



FATO RELEVANTE

Prévia métricas operacionais 2T22

A Dotz S.A ("Companhia"), plataforma de engajamento B2B2C que integra milhões de consumidores e parceiros comerciais, apresenta a performance de suas principais métricas operacionais no 2T22. Ressalta-se que os dados apresentados neste relatório são preliminares estando sujeitos a mudanças e não foram auditados.

Principais Highlights

Evolução Base Dotz



53,0 mm contas Dotz
+6,8% vs. 2T21



R\$ 37,9 de ARPU¹
+58% YoY e +6% QoQ

Loyalty



Novas parcerias

R\$ 16 bi de GMV de Varejo alimentar
R\$ 3 bi de GMV de novos supermercados



Plano Controle Vivo Dotz

40 mil Planos vendidos em 2 meses

Ativação +39,3% crescimento clientes ativos Vivo (bases pré e Controle) em jun/22 (YoY)



Novo produto de

Conversão Automática com BB

Marketplace



+13% GMV vs. 1S21 em GDO
+12% take rate médio vs. 2T21

R\$ 149,6 mm GMV total no 1S22

Techfin



196 mil Clientes ativos LTM no 2T22
+7% vs. 2T21

R\$ 1,6 bi TPV LTM no 2T22
+46% vs. 2T21

Empréstimo Pessoal + de R\$3,7 mm em originação de crédito em apenas 2 meses (sem correr o risco de credito)



Digitalização



3,4 mm Downloads da Conta Digital Dotz acumulados no 2T22
2X vs. 2T21

1,3 mm Cadastros da Conta Digital Dotz acumulados no 2T22



36,9% do total de resgate no 2T22 foram Dotz → R\$

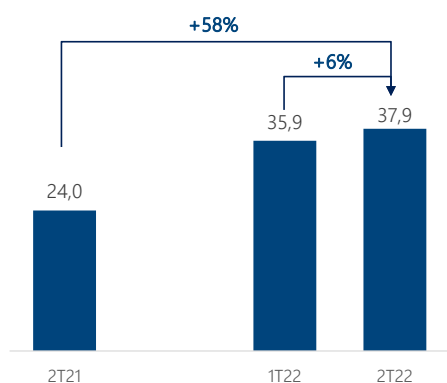
Ampliação das trocas diretamente no PDV com #s recordes +109,7% vs. 2T21

*ARPU (Average Revenue per User / Receita Média por Usuário): métrica não-auditada que reflete o faturamento médio por usuário nos últimos 12 meses

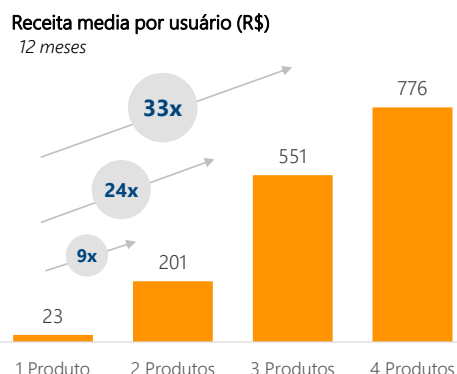
DETALHAMENTO DOS DESTAQUES DO 2T22

Encerramos o 2T22 com crescimento de 58% no ARPU¹ YoY e 6% QoQ, atingindo R\$37,9 no 2T22. Essa evolução é resultado de nossa estratégia de alavancar o *cross-sell* em nossa base de consumidores.

Evolução do ARPU



Monetização Serial



Em *Loyalty*, encerramos junho de 2022 com 53,0 milhões de cadastrados, um avanço de 6,8% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Além dessas tradicionais parcerias com companhias varejo, a empresa tem investido para expandir seu portfólio e, um exemplo no trimestre foi a aliança com a Nielsen IQ, líder global em medição, dados e análises de audiência.

Novas Parcerias Varejo



Rede de varejo alimentar comanda por Reginaldo Carvalho, com mais de 40 anos de experiência nesse mercado e com 30 lojas da rede no Nordeste



Rede de varejo alimentar referência no Tocantins com 12 lojas nas cidades de Palmas, Porto Nacional, Paraíso e Gurupi



Rede com mais de 47 anos de história na Zona Norte da cidade de São Paulo



Aliança com a Nielsen IQ: a cada pesquisa respondida, usuários ganham Dotz, garantindo benefícios aos seus clientes

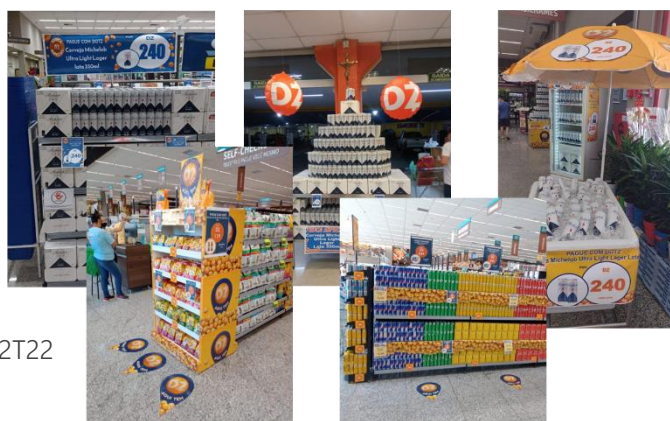


Ampliamos a parceria com a Vivo. A Dotz passou a contar com uma oferta de plano de dados e telefonia exclusivo. Pela primeira vez uma iniciativa do tipo foi incluída no portfólio da operadora e se chama Plano Controle Vantagens. O cliente ganha mil Dotz já na ativação, e mais 500 todo mês, enquanto a linha estiver ativa e com os pagamentos da fatura em dia.

¹ ARPU (Average Revenue per User / Receita Média por Usuário): métrica não-auditada que reflete o faturamento médio por usuário nos últimos 12 meses

Ainda sobre o *loyalty varejo*, com relação às trocas, tivemos também algumas evoluções bem importantes durante o período. Alinhada à nossa estratégia de expansão da base de varejistas físicos, reforçamos no 2T22 as possibilidades de trocas nos pontos de venda (PDV), atingindo o recorde de trocas neste canal. Os resgates no PDV são trocas de Dotz por um voucher de desconto direto no caixa do estabelecimento, bem como trocas por produtos (SKUs). No 2T22 crescemos 109,7% o número de trocas no PDV, enquanto avançamos 81,9% no total das trocas realizadas no 2T22 versus 2T21.

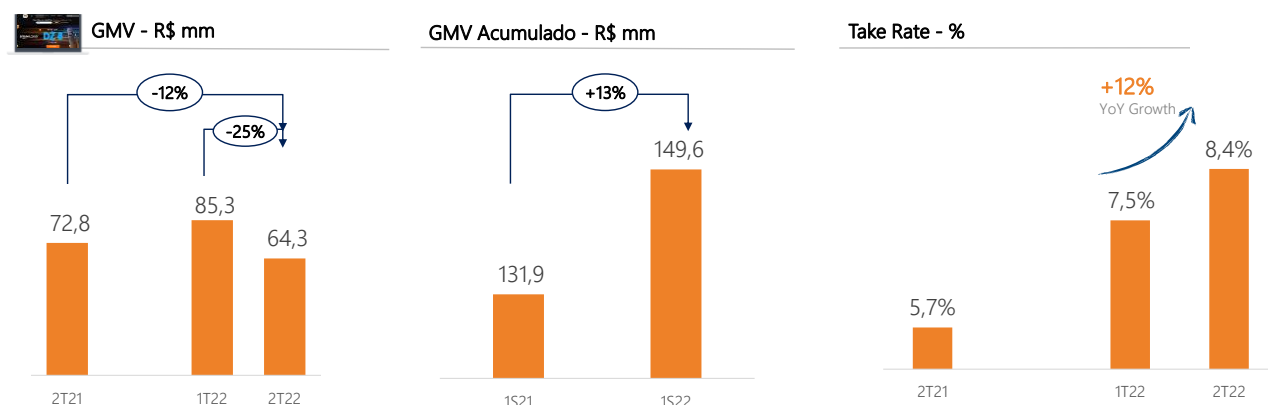
Presença Dotz nos Pontos de Vendas



Na frente de *loyalty bancos*, tivemos dois marcos no mês de junho: (i) lançamento da nova conversão automática na plataforma BB Relaciona, focada em entregar mais valor aos clientes do Varejo BB: "Mais benefício para quem mais precisa"; e (ii) os clientes do Programa Pontos Caixa também puderam transferir seu seu ponto para a Dotz mais rapidamente, com a redução da quantidade necessária de pontos para fazer a operação e, depois, resgatar produtos, serviços, vouchers ou *cashbacks*.



Em *Marketplace*, o GMV (*Gross Market Value*) ou Volume Bruto Transacionado capturado na plataforma GDO (Ganhe Dotz Online) no 1S22 atingiu R\$149,6 milhões, 13% superior ao mesmo período de 2021. Na comparação do 2T22 vs. 2T21, o GMV foi 12% inferior, primordialmente em função da desaceleração do e-commerce e diminuição do poder de compra dos clientes devido ao cenário econômico desfavorável no período.



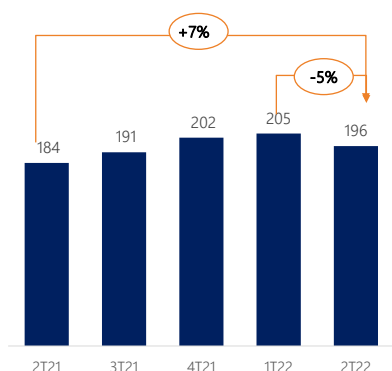
Em *TechFin*, a base de clientes ativos dos cartões *co-branded* das parcerias Banco do Brasil e Banco BV atingiu 196 mil clientes no 2T22, um crescimento de 7%, em relação ao 2T21. Na comparação trimestral reportamos uma queda de 5% na base de clientes em função de ritmo menos acelerado de vendas de novos cartões *co-branded*, decorrente de adequações dos bancos emissores de suas políticas de crédito para novas vendas de cartões, principalmente, ligado ao cenário macro mais desafiador. Essa base de clientes gerou um TPV (*Total Purchase Value*), ou volume total de compras, do mesmo portfólio, de R\$ 1,6 bilhão, um crescimento de 46% em relação

ao 2T21. Outro destaque foi o recorde de originação de crédito registrado em apenas dois meses do 2T22, ainda em fase teste piloto, no montante de R\$ 3,7 milhões.

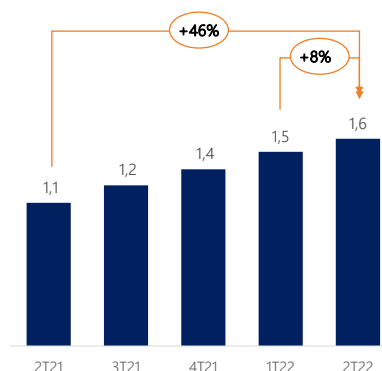


Cartões de Crédito Co-branded

Cientes Ativos LTM - # mil



TPV LTM – R\$ mm

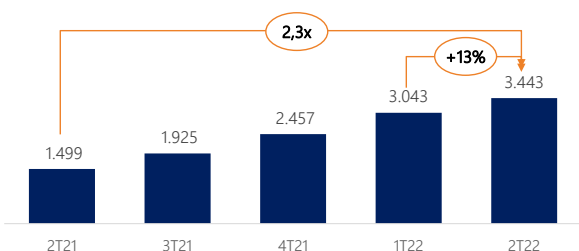


No 2T22, a *Conta Digital Dotz* atingiu 3,4 milhões de downloads e 1,3 milhão de cadastros, representando um crescimento de 2x em relação ao 2T21.

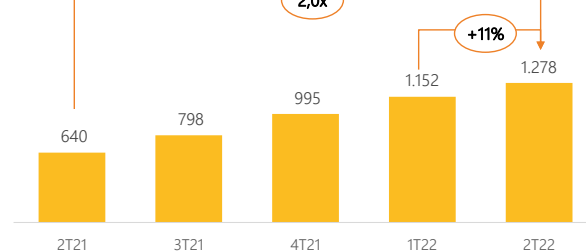


Conta Digital Dotz

Downloads Acumulado - # mil



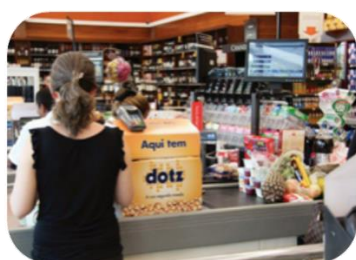
Cadastros Acumulado- # mil



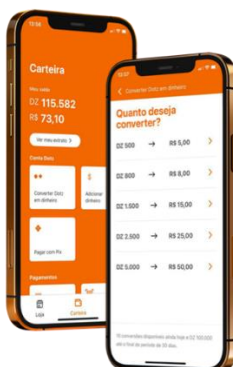
O engajamento de nossa base de clientes na *Conta Digital Dotz* tem melhorado com o nosso *killer use case*, que é a possibilidade de resgatar Dotz por reais. Essa alternativa de resgate que representava apenas 27,0% no 2T21 passou a representar 36,9% dos resgates realizados no 2T22.

Considerando o que comentamos acima, relacionado ao aumento de volume de trocas no ponto de venda do Varejo (PDV), tivemos um incremento nas trocas realizadas nesse canal, que passou de 41,2% no 2T21 para 47,5% no 2T22. Os resgates no PDV e na Conta Dotz (conversão em dinheiro) juntos, foram responsáveis por 84,4% do volume de trocas no 2T22.

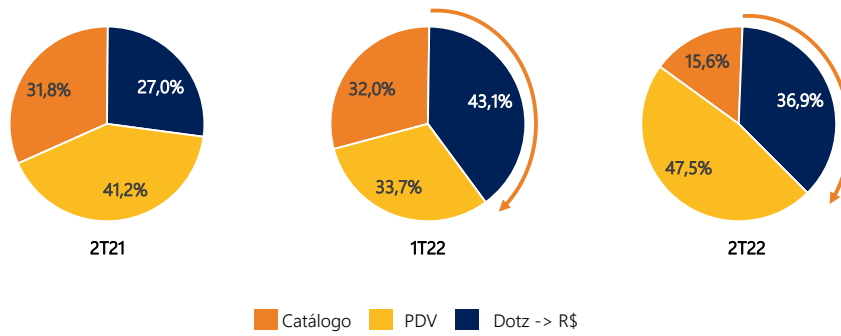
Principais Canais de Troca



Disponível em todos os varejos físicos da Coalizão Dotz



Resgates por Canal



São Paulo, 25 de julho de 2022.
Otávio Augusto Gomes de Araujo
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

Ressalta-se que a referida comunicação foi feita nos termos da Resolução CVM n° 44/21 e dos artigos 15 e 17 da Resolução CVM n° 80/22, em observância ao Ofício de Alerta n° 25/2022/CVM/SEP/GEA-2.