

MOBLY

Relatório da Administração
dos Resultados

Primeiro trimestre de 2022

MBLY

B3 LISTED NM

Destaques do 1T22

GMV: o GMV Total do 1T22 apresentou queda de 10,3% em relação ao 1T21, mas quando comparado ao 1T20 reportamos um crescimento de 35,1%, mostrando um crescimento consistente ao excluir o efeito não recorrente da pandemia.

Receita operacional líquida: na comparação com o 1T21 a ROL apresentou queda de 9,5%, mas na comparação com o 1T20 foi reportado crescimento de 34,5%, também reforçando um crescimento consistente ao excluir o efeito não recorrente da pandemia.

Margem Bruta: mantivemos em linha com o histórico de resultados da Mobly, reportando 39,1% no 1T22 versus 41,7% e 40,0% nos 1T21 e 1T20, respectivamente, mesmo diante de diferentes fatores, como a inflação e queda de demanda que atingiram diretamente o setor.

Custos logísticos e prazos de entrega melhoraram significativamente com o aumento da participação do varejo físico, novos centros de distribuição e expansão da MoblyLog, levando a uma melhora em relação a receita líquida (+2,2 p.p. na comparação 1T22x1T21 e +3,8 p.p. para 1T22x1T20).

Margens de Contribuição II e III: ambas mantiveram estáveis em relação a receita líquida na comparação com o 1T21 (-0,4 p.p. e +0,3 p.p.), mas cresceram comparado ao 1T20 (3,0 p.p. e 0,7 p.p.).

EBITDA Ajustado: em linha com os planos de expansão da Mobly, no 1T22 foi registrado um EBITDA Ajustado negativo de R\$8,5 milhões, versus o R\$1,6 milhão positivo reportado no 1T21, trimestre este que podemos considerar como o último positivo para o setor no período de pandemia.

Novas Lojas: no 1T22 foram inauguradas 3 novas Mobly Zips, 1 *Megastore* e 1 *Outlet*.

First Order Profitability: a Mobly manteve sua lucratividade do primeiro pedido acima do nível saudável de 1,0x, sendo que fechou o 1T22 em 1,3x.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Prezados(as) Senhores(as),

A seguir apresentaremos os resultados e realizações da Mobly referentes ao primeiro trimestre do ano de 2022.

A Mobly manteve a continuidade de seu processo de expansão com a abertura de novas lojas físicas, aprimoramento de seus sistemas e tecnologias, fortalecimento financeiro, sempre com foco na melhoria no atendimento e satisfação de nossos clientes.

Consciente, preparada e sempre se precavendo dos desafios que pode vir a enfrentar durante o ano de 2022, a Companhia vem se adaptando a cada movimento do mercado e fatores macroeconômicos que persistem em continuar influenciando negativamente o setor e economia do país, sendo que através da multicanalidade característica da Mobly novas estratégias podem ser traçadas e colocadas em prática de acordo com os movimentos e oportunidades do mercado.

O ano de 2022 está sendo e será mais um ano desafiador para o setor, devido a fatores econômicos como o aumento da inflação e a redução do poder de compra, além dos insumos com preços elevados e a perda de dinamismo da atividade econômica, mas já iniciamos 2022 preparados e com novas estratégias para enfrentarmos os desafios e dando continuidade aos planos em execução. Estamos reduzindo os prazos de entrega, aumentamos a disponibilidade dos estoques, lançaremos novas lojas em novas regiões do Brasil, e trabalharemos forte com estratégias de *phygital*.

Em conformidade com o plano de crescimento e investimentos anunciados em nosso processo de abertura de capital, sempre visando a expansão da Companhia no mercado, os recursos captados continuam sendo investidos nas seguintes iniciativas:

(i) fortalecimento do capital de giro e estrutura financeira, *vendor financing* e estrutura de capital:

Temos trabalhado fortemente para melhorar os 3 pilares de capital de giro:

Redução de recebíveis: por meio de novos meios de pagamento, como PIX, ou por meio da própria antecipação destes.

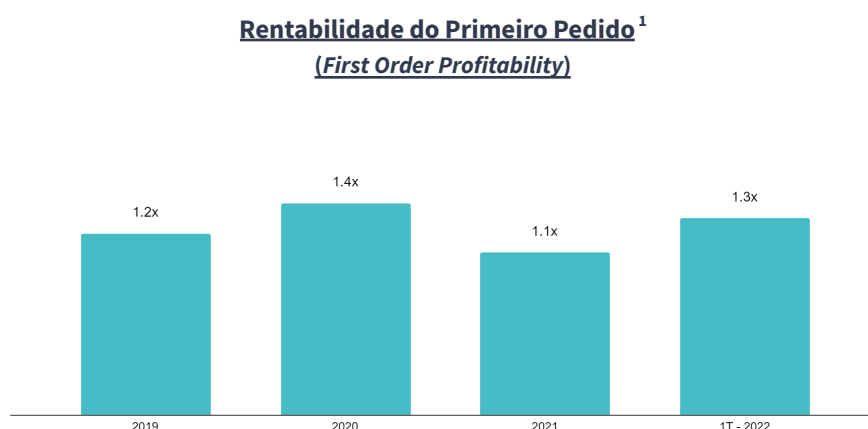
Redução do nível de estoque: fechamos o 1T22 com o nível de estoque mais alto do que o nível que consideramos o ideal, mas este já está sendo normalizado ao longo do primeiro semestre de 2022.

Prazo de pagamentos: estamos reduzindo a antecipação aos fornecedores usando capital próprio, e assim retomando prazos de pagamentos mais longos. Em paralelo, estamos trabalhando para continuar oferecendo formas de antecipação sem impacto no capital de giro da Mobly.

(ii) investimento em marketing e publicidade (on-line e televisivo):

Permanecemos com os investimentos em marketing e publicidade que, apesar das reduções de investimentos realizadas nos últimos trimestres, devido à elevação dos custos para publicidade on-line e à queda nas buscas on-line por móveis e decoração, no 1T22 representaram queda de 13,4% versus os investimentos no 1T21 e um aumento de 60,2% em comparação com o mesmo período de 2020.

Mesmo com a momentânea redução destes investimentos continuamos identificando os resultados do capital empregado, e ao mesmo tempo o balanceamento nos investimentos em marketing e publicidade continuam permitindo à Mobly com que se mantenha operando com *First Order Profitability*¹ acima de 1.0x, garantindo assim que nossa aquisição de clientes seja rentável já na primeira compra, conforme nossa estratégia de crescimento.



(iii) investimento em bens de capitais, incluindo a expansão de novas lojas físicas, centros de distribuições e desenvolvimento de tecnologia da informação interna:

➤ 5 Novas lojas físicas inauguradas no 1T22:

- 1 Megastore: São Paulo/SP.
- 1 Outlet: Araçariçuama/SP.
- 3 Lojas Zip: São Paulo/SP, Suzano/SP e Indaiatuba/SP.

¹ *First Order Profitability* (Rentabilidade do Primeiro Pedido): é a comparação da margem de contribuição no primeiro pedido de novos clientes com o Custo de Aquisição do Cliente (CAC).

DIFERENCIAIS DA MOBLY

Mantemos o foco no aprimoramento de nosso modelo de negócios, oferecendo uma proposta de valor única e diferenciada aos nossos clientes, sempre baseada nos quatro pilares principais:

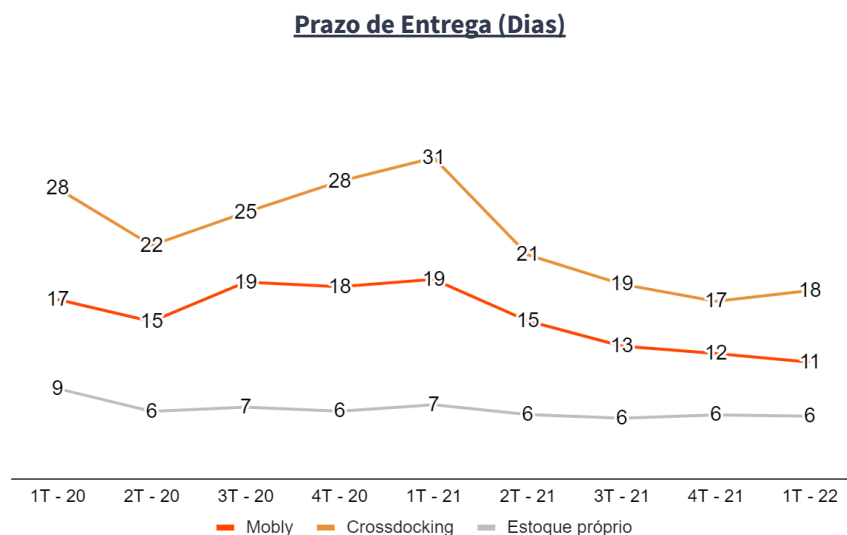
Variedade Atrativa: atualmente com aproximadamente 275 mil SKUs², dos quais estamos constantemente gerenciando o equilíbrio entre marcas próprias e produtos de terceiros, que corresponderam a 45% e 55%, respectivamente, da nossa receita líquida no primeiro trimestre de 2022.

Preços Competitivos: trabalhamos sempre para termos o menor preço e margens saudáveis em todas as categorias de móveis e decoração.

Durante o 1T22, começamos a ver oportunidades de custo de mercadorias e margem, com a queda geral do mercado, ociosidade das fábricas, queda do dólar e redução do frete marítimo para os produtos importados.

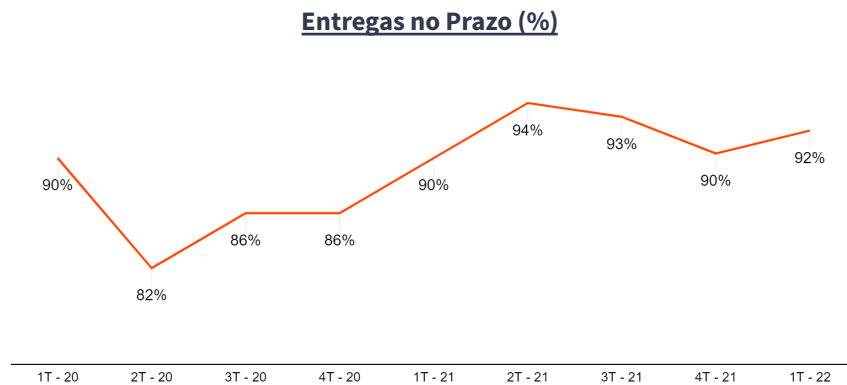
Devemos destacar também que seguimos com o beneficiamento, que nos proporciona benefícios e vantagens competitivas de custo, e continuamos expandindo o beneficiamento a novas categorias.

Entrega Rápida e Conveniente: através de nossos cinco CDs/hub, atualmente, aproximadamente 56% das vendas são entregues em até 6 dias (conforme média Brasil em 2021). Além dos CDs, nossas lojas físicas também auxiliam no processo, oferecendo milhares de produtos disponíveis para retirada aos clientes, assumindo um papel importante em nossa estratégia de distribuição.



² Unidade de Manutenção de Estoque - *Stock Keeping Unit* - em 28 de fevereiro de 2022.

Em paralelo à redução de prazos, também estamos melhorando nosso nível de serviço e a partir do início do ano de 2021 retomamos o nível de 90% ou mais de entregas dentro do prazo.



Experiência de Compra Diferenciada: nosso forte posicionamento de mercado continua sendo evidenciado por um total de mais de 310 mil pedidos, até a data de divulgação deste relatório.

2022 E PRÓXIMOS PASSOS

A seguir nossas novas iniciativas em andamento em 2022:

- **Serviços financeiros:**
 - Cartão Private Label
 - Boleto Parcelado em lojas físicas.
 - Garantia estendida.
- **Novas Megastores:**
 - 2 novas já **em construção**.
- **Novos Outlets:**
 - 1 novo já **em construção**.
- **Novas Lojas Zip:**
 - 2 novas já **em construção**.

Reforçamos que temos como nosso foco principal a transformação do modo como os consumidores adquirem bens para as suas residências, oferecendo uma experiência de compra diferenciada oriunda da aplicação de tecnologia inovadora em diversos canais e vasta oferta de produtos, em grande parte, exclusivos.

Novamente agradecemos a confiança e parceria de todos os nossos funcionários, *stakeholders*, investidores e mercado em geral.

A DIRETORIA.



DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

Desempenho Operacional e Financeiro (em R\$ mil)	1T22	1T21	1T20	1T22 x 1T21	1T22 x 1T20
GMV *	220,5	246,0	163,3	-10,3%	35,1%
Receita operacional líquida	152,9	169,0	113,7	-9,5%	34,5%
(-) Custo dos produtos vendidos	(93,1)	(98,6)	(68,2)	-5,5%	36,5%
(=) Lucro Bruto	59,8	70,4	45,5	-15,1%	31,5%
% da Receita Líquida	39,1%	41,7%	40,0%	-2,6 p.p	-0,9 p.p
(-) Custos logísticos	(19,4)	(25,1)	(18,8)	-22,9%	3,1%
% da Receita Líquida	(12,7%)	(14,9%)	(16,5%)	2,2 p.p	3,8 p.p
(=) Margem de Contribuição II	40,4	45,3	26,7	-10,8%	51,4%
% da Receita Líquida	26,4%	26,8%	23,5%	-0,4 p.p	3,0 p.p
(-) Mkt & despesas c/ vendas	(21,1)	(24,4)	(13,2)	-13,4%	60,2%
% da Receita Líquida	(13,8%)	(14,5%)	(11,6%)	0,6 p.p	-2,2 p.p
(=) Margem de Contribuição III	19,3	20,9	13,5	-7,7%	42,8%
% da Receita Líquida	12,6%	12,4%	11,9%	0,3 p.p	0,7 p.p
Pessoal administrativo	(11,0)	(9,6)	(8,2)	14,1%	34,3%
% da Receita Líquida	(7,2%)	(5,7%)	(7,2%)	-1,5 p.p	0,0 p.p
Despesas operacionais	(16,9)	(9,6)	(6,3)	75,0%	165,7%
% da Receita Líquida	(11,0%)	(5,7%)	(5,6%)	-5,3 p.p	-5,4 p.p
(=) EBITDA Ajustado	(8,5)	1,6	(1,0)	-622,2%	744,9%
% da Receita Líquida	(5,6%)	1,0%	(0,9%)	-6,6 p.p	-4,7 p.p
(=) EBITDA	(9,6)	(13,5)	(1,0)	-29,4%	845,8%
% da Receita Líquida	(6,3%)	(8,0%)	(0,9%)	1,8 p.p	-5,4 p.p
(-) D&A	(16,2)	(7,4)	(5,7)	117,5%	184,2%
(=) EBIT	(25,8)	(21,0)	(6,7)	22,7%	283,9%
% da Receita Líquida	(16,9%)	(12,4%)	(5,9%)	-4,4 p.p	-11,0 p.p
Resultado financeiro, líquido	(0,1)	(4,5)	(4,1)	-96,8%	-96,5%
(=) Lucro/prejuízo do exercício	(25,9)	(25,5)	(10,9)	1,7%	138,8%
% da Receita Líquida	(16,9%)	(15,1%)	(9,5%)	-1,9 p.p	-7,4 p.p

*Gross Merchandise Value - valor de todas as mercadorias movimentadas pela Mobly, excluindo boletos não pagos

GMV - Gross Merchandise Value

(Valor de todas as mercadorias movimentadas pela Mobly, excluindo boletos não pagos)

GMV por Canal de Vendas (em R\$ milhões)	1T22	1T21	1T20	1T22 x 1T21	1T22 x 1T20
Website	80,5	132,1	90,5	-39,1%	-11,1%
Marketplace	70,5	65,5	38,8	7,6%	82,0%
Lojas	56,7	28,9	23,6	96,6%	140,8%
Sellercenter	12,8	19,5	10,4	-34,2%	22,5%
GMV	220,5	246,0	163,3	-10,3%	35,1%

Diante de um cenário macro desafiador, e com encarecimento relevante do marketing digital, proveniente da disputa por market share travada entre os maiores marketplaces, a Mobly optou pela estratégia de reduzir o investimento em marketing, desde o final de 2021, de forma a buscar maximizar sua margem de contribuição. Tal redução nos investimentos em marketing proporcionou uma queda nas vendas em nosso webshop, mas com aumento na margem de contribuição do próprio canal.

Em paralelo, os marketplaces parceiros realizaram movimentos similares em suas plataformas, reduziram consideravelmente seus investimentos, tanto em tráfego como em subsídios para seus sellers em suas plataformas, impactando assim nossas vendas neste canal, e, por fim, as lojas físicas observaram no início de 2022 queda no número de visitas, devido a queda no mercado em geral e nos investimentos da Mobly.

Diante de tal cenário descrito anteriormente, no 1T22 o GMV Total da Mobly apresentou queda de 10,3% em comparação ao mesmo período do ano de 2021, que para o setor foi o último trimestre positivo do período atípico de pandemia. Contudo, na comparação com o mesmo período de 2020, reportamos um crescimento de 35,1%.

Quando comparamos o GMV de nosso website no 1T22 versus 1T21 e 1T20, verificamos quedas de 39,1% e 11,1%, respectivamente.

Os resultados positivos das lojas e *outlets* nos possibilitaram um crescimento de GMV das nossas lojas físicas no 1T22 de 96,6% em comparação com o mesmo período do ano anterior, e no comparativo com o 1T20, a Mobly atingiu um crescimento de 140,8%.

No GMV do canal marketplace, atingimos crescimento positivo de 7,6% quando comparamos o 1T22x1T21, e também crescimento positivo de 82,0% na comparação do 1T22x1T20.

RECEITA LÍQUIDA

No 1T22 a Mobly atingiu uma receita operacional líquida de R\$152,9 milhões, que representou queda de 9,5% em comparação com o mesmo período de 2021, que foi de R\$169,0 milhões.

Na comparação com o primeiro trimestre de 2020 a receita operacional líquida da Companhia apresentou crescimento de 34,5%, quando a receita foi de R\$113,7 milhões.

É válido comentar também que nossas receitas aumentaram a um CAGR (Compound Annual Growth Rate, ou taxa anual composta de crescimento) de 16% entre o 1T20 e 1T22, partindo de R\$113,7 milhões para R\$152,9 milhões, respectivamente.

LUCRO BRUTO

A comparação do lucro bruto do 1T22 com aquele reportado no 1T21 representa uma queda de 15,1%, sendo que os resultados para o 1T22 e 1T21 foram, respectivamente, R\$59,8 milhões e R\$70,4 milhões, e margem bruta de 39,1% e 41,7%, queda de 2,6 p.p.

Na comparação com o primeiro trimestre de 2020 o lucro bruto da Companhia apresentou crescimento de 31,5%, quando a receita foi de R\$45,5 milhões, e margem bruta de 40,0%, queda de 0,9 p.p.

Vale ressaltar que estamos conseguindo trabalhar bem as margens nos produtos nacionais e nos produtos de beneficiamento, sendo que nestes nossas margens vem melhorando. Mesmo com o fato de estarmos reduzindo o *vendor financing* para a maioria dos fornecedores, estamos conseguindo segurar o impacto em margem.

Por outro lado, os produtos importados adquiridos recentemente sofreram impacto do custo do dólar e do frete marítimo que subiram muito. Devido a tais fatores, estamos trabalhando com margens mais baixas, mas que retornarão aos seus níveis durante o ano de 2022.

Dessa forma, atualmente estamos ganhando margem nos produtos nacionais, porém a margem a geral da Mobly está momentaneamente afetada por esse balanceamento da cadeia de valor.

CUSTOS LOGÍSTICOS

Dentro dos custos logísticos estão englobadas despesas com transportes, meios de pagamento, logística de pessoas e perdas de crédito.

Os custos logísticos da Companhia foram reduzidos em 22,9%, atingindo R\$19,4 milhões no 1T22, comparado a R\$25,1 milhões no mesmo período de 2021, o qual representou uma melhora de 2,2 p.p. em relação à receita líquida na comparação 1T22x1T21, e também uma melhora de 3,8 p.p. na comparação 1T22x1T20, demonstrando um ganho operacional relevante, devido ao aumento da participação das lojas físicas, da MoblyLog e ganhos de eficiência com os serviços das demais transportadoras.

MARKETING E DESPESAS COM VENDAS

Dentro de Marketing e despesas com vendas estão as despesas com propaganda e publicidade e despesas de pessoal relacionadas às vendas, como funcionários de lojas e time de pós-vendas.

As despesas com marketing e despesas com vendas da Companhia diminuíram 13,4%, sendo R\$21,1 milhões no 1T22, comparado a R\$24,4 milhões no mesmo período do ano de 2021.

Na comparação com o primeiro trimestre do ano de 2020 tais despesas aumentaram 60,2%, quando foi reportado o montante de R\$13,2 milhões.

Quando analisadas as despesas com marketing e vendas em relação à receita líquida, atingimos melhora de 0,6 p.p. e queda de 2,2 p.p. quando comparamos ao 1T21 e 1T20, respectivamente.

Esse crescimento das despesas com marketing na comparação entre os anos de 2022 e 2020 segue em linha com os planos da Companhia divulgados em seu processo de IPO, em busca da expansão e consolidação de sua marca, e o aumento nos custos com pessoal de vendas deve-se principalmente à abertura de novas lojas.

Já na comparação entre os anos de 2022 e 2021, onde foi apresentada uma redução nestas despesas, dois fatores podem ser destacados, conforme citado anteriormente neste relatório, a Mobly optou pela estratégia de reduzir o investimento em marketing tendo em vista o encarecimento relevante para publicidade das campanhas on-line além do custo de aquisição de clientes para todo o mercado a partir do 4T21. E o segundo fator é que a abertura de novas lojas continua nos proporcionando a redução das despesas com marketing, tendo em vista que a marca fica cada vez mais conhecida nas diferentes cidades e regiões onde estão instaladas.

Vale comentar também que, em contrapartida, as despesas operacionais e com pessoal administrativo aumentam, devido às novas contratações e despesas referentes às lojas e centros de distribuição.

DESPESAS OPERACIONAIS E PESSOAL ADMINISTRATIVO

As despesas com pessoal administrativo da Companhia sofreram um aumento de 14,1% em relação ao 1T21 e 34,3% em comparação com o 1T20. No tocante à receita líquida foi registrada variação negativa de 1,5 p.p. em relação 1T21, já em comparativo do 1T22x1T20 não foi apresentada variação da receita líquida.

O principal fator que contribuiu com o aumento nas despesas com pessoal no 1T22 versus os anos anteriores foram as novas contratações de funcionários para a área de TI, que já estavam planejadas desde a abertura de capital da Companhia.

Já as despesas operacionais registraram aumento de 75,0%, no comparativo entre o 1T22 e o 1T21, enquanto no comparativo com o mesmo período do ano de 2020 tais despesas aumentaram 165,7%, com um impacto negativo de 5,3 p.p. em relação à receita líquida entre 1T22x1T21 e de -5,4 p.p. entre 1T22x1T20.

Vale destacar também que a partir de meados do 2T21 as despesas com AWS³, que anteriormente eram pagas por nossa controladora, home24, passou a ser paga pela Mobly e também contribui na variação das comparações com os primeiros trimestres dos anos de 2021 e 2020.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO II E MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO III

As margens de contribuição são indicadores de desempenho não-contábeis que utilizamos para medir a rentabilidade que temos após descontarmos os gastos variáveis, compostos por custos e despesas variáveis. Esses indicadores permitem um entendimento mais aprofundado de como cada parte da nossa operação impacta o EBITDA.

A margem de contribuição I é o lucro bruto. Ela nos permite analisar a contribuição de uma venda após a dedução do custo dos produtos vendidos.

³ AWS (Amazon Web Services) é uma plataforma de serviços de computação em nuvem oferecida pela Amazon.com.

A margem de contribuição II deduz também as despesas ligadas à logística (fretes e pessoas de armazém) e aos meios de pagamento. Ela nos permite analisar nossa eficiência financeira até o momento da entrega, ou seja, o quanto da receita sobra após descontar os custos de produtos, despesas de pagamento e despesas até a entrega.

A margem de contribuição III deduz também as despesas de vendas (marketing e pessoal de vendas). Por incluir todos os custos e despesas variáveis, ela nos mostra o quanto cada venda contribui na diluição das despesas fixas (despesas e pessoal administrativo).

Da margem de contribuição III até o EBITDA são deduzidas as despesas fixas (despesas operacionais e pessoal administrativo).

Conforme destacado anteriormente neste relatório, os custos logísticos e prazos de entrega melhoraram significativamente com o aumento da participação do varejo físico, centros de distribuição e MoblyLog, levando a uma Margem de Contribuição II de 26,4% das Vendas Líquidas no 1T22 (- 0,4 p.p. Vs. 1T21 e +3,0 p.p. Vs. 1T20).

E sobre o efeito na Margem de Contribuição III em relação à receita líquida, com a redução das despesas em marketing e vendas, atingimos melhoras de 0,3 p.p. e 0,7 p.p. quando comparamos ao 1T21 e 1T20, respectivamente.

EBITDA

A comparação do EBITDA do 1T22 com aquele reportado no 1T21 representa um decréscimo de 29,4%, sendo que os resultados foram, respectivamente, de um EBITDA negativo de R\$9,6 milhões contra um negativo de R\$13,4 milhões, e margem EBITDA de -6,3% e -8,0%, ganho de 1,8 p.p., e na comparação com o 1T20 a perda de margem EBITDA foi 5,4 p.p..

Neste trimestre o principal impacto no resultado foi a queda no volume de vendas, proveniente da queda da demanda no mercado e a maior busca por eficiência na aquisição de clientes, tanto da Mobly quanto dos *marketplaces*.

Após fevereiro já começamos a ver uma recuperação nos resultados, que mês a mês já vem apresentando melhora. Tendo em vista tal movimento de recuperação, nossa estimativa é que a partir de agora iremos começar a apresentar crescimento trimestre a trimestre, com ganho constante de margem, que devido a condição geral do mercado pode ser gradual, mas positiva.

Tendo em vista que o cenário geral e o patamar de faturamento não está crescendo em comparação com o ano passado, a Companhia já vem realizando uma grande redução de custos, que já poderá ser notada no 2T22.

EBITDA AJUSTADO

O EBITDA ajustado retira os itens não-recorrentes no período do EBITDA. Para o 1T22 foram considerados e excluídos R\$1,0 milhão de não-recorrentes relacionados ao impacto negativo dos custos do novo plano de opções distribuídas para funcionários estratégicos do Grupo.

A comparação do EBITDA Ajustado do 1T22 com aquele reportado no 1T21 representa uma queda de 622,2%, sendo que os resultados do 1T22 e 1T21 foram, respectivamente, de um EBITDA Ajustado negativo de R\$8,5 milhões contra um positivo de R\$1,6 milhões, e margem EBITDA Ajustado de -5,6% e 1,0%, queda de 6,6 p.p., e na comparação com a margem EBITDA Ajustado do 1T20 apresentou queda de 4,7 p.p..

RESULTADO FINANCEIRO, LÍQUIDO

Na comparação do resultado financeiro líquido do 1T22 com 1T21, foi registrada uma variação negativa de 96,8%, onde no 1T22 esse valor foi negativo de R\$0,1 milhão contra o negativo de R\$4,5 milhões no 1T21.

Para a comparação com o 1T20, o resultado financeiro líquido também registrou variação negativa, +96,5%, originada do valor negativo reportado de R\$4,1 milhões.

LUCRO (PREJUÍZO) DO EXERCÍCIO

No 1T22 a Companhia apresentou prejuízo líquido de R\$25,9 milhões contra um prejuízo líquido de R\$25,5 milhões no 1T21, crescimento de 1,7%, e no comparativo com o 1T20 foi reportado um aumento de 138,8% no prejuízo líquido, sendo que passou de prejuízo líquido reportado no mesmo período de 2020 foi de R\$10,9 milhões, em razão das variações apresentadas anteriormente neste relatório.

Os principais fatores que impactaram na piora do prejuízo no 1T22 foram os novos custos com depreciação e amortização das novas lojas abertas em 2021 e dos novos armazéns, em São Paulo e em Pernambuco, que em conjunto com a estrutura imobilizada já estabelecida da Mobly, totalizaram R\$ 16,2 milhões versus R\$ 7,5 milhões no 1T21.

INVESTIMENTOS

A Mobly realizou e continuará a realizar investimentos significativos na expansão de sua malha logística, no crescimento do número de lojas físicas e no desenvolvimento de tecnologias proprietárias.

No primeiro trimestre de 2022 os investimentos em CAPEX totalizaram R\$20,6 milhões, dos quais aproximadamente R\$9,9 milhões foram destinados para lojas e centros de distribuição, R\$8,7 milhões para tecnologia, softwares e equipamentos, e R\$2,1 milhões para os demais ativos.

DECLARAÇÃO DOS DIRETORES

Em cumprimento às disposições constantes no artigo 25 da Instrução da Comissão de Valores Mobiliários n. 480, de 7 de dezembro de 2009, conforme alterada, os Diretores Estatutários da Companhia declaram que (a) revisaram, discutiram e concordaram as demonstrações contábeis relativas aos exercícios sociais encerrados em 31 de março de 2022 e 2021; e (b) revisaram, discutiram e concordaram com o relatório apresentado no parecer de auditoria da KPMG Auditores Independentes, emitido em 6 de maio de 2022, sobre as informações trimestrais relativas aos períodos encerrados em 31 de março de 2022 e 2021.

RELACIONAMENTO COM AUDITORES INDEPENDENTES

Em conformidade da instrução CVM n. 381/037 informamos que a Companhia consultou os auditores independentes KPMG Auditores Independentes no sentido de assegurar o cumprimento das normas emanadas pela Autarquia, bem como a Lei de Regência da profissão contábil, instituída por meio do Decreto Lei 9.295/46 e alterações posteriores.

Também foi observado o cumprimento da regulamentação do exercício da atividade profissional emanada do Conselho Federal de Contabilidade (CFC) e as orientações técnicas emanadas do Instituto dos Auditores Independentes do Brasil (IBRACON).

A Companhia adotou o princípio fundamental de preservação da independência dos auditores, garantindo a não influência de auditar os seus próprios serviços, e tão pouco de terem participado de qualquer função de gerência da Companhia.

A KPMG Auditores Independentes foi contratada para execução de serviços de auditoria do exercício corrente e revisão das informações trimestrais do mesmo exercício.

Anexo I

Demonstração do Resultado Consolidado (em R\$ mil)	1T22	1T21	1T20	1T22 x 1T21	1T22 x 1T20	1T22	4T21	1T22 x 4T21
Receita operacional líquida	152.918	168.985	113.726	-9,5%	34,5%	152.918	190.383	-19,7%
Custo dos produtos vendidos	(93.128)	(98.508)	(68.249)	-5,5%	36,5%	(93.128)	(112.265)	-17,0%
Lucro bruto	59.790	70.477	45.477	-15,2%	31,5%	59.790	78.118	-23,5%
Receitas (despesas) operacionais								
Despesas comerciais	(64.808)	(62.170)	(39.679)	4,2%	63,3%	(64.808)	(73.937)	-12,3%
Despesas gerais e administrativas	(20.762)	(30.637)	(12.375)	-32,2%	67,8%	(20.762)	(19.712)	5,3%
Perda de crédito esperada	(38)	-	(354)	-	-89,3%	(38)	(429)	-91,1%
Outras (despesas) receitas operacionais líquidas	48	1.333	218	-96,4%	-78,0%	48	1.969	-97,6%
Prejuízo antes do resultado financeiro e do imposto de renda e contribuição social	(25.770)	(20.997)	(6.713)	22,7%	283,9%	(25.770)	(13.991)	84,2%
Despesas financeiras	(8.453)	(8.244)	(5.984)	2,5%	41,3%	(10.118)	(10.632)	-4,8%
Receitas financeiras	8.308	3.750	1.843	121,5%	350,8%	9.973	7.979	25,0%
Resultado financeiro, líquido	(145)	(4.494)	(4.141)	-96,8%	-96,5%	(145)	(2.653)	-94,5%
Resultado de equivalência patrimonial								
Prejuízo do exercício	(25.915)	(25.491)	(10.854)	1,7%	138,8%	(25.915)	(16.644)	55,7%
Prejuízo atribuível a sócios controladores	(25.915)	(25.491)	(10.853)	1,7%	138,8%	(25.915)	(16.644)	55,7%
Prejuízo atribuível a sócios não controladores	-	-	(1)			-	-	
Básico	(0,24336)	(0,13652)	(0,03300)	78,3%	637,5%	(0,24336)	(0,13152)	85,0%
Diluído	(0,24336)	(0,13652)	(0,03300)	78,3%	637,5%	(0,24336)	(0,13152)	85,0%

Anexo II

Balço Patrimonial (em R\$ mil)	1T22	1T21
Ativo		
Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	205.533	568.704
Contas a receber	148.239	87.405
Estoques	115.287	81.253
Impostos a recuperar	92.936	60.455
Partes relacionadas	-	-
Depósitos e bloqueios judiciais	417	399
Créditos diversos	20.283	14.028
Total do ativo circulante	582.695	812.244
Não circulante		
Impostos a recuperar	13.685	5.674
Depósitos e bloqueios judiciais	46.456	16.244
Créditos diversos	3.006	2.564
Imobilizado	84.135	32.633
Direito de uso	165.508	44.919
Intangível	34.576	18.667
Total do ativo não circulante	347.366	120.701
Total do ativo	930.061	932.945
Passivo		
Circulante		
Fornecedores e outras contas a pagar	67.000	119.062
Salários e encargos sociais	26.014	11.152
Impostos a recolher	2.988	5.323
Empréstimos e financiamentos	-	4.811
Adiantamentos de clientes	14.539	35.669
Partes relacionadas - Passivo	80	-
Passivo de arrendamento	32.783	14.092
Provisão para contingências	704	-
Provisões	1.844	1.088
Total do passivo circulante	145.952	191.197
Não circulante		
Provisão para perdas em investimentos	-	-
Provisão para contingências	12.929	9.940
Empréstimos e financiamentos	-	-
Impostos a recolher	580	1.303
Provisões	9.645	-
Passivo de arrendamento	145.027	35.588
Total do passivo não circulante	168.181	46.831
Patrimônio líquido		
Capital social	1.085.845	1.124.975
Reservas de Capital	6.708	-
Custos de emissão	-	(38.666)
Prejuízos acumulados	(476.625)	(391.392)
Patrimônio líquido atribuível aos acionistas	615.928	694.917
Participação de não controladores	-	-
Total do patrimônio líquido	615.928	694.917
Total do passivo e patrimônio líquido	930.061	932.945

Anexo III

Demonstrações dos Fluxos de Caixa (Em milhares de Reais)		1T22	1T21
Fluxo de caixa das atividades operacionais	Prejuízo do exercício	(25.915)	(25.491)
	Ajustes para:		
	Depreciação	4.713	1.965
	Amortização	2.232	2.139
	Depreciação - direito de uso	10.367	3.921
	Juros provisionados sobre empréstimos e financiamentos	-	2.284
	Juros passivos de arrendamento	3.839	998
	Juros sobre antecipação de recebíveis	1.852	2.791
	Outras receitas/(despesas) financeiras	(4.791)	(1.450)
	Provisões para contingências	1.266	2.089
	Provisão para devolução	(508)	(132)
	Resultado da equivalência patrimonial, líquido de impostos	-	-
	Resultado da alienação de imobilizado e intangível	(28)	(109)
	Perda por redução ao valor recuperável do contas a receber	38	-
	Provisão para obsolescência	2.086	3.603
	Transações de pagamento baseado em ações, liquidado em ações	1.021	-
		(3.828)	(7.392)
Variação nos ativos operacionais	Contas a receber	9.204	(58.489)
	Estoque	14.858	(5.107)
	Depósitos e bloqueios judiciais	(3.172)	(6.647)
	Créditos diversos e impostos a recuperar	(9.733)	(7.616)
	Partes relacionadas	-	-
Variação nos passivos operacionais	Fornecedores	(44.633)	(13.440)
	Outras contas a pagar	25	(701)
	Obrigações tributárias e trabalhistas	197	(4.665)
	Adiantamentos de clientes	422	(9.389)
	Partes relacionadas	(5)	-
Caixa utilizado nas atividades operacionais	Caixa utilizado nas atividades operacionais	(36.665)	(113.446)
	Pagamento de juros sobre empréstimos e financiamentos	-	(2.374)
	Pagamento de juros sobre passivo de arrendamento	(2.376)	(998)
	Pagamento de juros de antecipação de recebíveis	(1.852)	(2.791)
	Outros juros pagos	(814)	(1.079)
	Fluxo de caixa líquido utilizado nas atividades operacionais	(41.707)	(120.688)
Fluxo de caixa das atividades de investimento	Juros de aplicações financeiras	5.148	1.807
	Recursos provenientes da alienação de ativo imobilizado	88	3.240
	Aquisição do ativo imobilizado	(13.291)	(5.620)
	Aquisição do ativo intangível	(7.342)	(3.105)
	Fluxo de caixa utilizado nas atividades de investimento	(15.397)	(3.678)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento	Aumento de capital	-	771.778
	Custos de emissão	-	(35.463)
	Captação de empréstimos	-	10.308
	Pagamento de empréstimos e financiamentos	-	(79.308)
	Pagamento de passivo de arrendamento	(8.895)	(3.769)
	Caixa líquido proveniente das atividades de financiamento	(8.895)	669.546
	Aumento (redução) líquida em caixa e equivalentes de caixa	(65.999)	545.180
	Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	271.532	23.524
	Caixa e equivalentes de caixa no final do exercício	205.533	568.704
	Aumento (redução) líquida em caixa e equivalentes de caixa	(65.999)	545.180

Glossário

1P

Produtos do estoque da Companhia comercializados nas plataformas on-line.

CAPITAL DE GIRO

Calculado como a soma de dias de contas a receber de clientes (usando GMV como base) e dias de estoque, menos os dias de fornecedores, considerando GMV e CMV nos últimos 12 meses.

DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS (SG&A)

Ajustadas SG&A excluindo os efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias.

DÍVIDA (CAIXA) LÍQUIDA

Calculada como a soma de endividamento de curto prazo e longo prazo, menos disponibilidades e contas a receber de cartão de crédito líquido de antecipação.

EBITDA AJUSTADO (LAJIDA)

Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização e excluindo outras receitas/despesas operacionais e equivalência patrimonial.

FIRST ORDER PROFITABILITY

Rentabilidade do Primeiro Pedido: é a comparação da margem de contribuição no primeiro pedido de novos clientes com o Custo de Aquisição do Cliente (CAC).

GERAÇÃO (CONSUMO) DE CAIXA

Como forma de capturar todos os efeitos, a geração ou consumo de caixa é medida pela variação da dívida líquida em relação ao trimestre anterior, sempre desconsiderando eventuais recursos de operações de aumento de capital.

GMV (GROSS MERCHANDISE

VOLUME) Vendas de mercadorias próprias, vendas realizadas no Marketplace e outras receitas, antes dos cancelamentos e impostos. Exclui boletos não pagos.

GMV E-COMMERCE (GROSS MERCHANDISE VALUE)

Montante transacionado em R\$ em nosso site, incluindo os valores de 1P e 3P, antes dos cancelamentos e impostos. Exclui boletos não pagos

GMV TOTAL BRUTO

Montante transacionado em R\$ em nosso site e lojas, antes de cancelamentos e impostos. Exclui boletos não pagos.

GMV TOTAL LÍQUIDO

Montante transacionado em R\$ em nosso site e lojas, líquido de cancelamentos e bruto de impostos.

LEAD TIME

Tempo decorrido entre o princípio e o fim de um processo, ou, aquele permitido para que o processo se complete.

LUCRO BRUTO AJUSTADO

Lucro bruto excluindo os efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO I

Lucro bruto. Permite ver a contribuição de uma venda após a dedução do custo dos produtos vendidos.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO II

Lucro bruto após a dedução das despesas ligadas à logística (frete e pessoas de armazém) e aos meios de pagamento.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO III

Margem de contribuição II após deduzidas as despesas de marketing, despesas com pessoal de lojas e pessoal de pós-vendas.

MARKETPLACE OU 3P

Produtos de parceiros ("sellers") comercializados nas plataformas on-line.

PARTICIPAÇÃO MARKETPLACE

Vendas do Marketplace sobre o GMV consolidado total.

REVERSA

Produtos devolvidos por motivos diversos, como avarias ou apenas por decisão do cliente de devolver.

SAME DAY DELIVERY

Entrega no mesmo dia.

SELLER

Todos aqueles que vendem seus produtos no marketplace.

SELLERCENTER

Serviço disponível para que os sellers utilizem nosso marketplace para realizarem suas vendas.

VENDAS MESMAS LOJAS

Receita de lojas em operação há mais de doze meses.

Videoconferência de Resultados

11 DE MAIO DE 2022 (QUARTA-FEIRA)

EM PORTUGUÊS

15h00 - Horário de Brasília (BRT)

Para participantes no Brasil:

+55 11 4632 2237 | +55 11 4680 6788

+55 11 4700 9668 | +55 21 3958 7888

ID do webinar: 867 5288 4195

Senha: 875361

WEBCAST EM PORTUGUÊS, [CLIQUE AQUI](#)

EM INGLÊS (TRADUÇÃO SIMULTÂNEA)

14h00 - Horário de Nova York (EDT)

Para participantes nos EUA:

+1 346 248 7799 | +1 720 707 2699

+1 253 215 8782 | +1 301 715 8592

ID do webinar: 867 5288 4195

Senha: 875361

WEBCAST EM INGLÊS, [CLIQUE AQUI](#)

VICTOR PEREIRA NODA

Diretor Presidente (CEO)

MARIO CARLOS FERNANDES FILHO

Diretor de Operações e
Sistemas Logísticos (COO)

MARCELO RODRIGUES MARQUES

Diretor Financeiro (CFO)
e de Relações com Investidores (DRI)

FELIPE TAVARES DEL CHIARO

Gerente de Relações com Investidores (GRI)

**www.investors.mobly.com.br
ri@mobly.com.br**

AVISO LEGAL

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da Mobly são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das aprovações e licenças necessárias para homologação dos projetos, condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio. O presente relatório de desempenho inclui dados contábeis e não contábeis tais como, operacionais, financeiros pro forma e projeções com base na expectativa da Administração da Companhia. Os dados não contábeis não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.