões	1T21	1T20	Var.%
Receita Financeira	1,8	0,2	773,1%
Despesa Financeira	-4,4	-1,7	153,1%
Resultado Financeiro	-2,6	-1,5	72,1%

Lucro Líquido

No 1t21, o lucro líquido ajustado por evento não recorrentes (IPO e despesas com quitação de empréstimo) foi de R\$2,9 milhões, com margem de 5,6%. Na visão contábil, o resultado foi negativo em R\$53 mil.

Em R\$ milhões	1T21	1T20	Var.%
Lucro antes de IR/CSSL	0,4	12,6	-96,5%
(-) IR/CSSL corrente	0,0	-2,4	N/A
(-) IR/CSSL diferido	-0,5	-1,3	-61,8%
Lucro Líquido	-0,1	8,9	N/A
Margem Líquida	N/A	20,7%	N/A
Despesas com IPO (líquido de impostos)	1,5	0,0	N/A
Despesas com quitação de empréstimo (líquido de impostos)	1,4	0,0	N/A
Lucro Líquido Ajustado	2,9	8,9	-68,1%
Margem Líquida Ajustada	5,6%	20,7	-15,1 p.p

Demonstração de Resultados

Em R\$ milhares	1T21	1T20	Var. %
Receita Bruta	58.088	49.106	18,3%
Receita com listagem de produtos	55.512	46.920	18,3%
Receita com publicidade	836	336	148,7%
Receita com comissão (intermediação)	1.739	1.849	-5,9%
Cancelamento/Devoluções/Impostos	(6.891)	(5.850)	17,8%
Receita operacional líquida	51.197	43.256	18,4%
Custo dos serviços prestados	(5.471)	(3.733)	46,6%
Lucro bruto	45.726	39.523	15,7%
Despesas operacionais	(42.639)	(25.389)	67,9%
Despesas com vendas	(25.458)	(13.429)	89,6%
Despesas gerais e administrativas	(16.988)	(11.918)	42,5%
Outras despesas operacionais, líquidas	(193)	(42)	359,5%
Lucro antes do resultado financeiro, imposto de renda e contribuição social	3.086	14.134	-78,2%
Receitas financeiras	1.755	201	773,1%
Despesas financeiras	(4.402)	(1.739)	153,1%
Lucro antes dos imposto de renda e contribuição social	439	12.596	-96,5%
Imposto de renda e contribuição social corrente	-	(2.362)	N/A
Imposto de renda e contribuição social diferido	(493)	(1.289)	-61,8%
Lucro líquido do exercício	(54)	8.945	N/A

Balanço Patrimonial

Consolidado

Em R\$ milhares

31/03/2021

31/12/2020

Ativo circulante

Caixa e equivalente de caixa	544.009	39.403
Aplicações financeiras	25	24
Contas a receber	60.721	79.593
Impostos a recuperar	1.323	78
Despesas antecipadas	1.008	3.768
Outros ativos	579	365
Total do ativo circulante	607.665	123.231

Ativo não circulante

Impostos a recuperar	25.283	25.253
Impostos de renda e contribuição social diferidos	43.331	31.100
Depósitos judiciais	6.702	190
Imobilizado	2.801	2.138
Ativo de direito de uso	2.061	2.336
Intangível	38.298	39.446
Total do ativo não circulante	118.476	100.463

Ativo total**726.141****223.694**

Consolidado

Em R\$ milhares

31/03/2021

31/12/2020

Passivo circulante

Fornecedores	45.261	49.285
Passivo de arrendamento	1.099	1.198
Empréstimos	-	12.090
Obrigações trabalhistas	10.784	10.288
Obrigações tributárias	1.826	2.513
Partes relacionadas	289	193
Total do passivo circulante	59.259	75.567

Passivo não circulante

Empréstimos	-	34.260
Obrigações tributárias	521	537
Passivo de arrendamento	1.275	1.442
Provisão para contingência	1.262	1.983
Total do passivo não circulante	3.058	38.222

Patrimônio líquido

Capital social	642.033	63.306
Reserva legal	3.020	3.020
Gasto com emissão de títulos patrimoniais	-24.701	0
Reserva de investimentos	42.940	43.036
Lucros/prejuízos acumulados	-54	0
Reserva de capital	586	543
Total do patrimônio líquido	663.824	109.905

Passivo total e patrimônio líquido**726.141****223.694**