

# MOBLY

Relatório da Administração  
dos Resultados

## Quarto trimestre e ano de 2021

**MBLY**

B3 LISTED NM

# Destaques do 4T21 e ano de 2021

**GMV:** com comparação desafiadora ao ano de 2020, o GMV Total do 4T21 apresentou leve queda de 4,5% em relação ao 4T20, mas quando comparado ao acumulado do ano 2021 x 2020 reportamos um crescimento de 6,4%, mostrando um crescimento consistente ao excluir o efeito não recorrente da pandemia. Na comparação do FY2021 versus FY2019, a alta foi de 67,6%.

**Receita operacional líquida:** atingimos crescimento no 4T21 e acumulado do ano 2021 na comparação com os mesmos períodos de 2020, sendo +4,4% vs 4T20 e + 19,6% vs. FY2020. Em relação ao resultado do FY2019, o crescimento foi de +77,2%.

**Margem Bruta:** mantivemos em linha com o histórico de resultados da Mobly, reportando 41,0% no 4T21 e 39,8% no acumulado de 2021, 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 significativa da Margem de Contribuição II no 4T21 e FY2021 .

**Margens de Contribuição II e III:** ambas continuaram apresentando crescimento em relação a receita líquida na comparação com o 4T20 (+5,7 p.p. e +5,2 p.p.) e com o acumulado de 2020 (+3,2 p.p. e +0,4 p.p.). Quando comparadas aos mesmos períodos de 2019 apresentaram crescimento de +3,4 p.p. e +2,4 p.p. vs. 4T19, e, +2,9 p.p. e +1,7 p.p. vs. FY2019.

**EBITDA Ajustado:** fechamos o 4T21 com resultado positivo em R\$1.8 milhões, e o acumulado do ano em R\$9,8 milhões negativos, conforme planos do IPO e expectativa da Companhia.

**Novas Lojas:** no 4T21 foram inauguradas 3 novas *Megastores* e uma loja no novo modelo *Store in Store*, totalizando 8 novas lojas físicas em 2021. Além dessas, mais 5 lojas já foram inauguradas nos primeiros meses de 2022.

**Centros de Distribuição:** no 4T21 foi inaugurado o novo Centro de Distribuição em Pernambuco, em conjunto com a inauguração do novo armazém em Cajamar, realizada no decorrer do ano de 2021.

**First Order Profitability:** no acumulado do ano de 2021 a Mobly aumentou os gastos com marketing e vendas, no entanto, mantivemos a lucratividade do primeiro pedido em 1,1x.

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Prezados(as) Senhores(as),

Com muito orgulho a seguir apresentaremos nossas realizações e resultados referentes ao ano de 2021, um ano marcante na história da Mobly.

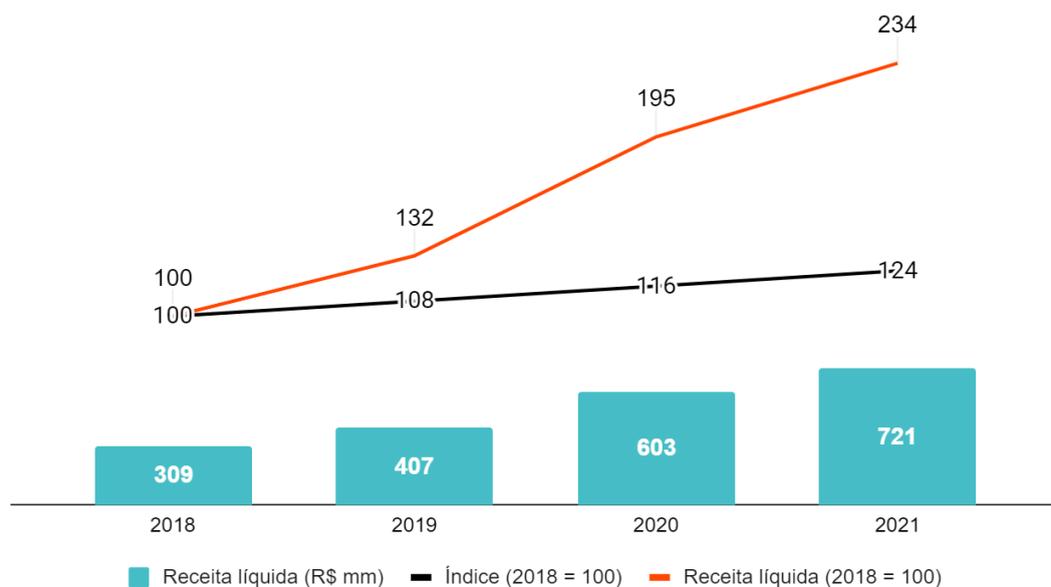
Em 2021 a Companhia completou 10 anos de existência, ano marcado pela abertura de capital da Companhia e intensificação de seu processo de expansão com a abertura de novas lojas físicas, centros de distribuição, aprimoramento de seus sistemas e tecnologias, fortalecimento financeiro, além do mais importante, a melhoria no atendimento e satisfação de nossos clientes.

Dessa forma, a Companhia vem se fortalecendo, superando obstáculos e demonstrando que está pronta para os próximos desafios.

A multicanalidade característica da Mobly permanece nos proporcionando uma base sólida para o crescimento e expansão da marca, mesmo diante de cenários desafiadores, resultando na continuidade do plano de crescimento da Companhia.

Apesar de 2021 ter sido um ano muito desafiador, com comparáveis difíceis em relação ao ano de 2020 e um cenário macroeconômico adverso, com a alta da inflação que vem impactando negativamente o poder de compra da população brasileira e afetando os preços das matérias-primas do setor, e a queda na demanda, a Mobly continua superando o mercado.

### Crescimento do Mercado de Móveis versus Receita Líquida Operacional (em R\$ milhões)



**Índice (2018=100):** Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo as atividades de divulgação - Móveis.

De acordo com o gráfico apresentado acima, na comparação entre a evolução da receita líquida da Mobly com a Pesquisa Mensal de Comércio, desenvolvida pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), nos últimos 4 anos nossos resultados continuam reportando crescimento acima da média do setor de móveis brasileiro.

Ainda, segundo o IBGE, a inflação de móveis no ano de 2021 registrou variação de 15,7% no comparativo com 2020, ano em que havia sido registrado variação negativa de 3,20%. Artigos de residência tiveram variação acumulada no ano de 2021 de 12,07%, a terceira maior variação entre os grupos do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).

Utilizando-se das negociações de antecipação de pagamentos aos fornecedores, recurso este que gera a Mobly descontos nos produtos comprados, foi possível no primeiro semestre de 2021 não repassarmos todo o aumento de preços ao consumidor final para nos mantermos competitivos com o mercado. Contudo, para mantermos uma margem saudável iniciamos o repasse dos aumentos de preços aos nossos produtos durante o 3T21, e estes já foram finalizados até o final do ano de 2021.

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.

## RETROSPECTIVA 2021

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, parte dos recursos captados já foram investidos nas seguintes iniciativas:

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

No ano de 2021, realizamos o pagamento de nossas linhas de crédito e encerramos a nossa operação de antecipação de recebíveis de cartão de crédito, gerando economia em juros pagos e aumento nas contas a receber, de acordo com o planejado pela Companhia, que já atingiram R\$155,4 milhões no final do ano de 2021.

Em fevereiro de 2022 completamos um ano sem exercer a antecipação de recebíveis dos cartões de crédito, atingindo assim nosso patamar normal de recebíveis. Estes, somados ao caixa dos recursos provenientes da abertura de capital proporcionarão um capital de giro saudável para o ano de 2022.

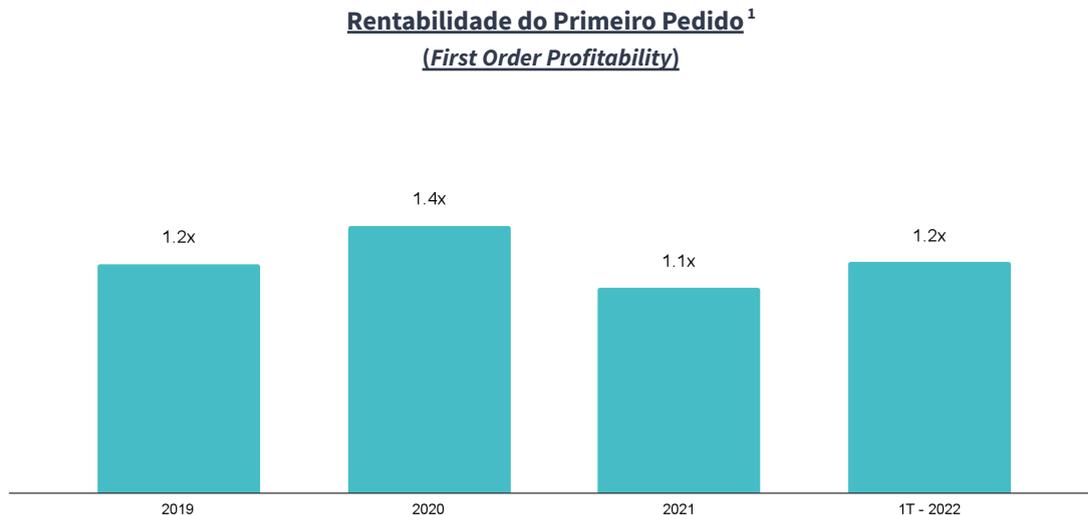
Outra iniciativa já em execução é o *vendor financing*, ou seja, a antecipação de pagamentos a fornecedores em troca de ganho comercial, resultando na melhora do custo do produto vendido. Os primeiros resultados desta ação, iniciada no 1T21, começaram a se materializar apenas no segundo trimestre de 2021, devido ao *lead time* até a entrega aos clientes dos

produtos negociados, sendo que no decorrer do ano de 2021 contamos a contribuição na melhora das margens.

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

Permanecemos com os investimentos em marketing e publicidade que, apesar das reduções pontuais de investimentos realizadas nos últimos trimestres de 2021, devido à queda nas buscas on-line por móveis e decoração, apresentaram um aumento de 48,2% em comparação com o acumulado do ano anterior. Mesmo com a momentânea redução desses investimentos continuamos identificando os resultados do capital empregado.

Esse balanceamento nos investimentos em marketing e publicidade permitiu à Mobly continuar operando com *First Order Profitability*<sup>1</sup> 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:

### ➤ 8 Novas lojas físicas inauguradas em 2021:

- 4 *Megastores*: Campinas/SP, Região do ABC/SP, São Paulo/SP e Ribeirão Preto/SP.
- 2 *Outlets*: Jundiaí/SP e Carapicuíba/SP.
- 2 Lojas Zip: São Paulo/SP e Barueri/SP (novo modelo de loja *Store in Store*).

<sup>1</sup> *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).

### ➤ **Centros de distribuição:**

- *Hub* Logístico de MoblyLog em Belo Horizonte/MG.
- Centro de Distribuição em Cabo de Santo Agostinho/PE.
- Unificação dos dois Centros de Distribuição do estado de São Paulo em apenas um localizado em Cajamar/SP.

### ➤ **Desenvolvimento de tecnologia da informação interna e proprietária:**

- Concluímos 100% das contratações para todas as posições que foram abertas inicialmente, além da abertura de novas vagas e contratações adicionais.
- Implementamos o novo Sistema de Gestão de Estoque, o qual consiste na integração do Controle de Estoque em todos os nossos sistemas.

## **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**

Oferecemos aos clientes uma seleção ampla e relevante de produtos *Home & Living*, a qual buscamos aumentar cada vez mais e já consiste atualmente em aproximadamente 275 mil SKUs<sup>2</sup> para todos os gostos, estilos e orçamentos. Além de estarmos sempre gerenciando de forma minuciosa o equilíbrio entre marcas próprias e produtos de terceiros, que corresponderam a 45% e 55%, respectivamente, da nossa receita líquida no acumulado do ano de 2021.

A Mobly está sempre monitorando novos SKUs e fornecedores, bem como desenvolvendo novos produtos exclusivos para ampliar a linha e criar um sortimento diferenciado para seus clientes a fim de aumentar as vendas e margens. Como exemplo disso, os mais de 120 mil produtos lançados em 2021 representaram 7,7% do GMV do 4T21 da Mobly.

### **Preços Competitivos**

Com o objetivo de sempre oferecermos preços competitivos com as melhores margens, no 4T21 mantivemos as negociações com nossos fornecedores, e conseguimos fechar o trimestre com 31,3% dos fornecedores nacionais (excluindo fornecedores de beneficiamento e importados) já trabalhando com pagamentos antecipados em troca de custos mais atrativos.

<sup>2</sup> Unidade de Manutenção de Estoque - *Stock Keeping Unit* - em 28 de fevereiro de 2022.

Importante ressaltar que grande parte das negociações focadas nas campanhas de *Black Friday* e final de ano ocorreram sem a necessidade de antecipação de pagamentos, pois 66% do faturamento dos fornecedores nacionais foi negociado com custo promocional ao longo do período.

## Entrega Rápida e Conveniente

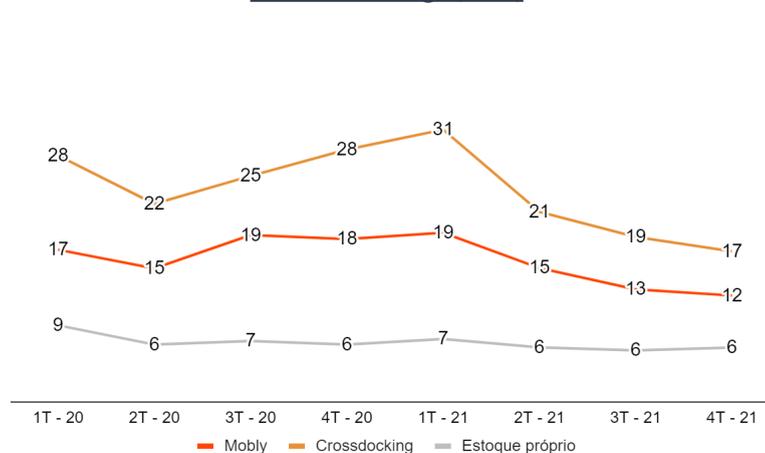
Trabalhamos para tornar as compras de *Home & Living* as mais convenientes possíveis, permitindo que os clientes acessem nossos sites e aplicativo de onde quer que estejam, sempre que quiserem, e possuindo a confiança de que seus pedidos serão entregues de maneira rápida.

Buscando sempre reduzir os prazos de entrega para os nossos consumidores, em 2021, realizamos a migração e unificação dos centros de distribuição de Itupeva (SP) e Barueri (SP) para um novo CD em Cajamar (SP), além das inaugurações do Hub Logístico de MoblyLog em Belo Horizonte/MG e do Centro de Distribuição em Cabo de Santo Agostinho/PE.

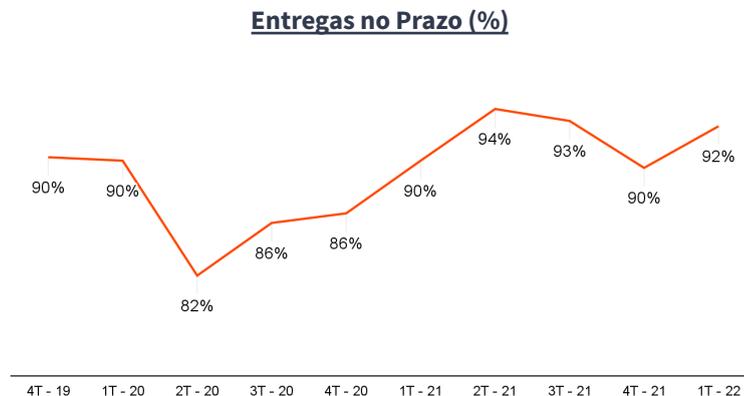
Somados aos centros de distribuição de Extrema (MG) e Garuva (SC), a Mobly totalizou cinco CDs/hub, e com isso, atualmente, aproximadamente 56% das vendas são entregues em até 6 dias (conforme média Brasil em 2021). Além dos CDs, nossas lojas físicas também auxiliam no processo, oferecendo milhares de produtos disponíveis para retirada aos clientes, assumindo um papel importante em nossa estratégia de distribuição.

Atualizando as informações já comunicadas anteriormente, a partir de janeiro de 2020, após negociações com fornecedores e transportadoras, crescimento da MoblyLog, aumento nas integrações de estoques com nossos fornecedores e ganhos de eficiência nos centros de distribuição, continuamos com a redução nos prazos de entrega e já atingimos os menores prazos desde então, seja em itens de estoque próprio ou itens de terceiros.

### Prazo de Entrega (Dias)



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

Através de investimentos em tecnologia, continuamos aprimorando nossas plataformas de vendas, procurando oferecer uma experiência de compra diferenciada no on-line e em showrooms para os nossos clientes, refletindo o fato de que os produtos para *Home & Living* são comprados com base no visual.

Nosso forte posicionamento de mercado é evidenciado por um total de mais de 312 mil pedidos apenas no quarto trimestre de 2021, totalizando 1,3 milhão de pedidos nos doze meses de 2021.

Em constante busca de opções e facilidades para nossos clientes, no terceiro trimestre de 2021 disponibilizamos a opção de pagamento via Pix<sup>3</sup> para compras on-line e em nossas lojas físicas, e com isso já contamos com vantagens como recebimentos imediatos dos pagamentos, maior controle do fluxo de caixa, mais segurança reduzindo os riscos de fraude, uma gama mais ampla de meios de pagamento para escolha de nossos clientes, e vantagem competitiva, pois descontos podem ser oferecidos com o pagamento à vista.

## 2022 E PRÓXIMOS PASSOS

Sempre com foco em nossos clientes, transformando a maneira como os consumidores adquirem bens para as suas residências e oferecendo uma experiência de compra com omnicanalidade.

<sup>3</sup> Pix é o meio de pagamento criado pelo Banco Central (BC) brasileiro em que os recursos são transferidos entre contas instantaneamente, a qualquer hora ou dia. O Pix pode ser realizado a partir de uma conta corrente, conta poupança ou conta de pagamento pré-paga.

A seguir nossas novas iniciativas já realizadas e em andamento em 2022:

- **Serviços financeiros:**

- Cartão Private Label
- Boleto Parcelado em lojas físicas.
- Garantia estendida.

- **Novas Megastores:**

- Cidade de São Paulo/SP - Bairro Villa Lobos - **já inaugurada**
- Cidade de Ribeirão Preto/SP - **já inaugurada**
- 2 novas já **em construção**.

- **Novos Outlets:**

- Cidade de Araçatuba/SP (modelo *Store in Store*) - **já inaugurada**  
Realizamos a abertura de nossa segunda loja no modelo *Store in Store* desta vez dentro da Liquidado Outlet. O novo modelo de negócio consiste em um *showroom* exclusivo, onde as marcas se complementam, proporcionando ao cliente mais opções.
- 2 novos já **em construção**.

- **Novas Lojas Zip:**

- Cidade de São Paulo/SP - Bairro Vila Prudente - **já inaugurada**
- Cidade de Suzano/SP (modelo *Guide Shop*) - **já inaugurada**  
A primeira loja implementada no novo modelo *Guide Shop*, o qual consiste em lojas com espaços físicos menores, priorizando o atendimento de qualidade ao consumidor, proporcionando rapidez e eficiência no esclarecimento de dúvidas, visando propiciar uma “excelente experiência de compra ao consumidor”, além de contribuir para que a Mobly adquira capilaridade nas regiões e cidades que não comportam lojas maiores, fortalecendo a expansão da marca de forma mais ágil e consistente.
- Cidade de Indaiatuba/SP - **já inaugurada**
- 2 novas já **em construção**.

- **Novidades:**

- Nova marca: LEX - a Mobly avança no universo *gamer*, com a nova marca LEX, focada em cadeiras *gamers* de alta performance, ergonomia e design exclusivo. Os produtos são produzidos com nylon e metal e estão disponíveis em cores diversas, que combinam com os games e ambiente de jogos. Além disso, as cadeiras são confortáveis, com regulagem de altura e giratórias. O mercado de produtos *gamers* está aquecido desde 2020 e em constante processo de inovação. A Mobly acompanhou o ritmo e disponibilizou itens próprios, desenvolvidos para tornar a experiência dos

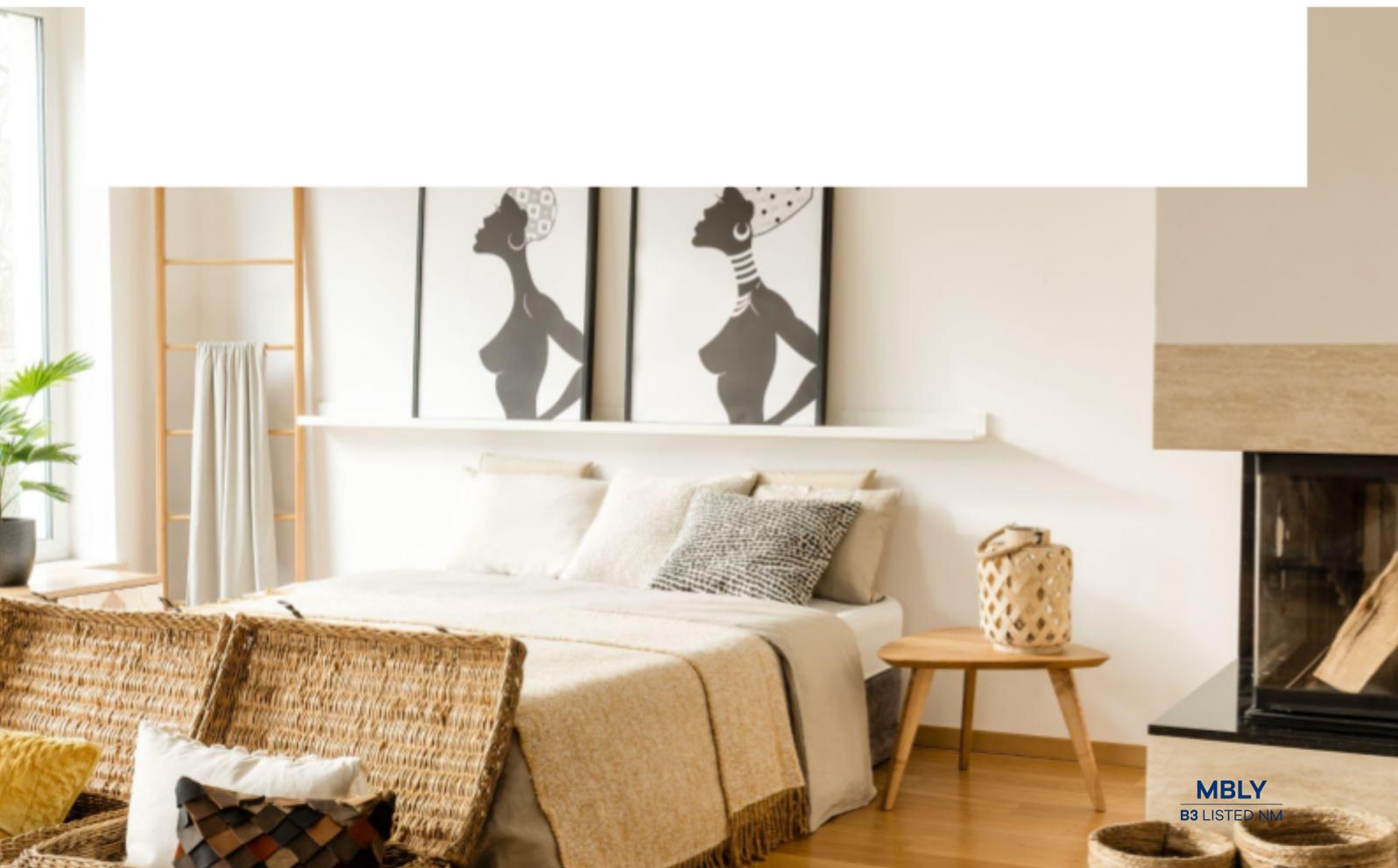
jogadores mais agradável e confortável, além de contar com produtos únicos. As cadeiras podem ser encontradas acessando a página da marca LEX dentro do site da Mobly, no app e também nas lojas físicas.

- **Nova marca: KEVA** - lançamos nossa nova marca própria de decoração. São itens disponíveis para diversos ambientes, como quartos, áreas externas, escritório, salas de jantar e estar, com diversas opções. A nova marca conta com design autoral, que só pode ser encontrado no website, aplicativo e lojas físicas. A ideia por trás do lançamento é trazer uma linha autoral e que possibilite ao cliente complementar seus ambientes de forma econômica, mas com a qualidade e estilo que a Mobly proporciona em seus produtos.

Estamos cientes de que o ano de 2022 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 iniciamos 2022 preparados para os desafios e dando continuidade aos planos em execução. Estamos reduzindo muito os prazos de entrega, aumentamos a disponibilidade dos estoques, implementamos PIX, como opção de pagamento, lançaremos novas lojas em novas regiões do Brasil, e trabalharemos forte com estratégias de *phygital*.

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)	4T21	4T20	4T19	4T21 x 4T20	4T21 x 4T19	2021	2020	2019	2021 x 2020	2021 x 2019
<b>GMV *</b>	<b>253,6</b>	<b>265,5</b>	<b>195,8</b>	<b>-4,5%</b>	<b>29,5%</b>	<b>1.010,8</b>	<b>950,3</b>	<b>603,1</b>	<b>6,4%</b>	<b>67,6%</b>
<b>Receita operacional líquida</b>	<b>190,4</b>	<b>182,4</b>	<b>127,2</b>	<b>4,4%</b>	<b>49,7%</b>	<b>721,4</b>	<b>603,1</b>	<b>407,0</b>	<b>19,6%</b>	<b>77,2%</b>
(-) Custo dos produtos vendidos	(112,3)	(113,2)	(74,8)	-0,8%	50,1%	(434,3)	(361,5)	(241,0)	20,1%	80,2%
<b>(=) Lucro Bruto</b>	<b>78,1</b>	<b>69,2</b>	<b>52,4</b>	<b>13,0%</b>	<b>49,1%</b>	<b>287,1</b>	<b>241,6</b>	<b>166,0</b>	<b>18,8%</b>	<b>73,0%</b>
% da Receita Líquida	41,0%	37,9%	41,2%	3,1 pp	(0,2) pp	39,8%	40,1%	40,8%	(0,3) pp	(1,0) pp
(-) Custos logísticos	(25,3)	(28,9)	(21,5)	-12,7%	17,7%	(97,8)	(102,5)	(71,0)	-4,6%	37,7%
% da Receita Líquida	(13,3%)	(15,9%)	(16,9%)	2,6 pp	3,6 pp	(13,6%)	(17,0%)	(17,4%)	3,4 pp	3,9 pp
<b>(=) Margem de Contribuição II</b>	<b>52,8</b>	<b>40,2</b>	<b>30,9</b>	<b>31,4%</b>	<b>70,9%</b>	<b>189,3</b>	<b>139,1</b>	<b>95,0</b>	<b>36,1%</b>	<b>99,3%</b>
% da Receita Líquida	27,8%	22,1%	24,3%	5,7 pp	3,4 pp	26,2%	23,1%	23,3%	3,2 pp	2,9 pp
(-) Mkt & despesas c/ vendas	(26,7)	(24,7)	(16,5)	7,9%	61,6%	(103,8)	(70,0)	(53,7)	48,2%	93,3%
% da Receita Líquida	(14,0%)	(13,6%)	(13,0%)	(0,5) pp	(1,0) pp	(14,4%)	(11,6%)	(13,2%)	(2,8) pp	(1,2) pp
<b>(=) Margem de Contribuição III</b>	<b>26,1</b>	<b>15,5</b>	<b>14,4</b>	<b>69,0%</b>	<b>81,6%</b>	<b>85,6</b>	<b>69,1</b>	<b>41,3</b>	<b>23,9%</b>	<b>107,1%</b>
% da Receita Líquida	13,7%	8,5%	11,3%	5,2 pp	2,4 pp	11,9%	11,5%	10,2%	0,4 pp	1,7 pp
Pessoal administrativo	(10,8)	(10,0)	(9,1)	7,6%	18,4%	(41,9)	(32,8)	(31,8)	27,8%	31,8%
% da Receita Líquida	(5,7%)	(5,5%)	(7,1%)	(0,2) pp	1,5 pp	(5,8%)	(5,4%)	(7,8%)	(0,4) pp	2,0 pp
Despesas operacionais	(13,6)	(15,7)	3,5	-13,6%	-493,4%	(53,4)	(32,2)	(16,6)	66,0%	222,0%
% da Receita Líquida	(7,1%)	(8,6%)	2,7%	1,5 pp	(9,9) pp	(7,4%)	(5,3%)	(4,1%)	(2,1) pp	(3,3) pp
<b>(=) EBITDA Ajustado</b>	<b>1,8</b>	<b>(6,4)</b>	<b>8,8</b>	<b>-127,9%</b>	<b>-79,8%</b>	<b>(9,8)</b>	<b>7,9</b>	<b>(7,1)</b>	<b>-223,4%</b>	<b>38,1%</b>
% da Receita Líquida	0,9%	(3,5%)	6,9%	4,4 pp	(6,0) pp	(1,4%)	1,3%	(1,7%)	(2,7) pp	0,4 pp
<b>(=) EBITDA</b>	<b>1,6</b>	<b>(10,2)</b>	<b>8,8</b>	<b>-115,5%</b>	<b>-82,0%</b>	<b>(31,0)</b>	<b>4,1</b>	<b>(7,1)</b>	<b>-857,5%</b>	<b>338,2%</b>
% da Receita Líquida	0,8%	(5,6%)	6,9%	6,4 pp	(6,1) pp	(4,3%)	0,7%	(1,7%)	(5,0) pp	(2,6) pp
(-) D&A	(15,6)	(7,2)	(5,7)	117,2%	173,9%	(46,6)	(25,8)	(19,2)	80,9%	143,3%
<b>(=) EBIT</b>	<b>(14,0)</b>	<b>(17,3)</b>	<b>3,1</b>	<b>-19,3%</b>	<b>-555,5%</b>	<b>(77,6)</b>	<b>(21,7)</b>	<b>(26,2)</b>	<b>258,0%</b>	<b>195,9%</b>
% da Receita Líquida	(7,3%)	(9,5%)	2,4%	2,2 pp	(9,8) pp	(10,8%)	(3,6%)	(6,4%)	(7,2) pp	(4,3) pp
<b>Resultado financeiro, líquido</b>	<b>(2,7)</b>	<b>(6,4)</b>	<b>(2,5)</b>	<b>-58,4%</b>	<b>8,0%</b>	<b>(7,2)</b>	<b>(18,6)</b>	<b>(12,0)</b>	<b>-61,2%</b>	<b>-40,0%</b>
<b>(=) Lucro/prejuízo do exercício</b>	<b>(16,6)</b>	<b>(23,7)</b>	<b>0,6</b>	<b>-29,8%</b>	<b>-2806,5%</b>	<b>(84,8)</b>	<b>(40,3)</b>	<b>(38,2)</b>	<b>110,6%</b>	<b>121,8%</b>
% da Receita Líquida	(8,7%)	(13,0%)	0,5%	4,3 pp	(9,2) pp	(11,8%)	(6,7%)	(9,4%)	(5,1) pp	(2,4) pp

\*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)	4T21	4T20	4T19	4T21 x 4T20	4T21 x 4T19	2021	2020	2019	2021 x 2020	2021 x 2019
<b>Website</b>	84,2	144,4	103,2	-41,7%	-18,5%	449,7	518,7	342,1	-13,3%	31,5%
<b>Marketplace</b>	104,3	72,5	53,9	43,8%	93,6%	334,1	278,6	157,1	19,9%	112,7%
<b>Lojas</b>	51,2	32,3	27,2	58,4%	87,9%	160,7	89,2	67,6	80,1%	137,8%
<b>Sellercenter</b>	14,0	16,3	11,4	-14,5%	22,0%	66,3	63,7	36,3	4,0%	82,5%
<b>GMV</b>	<b>253,6</b>	<b>265,5</b>	<b>195,8</b>	<b>-4,5%</b>	<b>29,5%</b>	<b>1.010,8</b>	<b>950,3</b>	<b>603,1</b>	<b>6,4%</b>	<b>67,6%</b>

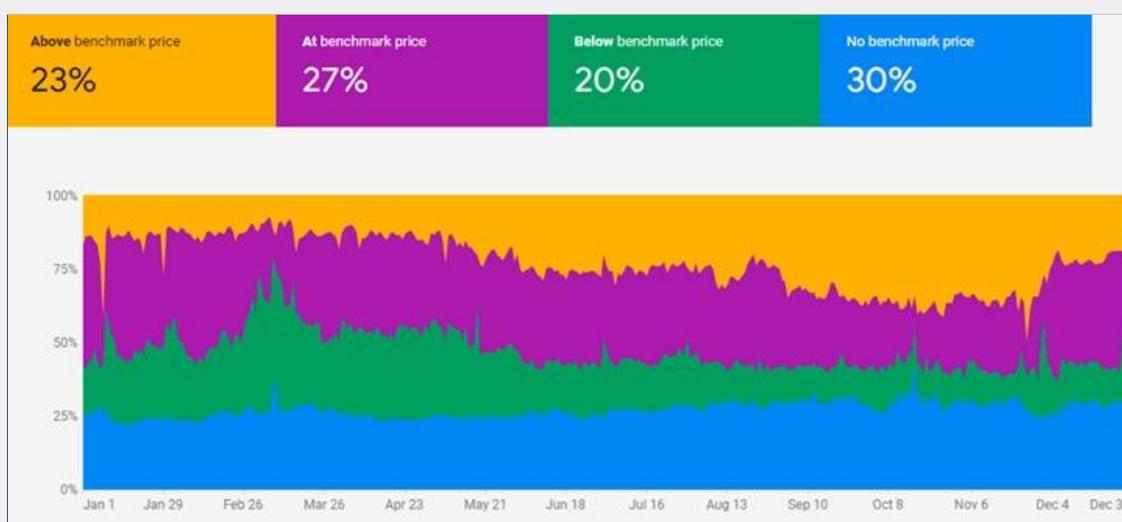
Mesmo diante de tal cenário descrito anteriormente, no 4T21 a Mobly apresentou apenas leve queda de 4,5% em comparação ao mesmo período do ano anterior, ano atípico para o setor. Contudo, levando em conta o mesmo período de 2019, reportamos um crescimento de 29,5%.

Já na comparação com o acumulado do ano de 2020 reportamos crescimento de 6,4% e crescimento de 67,6% na comparação com o ano de 2019.

Os resultados positivos das lojas e *outlets* nos possibilitaram um crescimento de GMV das nossas lojas físicas no 4T21 de 58,4% em comparação com o mesmo período do ano anterior, e no comparativo entre os acumulados dos anos de 2021 e 2020, a Mobly atingiu um crescimento de 80,1%.

Seguindo o reportado à partir do 2T21, em contrapartida ao crescimento das vendas das lojas físicas, as vendas em nosso website sofreram queda em relação ao ano de 2020, devido à esperada redução no volume de buscas por produtos de *Home & Living* na internet. Ainda assim, quando comparamos o GMV de nosso website no acumulado do ano de 2021 versus 2019, período pré-pandemia, verificamos um crescimento de 31,5%.

Apenas reforçando a análise já divulgada em relatórios anteriores sobre os resultados dos GMVs de nosso website e *marketplaces*, e considerando também os relatórios fornecidos pelo Google sobre as variações dos preços de nossos produtos perante nossos pares, notamos que os maiores *marketplaces* do mercado de e-commerce do Brasil, durante o ano de 2021, travaram forte disputa por *market share*, promovendo campanhas extremamente agressivas de descontos, inclusive sobre os nossos produtos, o que acabou direcionando nossos consumidores para os *marketplaces* que utilizamos com preços menores subsidiados pelos próprios.



Fonte: Google Analytics

Esta disputa por *market share* travada entre os maiores *marketplaces* também resultou em um encarecimento relevante do marketing digital para todo o mercado, elevando o “custo por clique” para publicidade das campanhas on-line além do custo de aquisição de clientes, então, tendo em vista a elevação significativa nestes investimentos, a Mobly optou pela estratégia de reduzir o investimento em marketing (-11,1% na comparação do 4T21 versus 3T21) buscando aumentar a eficiência de aquisição de clientes, o que impactou no faturamento do canal Webshop.

Entretanto, comprovando nossa estratégia de omnicidade de vendas em variados canais, verificamos que as vendas através dos nossos *marketplaces* parceiros reportaram crescimentos expressivos de 43,8% e 19,9% quando comparados ao 4T20 e acumulado do ano de 2020, respectivamente.

## RECEITA LÍQUIDA

No 4T21 a Mobly atingiu uma receita operacional líquida de R\$190,4 milhões, que representa um crescimento de 4,4% em comparação com o mesmo período de 2020, que foi de R\$182,4 milhões.

No período de doze meses findo em 31 de dezembro de 2021, a receita operacional líquida da Companhia aumentou 19,6%, passando de R\$603,1 milhões no acumulado do ano de 2020 para R\$721,4 milhões em 2021.

É válido comentar também que nossas receitas aumentaram a um CAGR (Compound Annual Growth Rate, ou taxa anual composta de crescimento) de 33% entre 2019 e 2021, partindo de R\$407 milhões em 2019 para R\$721 milhões em 2021.

Na tabela apresentada acima, pode-se observar que no 4T21 a receita operacional líquida teve um crescimento de 4,4% em comparação com o mesmo período do ano anterior, enquanto o GMV apresentou leve queda de 4,5%. Esse descasamento deu-se principalmente em virtude dos efeitos no 4T21, pelo menor prazo de entrega atingido no trimestre, quando comparado ao mesmo período do ano passado, e com isso um reconhecimento mais rápido da receita.

## LUCRO BRUTO

A comparação do lucro bruto do 4T21 com aquele reportado no 4T20 representa um ganho de 13,0%, sendo que os resultados para o 4T20 e 4T21 foram, respectivamente, R\$69,2 milhões e R\$78,1 milhões, e margem bruta de 37,9% e 41,0%, ganho de 3,1 p.p.

No período de doze meses findo em 31 de dezembro de 2021, o lucro bruto da Companhia aumentou 18,8%, passando de R\$241,6 milhões no acumulado de 2020 para R\$287,1 milhões em 2021, e margem bruta de 40,1% em 2020 e 39,8%, leve queda de 0,3 p.p..

Mesmo diante dos desafios do ano de 2021, conseguimos uma retomada no ganho de margem bruta quando comparado com os 2T21 e 3T21.

Conforme citado anteriormente, dois fatores principais atingiram a margem bruta dos resultados consolidados de 2021, que foram os aumentos na indústria que repassaram a alta nos preços das matérias-primas, como chapa de madeira, metal e espuma, e o aumento de promoções nos marketplaces parceiros, pois, geralmente, quando estes concedem descontos, uma parte do desconto é também subsidiada pela Mobly.

A partir do início do 3T21 começamos a repassar aos preços de nossos produtos, todos os novos reajustes que foram anunciados e aplicados pela indústria à Mobly, e estes repasses já foram finalizados até o final do ano de 2021. Apenas ressaltando que estes foram repassados em momentos oportunos para que nossos preços finais não fossem afetados de forma abrupta, afetando a percepção dos clientes quanto à nossa atratividade de preços. Outro fator que influenciou nossa margem no acumulado do ano de 2021 foi o aumento no estoque de devoluções/reversas no primeiro semestre, acarretando em provisões para perdas futuras, mas a partir do 3T21 começamos a reduzir esse volume, através de diversas medidas para a prevenção das avarias e recuperação de produtos, além de estarmos conseguindo realizar as vendas através dos nossos outlets próprios e parceiros.

## 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 12,7%, atingindo R\$25,3 milhões no 4T21, comparado a R\$28,9 milhões no mesmo período de 2020.

No acumulado do ano de 2021 os custos logísticos da Companhia também foram reduzidos quando comparados ao ano anterior, -4,6% na comparação dos R\$102,5 milhões em 2020 com R\$97,8 milhões no ano de 2021, o qual representou em uma melhora de 3,4p.p. em relação à receita líquida, 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 aumentaram 7,9%, atingindo R\$26,7 milhões no 4T21, comparado a R\$24,7 milhões no mesmo período de 2020.

No acumulado do ano de 2021 tais despesas aumentaram 48,2%, registrando R\$103,8 milhões comparado a R\$70,0 milhões no ano de 2020.

Esse crescimento das despesas com marketing segue em linha com os planos da Companhia divulgados em seu processo de IPO, em busca da expansão e consolidação de sua marca, atingindo nossa rentabilidade na primeira compra em 1,1x., e o aumento nos custos com pessoal de vendas deve-se principalmente à abertura de novas lojas.

A abertura de novas lojas está nos proporcionando também 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. 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 aumentaram 7,6%, no comparativo entre o 4T21 e o 4T20, e no acumulado do ano de 2021 tais despesas aumentaram 27,8%, comparado ao ano de 2020, porém uma leve variação negativa de 0,4p.p. em relação à receita líquida.

Já as despesas operacionais registraram queda de 13,6%, no comparativo entre o 4T21 e o 4T20, enquanto no acumulado do ano de 2021 tais despesas aumentaram em 66,0%, comparado ao ano de 2020, porém um impacto de apenas de 2,1p.p. em relação à receita líquida.

O principal fator que contribuiu com o aumento nas despesas com pessoal no ano de 2021 foram as novas contratações de funcionários para a área de TI, que já estavam planejadas desde a abertura de capital da Companhia.

Já as outras despesas gerais e administrativas que se destacaram no ano de 2021 foram os outros gastos relacionados às novas lojas, novos centros de distribuição e ao novo *hub* logístico (exemplo: aluguel, segurança, IPTU, entre outros).

Vale destacar também que no ano de 2021 a despesa com AWS<sup>4</sup>, que anteriormente era paga por nossa controladora, home24, passou a ser paga pela Mobly, totalizando R\$5,7 milhões no acumulado do ano de 2021.

### **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.

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 e pessoal administrativo).

Conforme destacado anteriormente neste relatório, os 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 27,8% das Vendas Líquidas no 4T21 (+ 5,7 p.p. Vs. 4T20) e 26,2% em 2021 (+3,2 p.p. Vs. 2020).

E sobre o efeito na Margem de Contribuição III em relação à receita líquida, mesmo com o aumento das despesas em marketing e vendas, atingimos melhora de 5,2 p.p. e 0,4 p.p. quando comparamos ao 4T20 e 2020, respectivamente.

### **EBITDA**

A comparação do EBITDA do 4T21 com aquele reportado no 4T20 representa uma melhora de 115,5%, sendo que os resultados do 4T21 e 4T20 foram, respectivamente, de um EBITDA positivo de R\$1,6 milhão contra um negativo de R\$10,2 milhões, e margem EBITDA de +0,8% e -5,6%, ganho de 6,4 p.p..

No período de doze meses findo em 31 de dezembro de 2021, o EBITDA da Mobly registrou uma variação negativa de 857,5%, revertendo um EBITDA positivo de R\$4,1 milhões no acumulado de 2020 para um EBITDA

<sup>4</sup> AWS (Amazon Web Services) é uma plataforma de serviços de computação em nuvem oferecida pela Amazon.com.

negativo de R\$31,0 milhões no mesmo período de 2021, com margens de 0,7% em 2020 e -4,3% em 2021, resultando em queda de 5,0 p.p..

Apenas ressaltamos que a queda no EBITDA no acumulado do ano estava nas expectativas da Companhia, de acordo com seus planos de crescimento traçados na abertura de capital.

### **EBITDA AJUSTADO**

O EBITDA ajustado retira os itens não-recorrentes no período do EBITDA. Para o 4T21 foram considerados e excluídos R\$0,2 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 4T21 com aquele reportado no 4T20 representa uma melhora de 127,9%, sendo que os resultados do 4T21 e 4T20 foram, respectivamente, de um EBITDA Ajustado positivo de R\$1,8 milhão contra um negativo de R\$6,4 milhões, e margem EBITDA Ajustado de 0,9% e -3,5%, crescimento de 4,4 p.p..

No período de doze meses findo em 31 de dezembro de 2021, o EBITDA Ajustado da Mobly registrou uma variação negativa de 223,4%, revertendo um EBITDA Ajustado positivo de R\$7,9 milhões no acumulado de 2020 para um EBITDA negativo de R\$9,8 milhões no mesmo período de 2021, com margens de 1,3% em 2020 e -1,4% em 2021, resultando queda de 2,7 p.p.

### **RESULTADO FINANCEIRO, LÍQUIDO**

Na comparação do resultado financeiro líquido do 4T21 com 4T20, foi registrada uma variação positiva de 58,4%, onde no 4T20 esse valor foi negativo de R\$6,4 milhões contra o negativo de R\$2,7 milhão no 4T21.

Para a comparação do acumulado dos anos de 2021 e 2020, o resultado financeiro líquido também registrou variação positiva, +61,2% originada dos valores negativos reportados de R\$18,6 milhões e R\$7,2 milhões em 2020 e 2021, respectivamente.

### **LUCRO (PREJUÍZO) DO EXERCÍCIO**

No 4T21 a Companhia apresentou prejuízo líquido de R\$16,6 milhões contra um prejuízo líquido de R\$23,7 milhões no 4T20, redução de 29,8%, e no comparativo do acumulado dos anos de 2021 e 2020 foi reportado um aumento de 110,6% no prejuízo líquido, sendo que passou de prejuízo líquido de R\$40,3 milhões no período de doze meses findo em 31 de dezembro de 2020 para um prejuízo líquido de R\$84,8 milhões no mesmo período em 2021, em razão das variações apresentadas anteriormente neste relatório.

Os principais fatores que impactaram na piora do prejuízo do exercício de 2021 foram os novos custos com depreciação e amortização das novas lojas abertas em 2021 e do novo armazém de Cajamar/SP que totalizaram R\$ 48,1 milhões versus R\$ 25,8 milhões em 2020 e o pagamento de eventos não recorrentes como custos com a abertura de capital e o plano de opções de ações que totalizaram R\$ 21,2 milhões em 2021 versus R\$ 3,8 milhões em 2020.

## 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 quarto trimestre de 2021 seus investimentos em CAPEX totalizaram R\$30,1 milhões, dos quais aproximadamente R\$22,1 milhões foram destinados para lojas e centros de distribuição, R\$7,3 milhões para tecnologia e softwares e R\$0,7 milhão para os demais ativos.

Somados aos demais investimentos realizados durante o ano de 2021 os investimentos em CAPEX totalizaram R\$77,9 milhões, dos quais aproximadamente R\$54,8 milhões foram destinados para lojas e centros de distribuição, R\$20,7 milhões para tecnologia e softwares e R\$2,4 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 dezembro de 2021 e 2020; e (b) revisaram, discutiram e concordaram com o relatório apresentado no parecer de auditoria da KPMG Auditores Independentes, emitido em 22 de março de 2022, sobre as demonstrações financeiras relativas aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2021 e 2020.

## 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)	4T21	4T20	4T19	4T21 x 4T20	4T21 x 4T19	2021	2020	2019	2021 x 2020	2021 x 2019
Receita operacional líquida	190.383	182.352	127.193	4,4%	49,7%	721.391	603.105	407.001	19,6%	48,2%
Custo dos produtos vendidos	(112.265)	(113.196)	(74.807)	-0,8%	50,1%	(434.316)	(361.537)	(241.021)	20,1%	50,0%
<b>Lucro bruto</b>	<b>78.118</b>	<b>69.156</b>	<b>52.386</b>	<b>13,0%</b>	<b>49,1%</b>	<b>287.075</b>	<b>241.568</b>	<b>165.980</b>	<b>18,8%</b>	<b>45,5%</b>
<b>Receitas (despesas) operacionais</b>										
Despesas comerciais	(73.937)	(70.518)	(37.088)	4,8%	99,4%	(271.922)	(209.563)	(150.306)	29,8%	39,4%
Despesas gerais e administrativas	(19.712)	(14.177)	(13.005)	39,0%	51,6%	(94.268)	(49.898)	(49.535)	88,9%	0,7%
Perda de crédito esperada	(429)	-	(812)	-	-47,2%	(712)	(3.511)	(1.463)	-79,7%	140,0%
Outras (despesas) receitas operacionais líquidas	1.969	(1.776)	(161)	-210,9%	-1323,0%	2.224	(264)	9.094	-942,4%	-102,9%
<b>Prejuízo antes do resultado financeiro e do imposto de renda e contribuição social</b>	<b>(13.991)</b>	<b>(17.315)</b>	<b>1.320</b>	<b>-19,2%</b>	<b>-1159,9%</b>	<b>(77.603)</b>	<b>(21.668)</b>	<b>(26.230)</b>	<b>258,1%</b>	<b>-17,4%</b>
Despesas financeiras	(10.632)	(7.972)	(7.884)	33,4%	34,9%	(31.928)	(25.063)	(23.422)	27,4%	7,0%
Receitas financeiras	7.979	1.598	5.427	399,3%	47,0%	24.722	6.475	11.419	281,8%	-43,3%
<b>Resultado financeiro, líquido</b>	<b>(2.653)</b>	<b>(6.374)</b>	<b>(2.457)</b>	<b>-58,4%</b>	<b>8,0%</b>	<b>(7.206)</b>	<b>(18.588)</b>	<b>(12.003)</b>	<b>-61,2%</b>	<b>54,9%</b>
Resultado de equivalência patrimonial										
<b>Prejuízo do exercício</b>	<b>(16.644)</b>	<b>(23.689)</b>	<b>(1.137)</b>	<b>-29,7%</b>	<b>1363,9%</b>	<b>(84.809)</b>	<b>(40.256)</b>	<b>(38.233)</b>	<b>110,7%</b>	<b>5,3%</b>
Prejuízo atribuível a sócios controladores	(16.644)	(23.689)	(1.136)	-29,7%	1365,1%	(84.809)	(40.256)	(38.229)	110,7%	5,3%
Prejuízo atribuível a sócios não controladores	-	-	(2)			-	-	(4)		
<b>Básico</b>	<b>(0,13152)</b>	<b>(0,06914)</b>	<b>(0,00364)</b>	<b>90,2%</b>	<b>3514,2%</b>	<b>(0,67017)</b>	<b>(0,11749)</b>	<b>(0,12237)</b>	<b>470,4%</b>	<b>-4,0%</b>
<b>Diluído</b>	<b>(0,13152)</b>	<b>(0,06914)</b>	<b>(0,00364)</b>	<b>90,2%</b>	<b>3514,2%</b>	<b>(0,67017)</b>	<b>(0,11749)</b>	<b>(0,12237)</b>	<b>470,4%</b>	<b>-4,0%</b>

## Anexo II

Balanco Patrimonial (em R\$ mil)	2021	2020
<b>Ativo</b>		
<b>Circulante</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	271.532	23.524
Contas a receber	155.437	29.731
Estoques	132.231	79.749
Impostos a recuperar	92.308	60.073
Partes relacionadas	-	-
Depósitos e bloqueios judiciais	405	404
Créditos diversos	15.780	14.575
<b>Total do ativo circulante</b>	<b>667.693</b>	<b>208.056</b>
<b>Não circulante</b>		
Impostos a recuperar	9.082	1.039
Depósitos e bloqueios judiciais	43.296	9.592
Créditos diversos	3.021	2.622
Imobilizado	75.803	32.109
Direito de uso	170.878	39.064
Intangível	29.466	17.700
<b>Total do ativo não circulante</b>	<b>331.346</b>	<b>102.126</b>
<b>Total do ativo</b>	<b>999.039</b>	<b>310.182</b>
<b>Passivo</b>		
<b>Circulante</b>		
Fornecedores e outras contas a pagar	110.020	134.740
Salários e encargos sociais	25.463	12.731
Impostos a recolher	2.739	8.152
Empréstimos e financiamentos	-	37.362
Adiantamentos de clientes	14.117	45.058
Partes relacionadas - Passivo	85	-
Passivo de arrendamento	31.879	13.009
Provisão para contingências	734	-
Provisões de devolução	1.622	1.218
<b>Total do passivo circulante</b>	<b>186.459</b>	<b>252.270</b>
<b>Não circulante</b>		
Provisão para perdas em investimentos	-	-
Provisão para contingências	11.633	7.851
Empréstimos e financiamentos	-	36.540
Impostos a recolher	1.183	1.560
Passivo de arrendamento	158.942	30.665
<b>Total do passivo não circulante</b>	<b>171.758</b>	<b>76.616</b>
<b>Patrimônio líquido</b>		
Capital social	1.085.845	347.197
Reservas de Capital	5.687	-
Custos de emissão	-	-
Prejuízos acumulados	(450.710)	(365.901)
<b>Patrimônio líquido atribuível aos acionistas</b>	<b>640.822</b>	<b>(18.704)</b>
Participação de não controladores	-	-
<b>Total do patrimônio líquido</b>	<b>640.822</b>	<b>(18.704)</b>
<b>Total do passivo e patrimônio líquido</b>	<b>999.039</b>	<b>310.182</b>

# Anexo III

Demonstrações dos Fluxos de Caixa (Em milhares de Reais)		2021	2020
<b>Fluxo de caixa das atividades operacionais</b>	<b>Prejuízo do exercício</b>	<b>(84.809)</b>	<b>(40.266)</b>
	Ajustes para:		
	Depreciação	10.120	5.575
	Amortização	8.970	8.207
	Depreciação - direito de uso	30.322	13.501
	Juros provisionados sobre empréstimos e financiamentos	2.380	4.609
	Juros passivos de arrendamento	10.438	2.864
	Juros sobre antecipação de recebíveis	8.473	-
	Outras receitas/(despesas) financeiras	(12.642)	-
	Provisões para contingências	4.516	6.964
	Provisão para devolução	404	(445)
	Resultado da equivalência patrimonial, líquido de impostos	-	-
	Resultado da alienação de imobilizado e intangível	(1.006)	1.356
	Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber	712	2.686
	Provisão para obsolescência	3.729	5.359
	Transações de pagamento baseado em ações, liquidado em ações	5.687	-
		<b>(12.706)</b>	<b>10.420</b>
<b>Variação nos ativos operacionais</b>	Contas a receber	(119.051)	(8.659)
	Estoques	(56.211)	(35.500)
	Depósitos e bloqueios judiciais	(33.705)	-
	Créditos diversos e impostos a recuperar	(44.485)	(27.366)
	Partes relacionadas	-	(4.000)
<b>Variação nos passivos operacionais</b>	Fornecedores	(26.626)	38.186
	Outras contas a pagar	(3.487)	-
	Obrigações tributárias e trabalhistas	6.942	5.161
	Adiantamentos de clientes	(30.941)	23.027
	Partes relacionadas	85	3.672
<b>Caixa utilizado nas atividades operacionais</b>	Caixa utilizado nas atividades operacionais	(320.185)	4.941
	Pagamento de juros sobre empréstimos e financiamentos	(2.374)	(4.959)
	Pagamento de juros sobre passivo de arrendamento	(4.588)	(2.864)
	Pagamento de juros de antecipação de recebíveis	(8.473)	-
	Outros juros pagos	(3.972)	-
	<b>(339.592)</b>	<b>(2.882)</b>	
<b>Fluxo de caixa das atividades de investimento</b>	Juros de aplicações financeiras	14.640	-
	Recursos provenientes da alienação de ativo imobilizado	4.585	-
	Aquisição do ativo imobilizado	(57.794)	(14.478)
	Aquisição do ativo intangível	(20.736)	(10.286)
	<b>Fluxo de caixa utilizado nas atividades de investimento</b>	<b>(59.305)</b>	<b>(24.764)</b>
<b>Fluxo de caixa das atividades de financiamento</b>	Aumento de capital	777.778	27.360
	Custos de emissão	(35.927)	-
	Captação de empréstimos	10.309	95.585
	Pagamento de empréstimos e financiamentos	(84.217)	(66.940)
	Pagamento de passivo de arrendamento	(21.038)	(10.658)
	<b>646.905</b>	<b>45.347</b>	
	<b>Aumento (redução) líquida em caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>248.008</b>	<b>17.701</b>
	<b>Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício</b>	<b>23.524</b>	<b>5.823</b>
	<b>Caixa e equivalentes de caixa no final do exercício</b>	<b>271.532</b>	<b>23.524</b>
	<b>Aumento (redução) líquida em caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>248.008</b>	<b>17.701</b>

# 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 (fretes 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

**31 DE MARÇO DE 2022 (QUINTA-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:** 870 3977 0469

**Senha:** 726790

**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:** 870 3977 0469

**Senha:** 726790

**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](http://www.investors.mobly.com.br)  
[ri@mobly.com.br](mailto: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.*