



DOTZ SA

Companhia Aberta de Capital Autorizado
CNPJ/ME nº 18.174.270/0001-84
NIRE nº 35.300.453.166

COMUNICADO AO MERCADO Prévia métricas operacionais 3T21

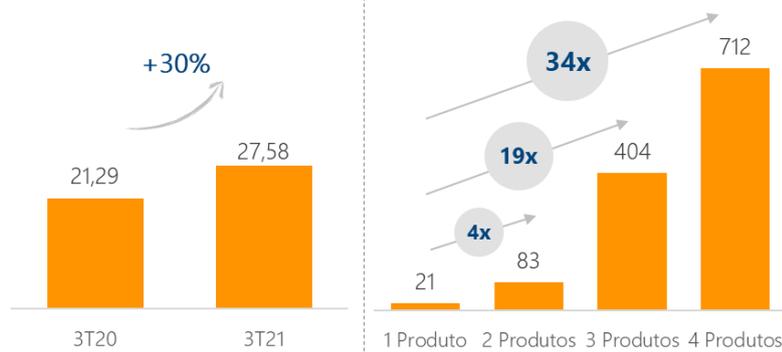
A Dotz S.A (“Companhia”), plataforma de engajamento B2B2C que integra milhões de consumidores e parceiros comerciais apresenta a performance de suas principais métricas operacionais no 3T21.

Principais Highlights:

Continuamos com importantes entregas e executando a nossa estratégia de impulsionar novos negócios e oportunidades como uma plataforma omnichannel de engajamento do consumidor que gera usuários, dados, com um CAC muito baixo (*nosso Sweet Spot*). No comparativo 3T21 vs. 3T20, nosso **cross-sell na base de clientes ativos cresceu de 6,8% para 12,6%**, nosso **ARPU cresceu 30%**, e é importante destacar que, quando o cliente se engaja em mais de um produto, sua receita anual aumenta no mínimo 4 vezes.

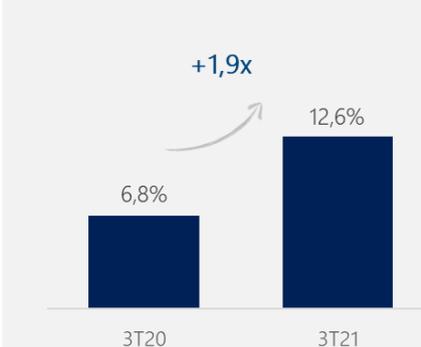
Receita média por usuário

12 meses



% de clientes ativos com cross-sell

Ativo em +2 produtos



Outros marcos importantes são:

- **Em Loyalty:**

- Expansão da base de parceiros de varejo offline com 5 novos contratos assinados no 3T21.
- Dotz Inside: acesso a mais de 150.000 pequenas e médias empresas através da integração da solução de loyalty da Dotz à solução ERP de um parceiro.
- Portfolio de Cartões de Crédito BB: aceleramos campanhas do Banco do Brasil com foco em conversão de novos clientes BB / Dotz nos canais de comunicação próprios do BB (ex: ATM).

- **Em Marketplace:**

- GMV do GDO, plataforma de mercado afiliado Dotz, cresceu 76%, quando comparado ao 3T20.

- Lançamento do novo site GDO que melhora a interface mobile, a dinâmica de negócios e acelera novos acordos comerciais por meio de evoluções da plataforma e maior escalabilidade.
- Loja Dotz: integração com a Mirakl e 21 vendedores prontos para operar no lançamento completo do produto e sortimento potencial de mais de 100.000 itens no trimestre.
- **Em TechFin:**
 - Crescimento de 46%, em relação ao 3T20, na base de clientes ativos (LTM) dos cartões co-branded e de 66% no TPV LTM do mesmo portfólio.
 - As vendas de cartões co-branded por meio de canais digitais alcançaram 33% do total das vendas em setembro'21 (19% no 3T21). As vendas totais somaram 64 mil no 3T21.
 - Crédito Pessoal: Credisfera, Lendico e Noverde já em operação no terceiro trimestre.
- **Digitalização:**
 - A Conta Digital Dotz atingiu 1,9 milhão de downloads e 798 mil cadastros, representando um crescimento de 5x e 4x, respectivamente, em relação ao 3T20.
 - Processo de digitalização contínuo (resgate de DZ por R\$ representando 28,5% no 3T21).
- **Inovação:**
 - Possibilidade de resgate de Dotz por criptomoedas, com quase 1.000 resgates na primeira semana de lançamento do produto.
- **Time:**
 - Aumento de 312 para 454 colaboradores (dez/20 vs. set/21).
 - Fortalecimento da área Digital, que representa 51% do quadro total de colaboradores.
- **Parcerias Estratégicas:**
 - Ant Goup: fechamento formal do acordo de investimento em 31 de agosto [\(link\)](#). Com relação ao nosso acordo de colaboração, já fizemos mais de 50 horas de trabalho conjunto com o time da Ant focado na evolução dos produtos wallet e digital finance, trazendo insights e casos práticos experimentados por eles que vão gerar grande valor para essas nossas iniciativas.

Highlights Operacionais

Loyalty

Em Loyalty, chegamos a uma grande base de usuários do programa Dotz de aproximadamente 50 milhões de contas no final de Set/21 e as prioridades da companhia são expandir a coalizão regional e novas soluções com nossas parcerias off-line.

Continuamos expandindo nossa base de parceiros de Loyalty no varejo offline para permitir que nossos clientes ganhem mais Dotz, além de oferecer alternativas de resgate adicionais. Já fechamos 12 parcerias em 2021 e 5 parcerias no 3T21, que são: Zaitt Supermercados, Wine Loja, Americanas Delivery, Novo Mundo Eletro e Rede Duque).



Em Parcerias Financeiras, continuamos fortalecendo nosso relacionamento com o Banco do Brasil. Um dos produtos mais relevantes desta parceria é o nosso portfólio de cartões de crédito do BB, que permite aos clientes transferir automaticamente os pontos Ourocard para a Dotz. Esse mecanismo melhora o engajamento do cliente com a Dotz e gera uma série de benefícios para o banco, como maior ativação e maior *spending*. No 3T21, o Banco do Brasil retomou as campanhas voltadas para conversão de novos clientes BB / Dotz em seus canais.



Marketplace

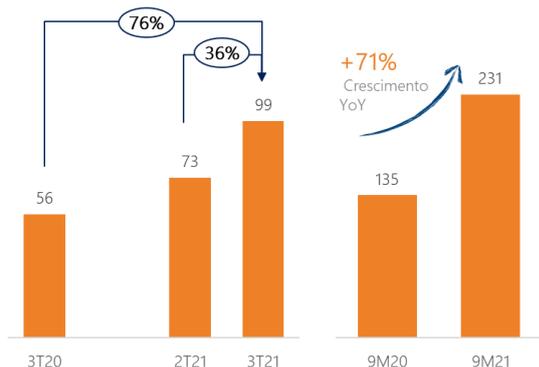
Em relação à nossa plataforma de marketing de afiliados (GDO - Ganhe Dotz Online), no 3T21, o GMV aumentou 76% em relação ao 3T20, em linha com a tendência de crescimento apresentada no 2T21. Em Set/21, realizamos nosso terceiro Dotz Day do ano com promoções especiais e os dois dias representaram 15% do GMV do mês.

O GMV acumulado no ano somou R\$ 231 milhões, com um aumento de 71% em relação ao mesmo período de 2020.

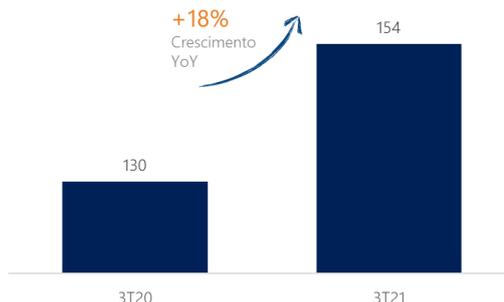
Os plug-ins Dotz ativos atingiram 154 mil em Set/21, 18% superior aos plug-ins instalados no mesmo período de 2020. Para os clientes com plug-ins instalados, a frequência é 1,7x maior.



GMV - R\$ mi



Plug-in - # milhares



Durante o 3T21, 28 novos parceiros foram integrados ao GDO, fortalecendo ainda mais nossa plataforma de marketing de afiliados e alcançando mais de 200 parceiros registrados nas categorias mais relevantes do segmento de e-commerce brasileiro.

Em set/21, concluímos a integração da Loja Dotz com o a Mirakl, um passo importante para permitir a expansão da base de vendedores de forma escalável, com 21 vendedores e sortimento potencial de mais de 100.000 itens no trimestre.

Techfin

A base de cartões co-branded ativos (últimos 12 meses) das parcerias Banco do Brasil e Banco BV atingiu 191 mil clientes em set/21, aumento de 46% em relação ao 3T20 e 4% superior ao 2T21.

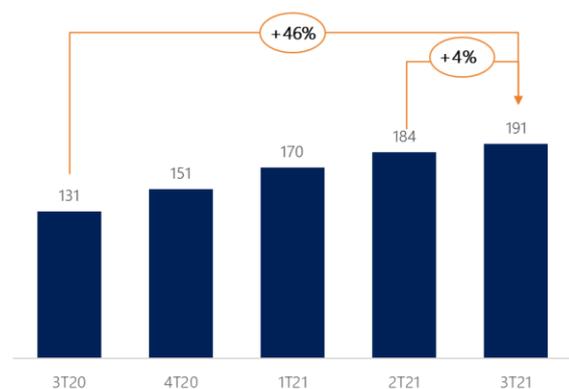
Essa base de clientes gerou TPV de R\$ 1,2 bilhão nos últimos 12 meses, com um crescimento de 66% em relação ao 3T20.

As vendas de cartões co-branded por meio de canais digitais (alternativa de aquisição lançada no 2T21) alcançaram 33% do total das vendas em Set/21 (19% no 3T21). As vendas totais somaram 64 mil no 3T21.

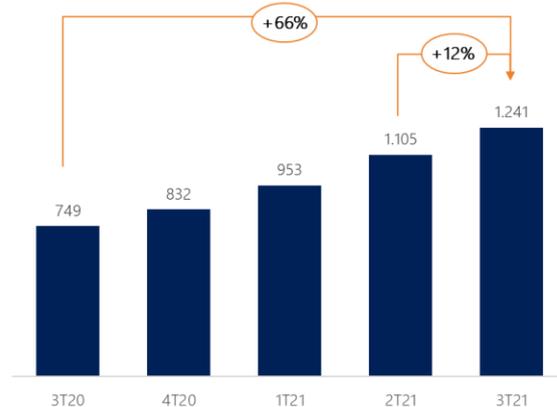


Cartões de Crédito Co-branded

Base Ativa LTM - # milhares



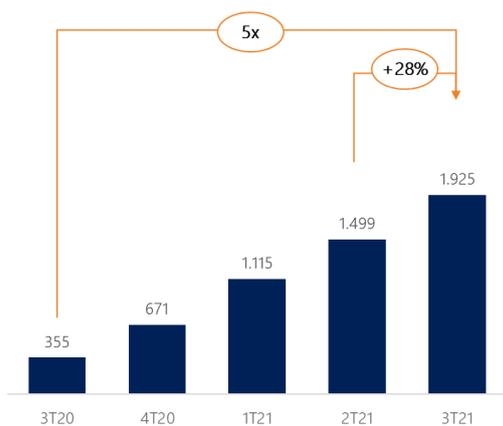
TPV LTM - R\$ mi



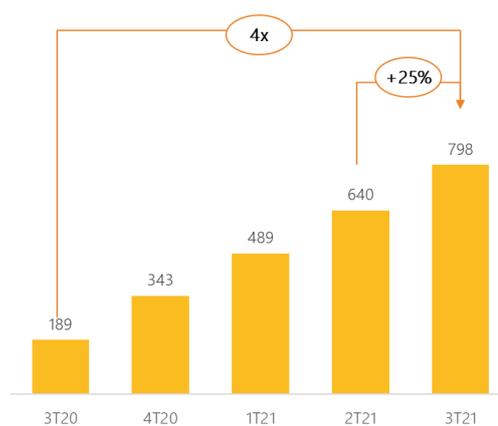
Digitalização

Com relação à nossa estratégia de digitalização, atingimos aproximadamente 1,9 milhão de downloads da Conta Digital Dotz, 28% superior ao 2T21, dos quais 798 mil eram clientes com cadastro válido para pagamento e compras, 25% superior ao 2T21.

Downloads - # milhares

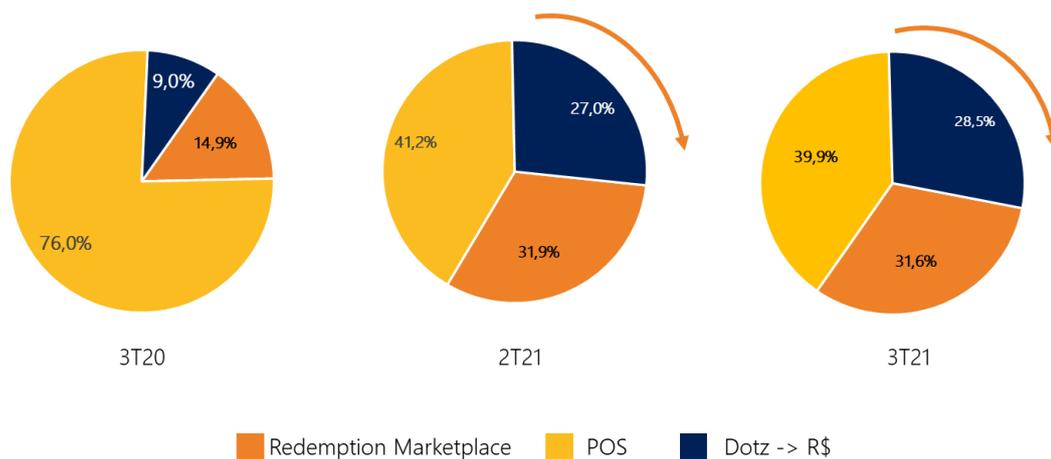


Cadastros - # milhares



O engajamento de nossa base de clientes na Conta Dotz Digital se dá por meio dos aumentos contínuos na relevância do resgate de Dotz para reais. Essa opção foi responsável por 28,5% dos resgates realizados no 3T21, com aumento de 19 p.p. versus 3T20.

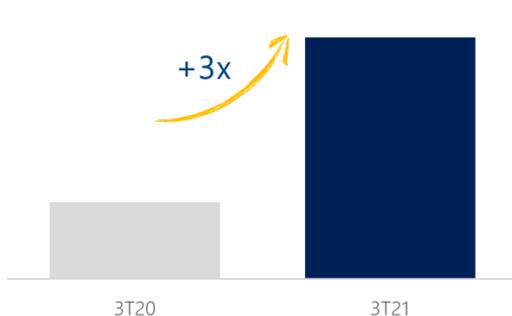
Resgates por canal



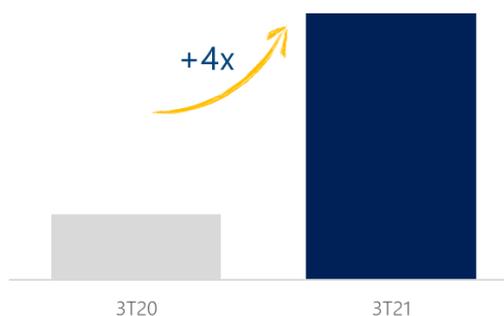
Como resultado dos investimentos em digitalização, é importante destacar a evolução de alguns indicadores. Em um pool de quase 800 mil cadastros na conta digital, tivemos um aumento de três vezes no número de clientes com transações e um aumento de quatro vezes no volume de transações.

Conta Digital Dotz

Clientes Transacionando



Volume de transações



Inovação

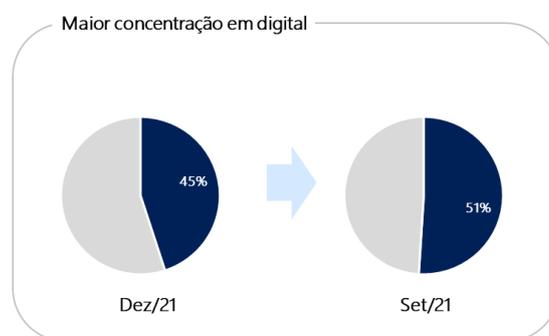
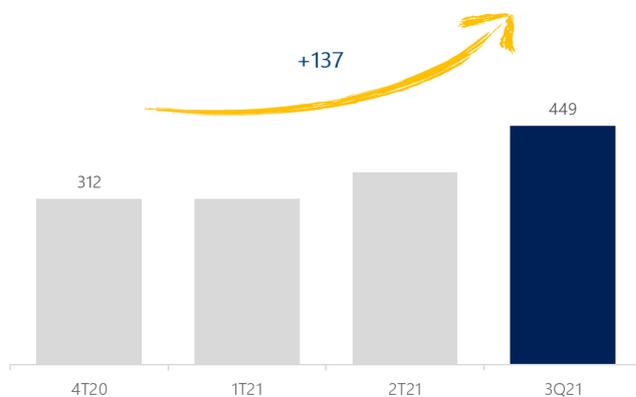
Em inovação, também é possível resgatar Dotz por criptomoedas, com quase 1.000 resgates na primeira semana de lançamento do produto.



Time

Tivemos um aumento de 137 colaboradores quando comparado com dez'21, fortalecendo a área digital da companhia, que atualmente representa 51% do quadro total de *headcount*.

Base de Colaboradores



São Paulo, 07 de outubro de 2021.

Otávio Augusto Gomes de Araujo

Diretor Financeiro e de Relações com Investidores