

MOBLY

Relatório da Administração
dos Resultados do

Segundo trimestre de 2023

MBLY

B3 LISTED NM

Videoconferência de Resultados

11 DE AGOSTO DE 2023 (SEXTA-FEIRA)

EM PORTUGUÊS

15h00 - Horário de Brasília (BRT)

Para participantes no Brasil:

+55 11 4700 9668 | +55 21 3958 7888

ID do webinar: 811 2066 5667

Senha: 922578

[WEBCAST EM PORTUGUÊS, CLIQUE AQUI](#)

EM INGLÊS (TRADUÇÃO SIMULTÂNEA)

14h00 - Horário de Nova York (EDT)

Para participantes nos EUA:

+1 309 205 3325 | +1 312 626 6799

ID do webinar: 811 2066 5667

Senha: 922578

[WEBCAST EM INGLÊS, CLIQUE AQUI](#)



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.

Conteúdo

DESTAQUES DO 2T23	4
MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO	5
HISTÓRICO E DIFERENCIAIS	7
DESTAQUES OPERACIONAIS	9
DESTAQUES FINANCEIROS	12
DESEMPENHO FINANCEIRO	15
Gross Merchandise Value (GMV)	16
Lucro Bruto (Margem de Contribuição I)	17
Custos Logísticos	18
Marketing & Despesas com Vendas	19
Despesas Operacionais e com Pessoal Administrativo	20
EBITDA e EBITDA Ajustado	21
EBIT	22
Lucro Líquido e Resultado Financeiro	23
CAPEX	23
ÚLTIMAS LOJAS ABERTAS	24
DECLARAÇÃO DOS DIRETORES	25
RELACIONAMENTO COM AUDITORES INDEPENDENTES	25
ANEXO I	26
ANEXO II	27
ANEXO III	28

DESTAQUES DO 2T23

GMV TOTAL

R\$ **178,4 MM**

-14,2% A/A

-10,9% T/T

RECEITA OP. LÍQUIDA

R\$ **128,2 MM**

-13,8% A/A

-12,7% T/T

LIQUIDEZ

R\$ **237,3 MM**

-20,7% A/A

-13,9% T/T

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO I

43,8%

+5,9 p.p A/A

+0.3 p.p T/T

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO II

30,8%

+5.4 p.p A/A

+0.1 p.p T/T

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO III

16,4%

+5.9 p.p A/A

-1.0 p.p T/T

MARGEM EBITDA

(4,3%)

+3,9 p.p A/A

-4.0 p.p T/T

MARGEM EBITDA AJ.

(3,8%)

+3,9 p.p A/A

-3.8 p.p T/T

MARGEM LÍQUIDA

(13,4%)

+5,3 p.p A/A

+2.0 p.p T/T

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

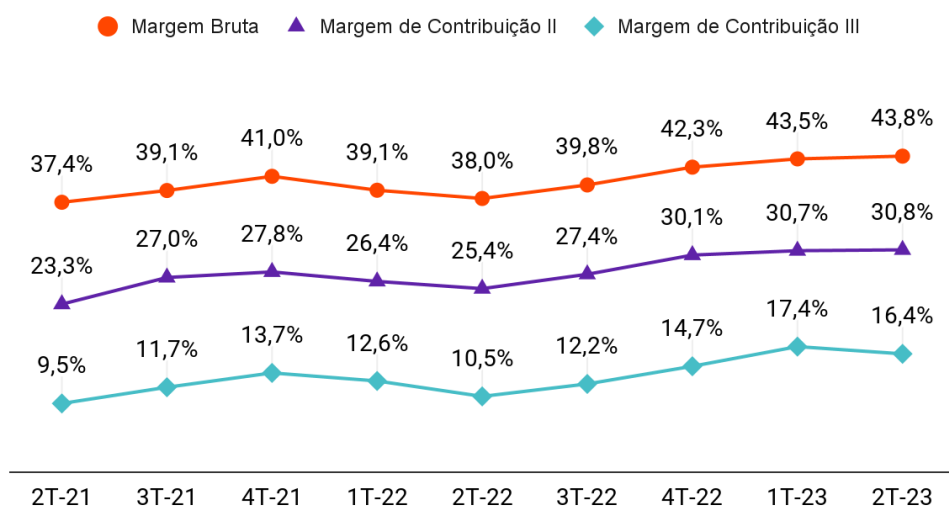
Prezados(as) Senhores(as),

Apresentaremos a seguir os resultados e realizações da Mobly referente ao segundo trimestre de 2023.

Nos últimos anos, passamos por uma significativa transformação em nosso modelo de negócio, tornando-se uma experiência completa de compra para o setor de casa e decoração, o que nos proporcionou um crescimento em escala sem precedentes. Olhando principalmente para os últimos cinco anos, a Mobly tem alcançado um notável crescimento anual médio próximo de 20% ao ano, o que resultou em um marco significativo visto o mercado de móveis como um todo. Todo esse crescimento foi originado do e-commerce, do nosso marketplace próprio e mais recentemente das nossas lojas físicas e novas fontes de receitas, sendo os dois últimos os canais mais promissores em termos de crescimento e rentabilidade.

Apesar da desaceleração do mercado, obtivemos resultados positivos em relação à rentabilidade do nosso negócio. No segundo trimestre de 2023, conquistamos um novo marco notável ao atingir uma margem bruta recorde de 43,8% e uma margem de contribuição II de 30,8%, ambos como proporção da nossa receita operacional líquida. Além disso, observamos ganhos consideráveis nas margens de contribuição III. O aprimoramento das margens desempenhou um papel fundamental em impulsionar um crescimento significativo absoluto no resultado do PC III, com um aumento de 33% no acumulado do semestre, comparado ao mesmo período de 2022.

Evolução das Margens Operacionais
(em % da receita op. líquida)



O crescimento da margem de contribuição III ao longo do semestre reflete nosso compromisso contínuo em buscar a retomada do crescimento. Esse progresso desempenhou um papel fundamental em mitigar as despesas fixas do nosso negócio, desempenhando um papel significativo nos resultados alcançados. Isso, por sua vez, nos coloca em uma posição mais sólida para alcançar rentabilidade e gerar fluxo de caixa positivo quando o crescimento da receita for retomado.

Comparado ao mesmo período do ano anterior (2º trimestre de 2022), alcançamos uma notável melhoria de 3,9 pontos percentuais na margem EBITDA. Além disso, nossos esforços também se refletiram em uma redução de quase 40% no prejuízo trimestral, em comparação com o mesmo trimestre do ano anterior.

Temos encarado um desafio significativo ao promover uma reestruturação importante na Companhia nos últimos anos. Todas as iniciativas executadas no semestre resultaram em uma notável redução de custos e despesas, proporcionando benefícios duradouros para nossos resultados. Ademais, adotamos medidas para reduzir nossas despesas fixas em todos os departamentos, demonstrando nosso comprometimento em tornar a empresa lucrativa, mesmo em cenário adverso de mercado.

Os resultados alcançados até o momento demonstram claramente o impacto positivo das estratégias implementadas, fortalecendo ainda mais nosso comprometimento com a sustentabilidade financeira e o crescimento contínuo da Companhia. Mesmo com os avanços conquistados, reconhecemos que sempre há espaço para aprimorar ainda mais a estrutura de custos da empresa e buscar novas fontes de receita. Nesse sentido, permanecemos empenhados em realizar uma análise contínua de nossos processos, identificando oportunidades de otimização e eficiência para reduzir custos e maximizar o uso dos recursos disponíveis.

Expressamos nossa profunda gratidão aos nossos acionistas, clientes e stakeholders que têm nos acompanhado nessa jornada de crescimento e ambição para nos tornarmos a maior e melhor empresa de móveis e decoração do país. Nossa determinação é criar um impacto positivo em nossa indústria, oferecendo produtos e serviços de alta qualidade, atendendo às necessidades e expectativas de nossos clientes de forma sustentável e responsável.

A DIRETORIA.

HISTÓRICO E DIFERENCIAIS

Fundada em 2011 por Victor Noda, Marcelo Marques e Mario Fernandes, a Mobly é uma empresa de tecnologia que atua no comércio eletrônico, referência em varejo do setor de móveis e decoração.

Em 2019, a companhia, que já tinha um centro de distribuição em São Paulo, inaugurou outros dois em Minas Gerais e Santa Catarina, além da sua primeira loja física, em São Paulo, e outlets em Guarulhos e Campinas.

Em 2020, a Mobly expandiu ainda mais sua atuação no comércio físico com a inauguração de mais uma megastore em São Paulo e outros outlets. Também nesse período, a empresa foi listada pela pesquisa “Top of Mind”, da Ebit Nielsen, entre as três maiores varejistas de Home & Living – tendo o app com o maior número de downloads na categoria.

Em 2021, celebrou sua oferta pública inicial (IPO), sob o ticker MBL3, e, de acordo com o plano anunciado, a Companhia está destinando os recursos de sua oferta primária para o fortalecimento de capital de giro e estrutura financeira, investimento em marketing e publicidade e Investimentos de bens de capitais – o que inclui a expansão de novas lojas físicas, centros de distribuição e desenvolvimento de tecnologia da informação interna.

O foco da Companhia continua no aprimoramento do modelo de negócio. A Mobly preza por oferecer uma proposta de valor única e diferenciada aos nossos clientes, baseada nos quatro pilares principais:

Variedade Atrativa: com aproximadamente 311 mil SKUs¹, buscamos constantemente gerenciar o equilíbrio entre marcas próprias e produtos de terceiros que representaram, 50% cada da nossa receita líquida no segundo trimestre de 2023.

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

Nossa iniciativa de beneficiamento de produtos nos proporciona benefícios e vantagens competitivas de custo. O beneficiamento tem expandido sua participação para diversas categorias de produtos, gerando em média uma redução de custo de 15% em comparação a produtos não beneficiados e uma aumento em média de 4 p.p na margem bruta.

¹ Unidade de Manutenção de Estoque - *Stock Keeping Unit*

Entrega Rápida e Conveniente: através de nossos cinco CDs/hub, atualmente, aproximadamente 44% das vendas são entregues em até 6 dias. Além dos CDs, nossas lojas físicas também assumem um papel importante na estratégia de distribuição da Companhia, auxiliando no processo e oferecendo milhares de produtos disponíveis para retirada aos clientes.

Experiência de Compra Diferenciada: nosso forte posicionamento de mercado continua sendo evidenciado por um total de mais de 179 mil pedidos no 2T23. A Companhia possui nível “ótimo” pela plataforma Reclame Aqui, o mais alto da categoria, com nota média 8,0 e colocando a Mobly na categoria das melhores empresas da plataforma, evidenciando nossa qualidade na resolução dos problemas dos nossos consumidores.

DESTAQUES OPERACIONAIS

Logística

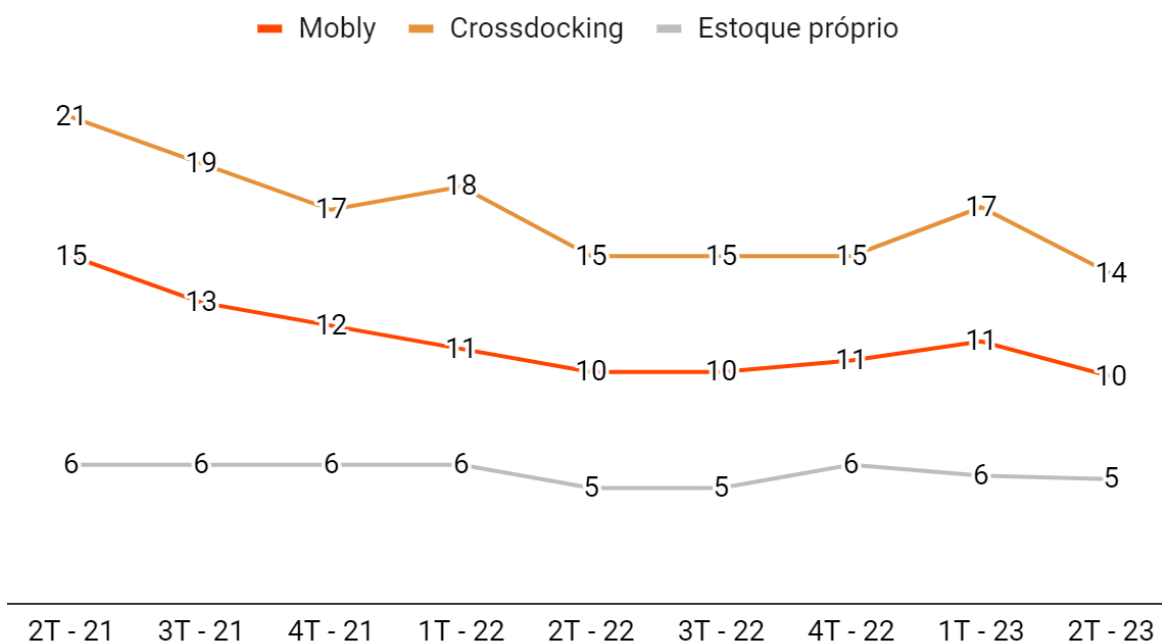
A Companhia encerrou o trimestre com um prazo médio de entrega de 10 dias, sendo que a entrega de produtos em estoque próprio levou, em média, apenas 5 dias, enquanto que produtos de crossdocking (dropshipping) foram reduzidos para 14 dias em média. O modelo de dropshipping, embora apresente prazos de entrega mais longos, nos permite vender nossos produtos diretamente aos consumidores sem a necessidade de manter um estoque físico.

Ao longo do último trimestre, a Companhia empenhou-se em aprimorar sua estrutura logística, resultando em melhorias significativas na atuação da MoblyLog, bem como na redução de custos operacionais. A melhoria observada nos prazos de entrega entre o 1T23 e o 2T23 é fruto de nossa contínua evolução operacional.

No 2T23, a MoblyLog alcançou um marco significativo, com mais de 60% dos pedidos feitos em nossa plataforma sendo prontamente atendidos pela nossa transportadora própria. Essa conquista representa o maior share de toda a nossa história!

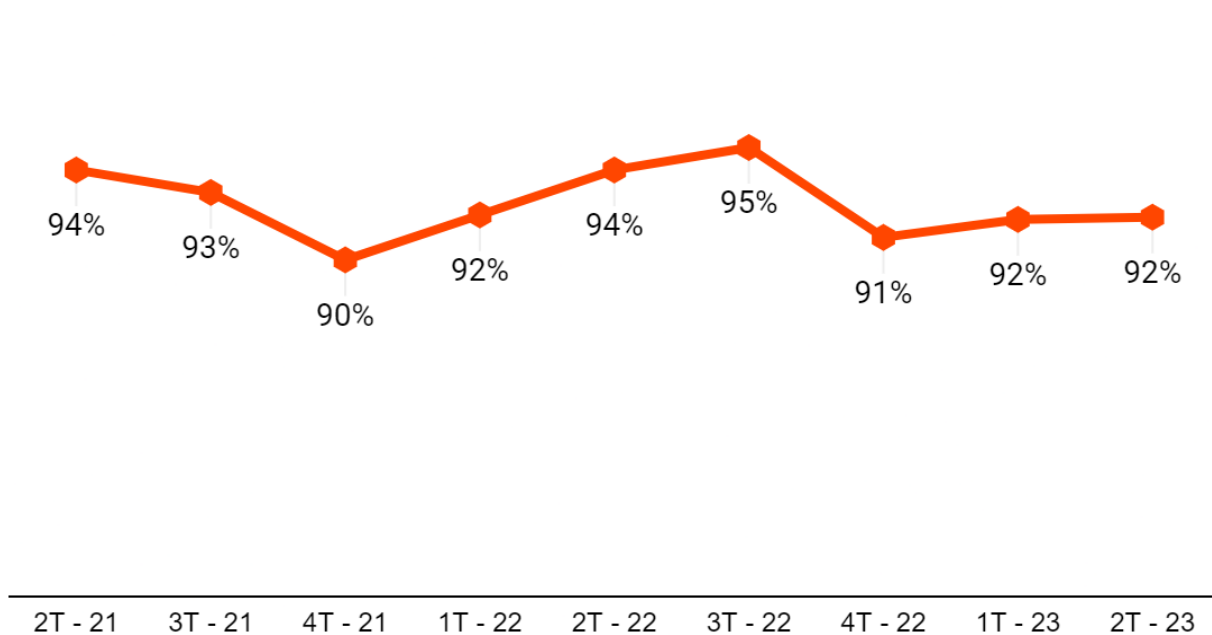
Nossa equipe dedicada e altamente capacitada está preparada para enfrentar novos desafios e continuará a expandir a presença da MoblyLog no cenário logístico nacional, com o objetivo de ser a principal referência no transporte de itens grandes no país.

Prazo de Entrega (Dias)



Ao encerrar o segundo trimestre de 2023, a Companhia apresentou um índice de entregas no prazo de 92%, uma marca próxima àquela registrada no trimestre anterior e no mesmo período de 2022. A queda de serviço observada no final do ano já foi parcialmente recuperada e esperamos uma melhoria do indicador nos próximos trimestres com a normalização das entregas.

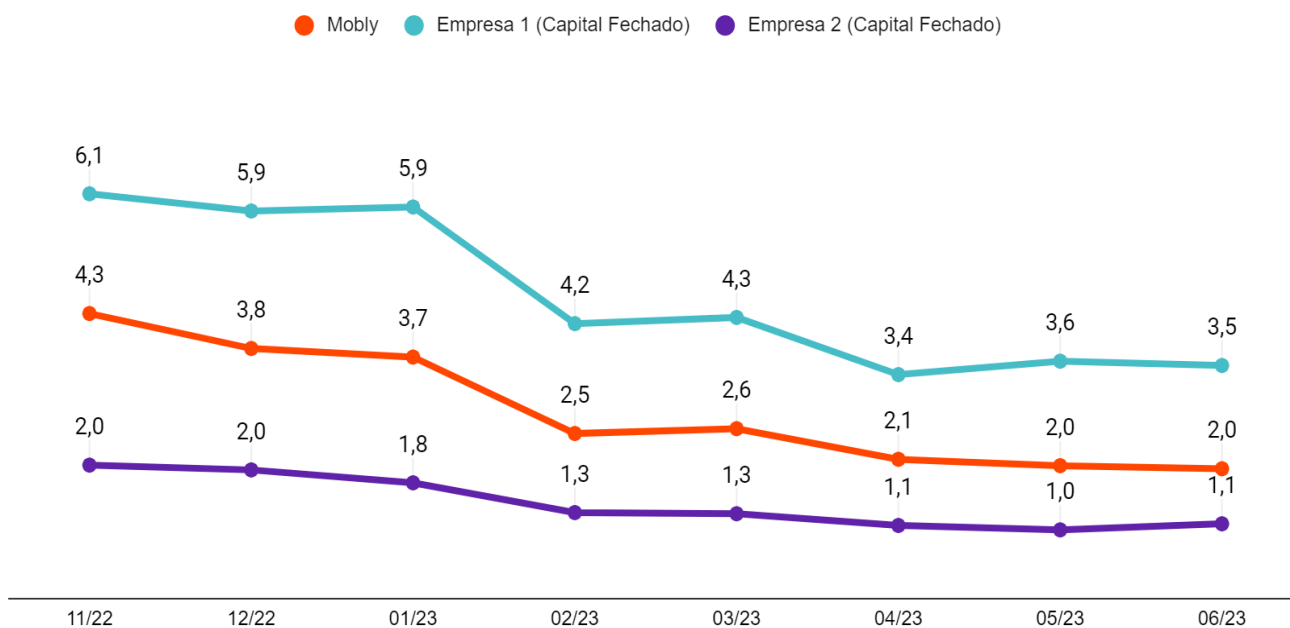
Entregas no Prazo (%)



Marketing

A Companhia manteve a sua estratégia de aquisição de clientes através de um maior investimento em publicidade e propaganda, mesmo diante da queda observada no ano nas buscas on-line por móveis e decoração. Apesar da redução de 16,9% nos investimentos acumulados em relação ao ano anterior, essa decisão se mostrou acertada, pois os resultados positivos do capital empregado já foram possíveis de serem observados no trimestre. Através de dados públicos, vemos que o mercado como um todo continua perdendo atratividade online.

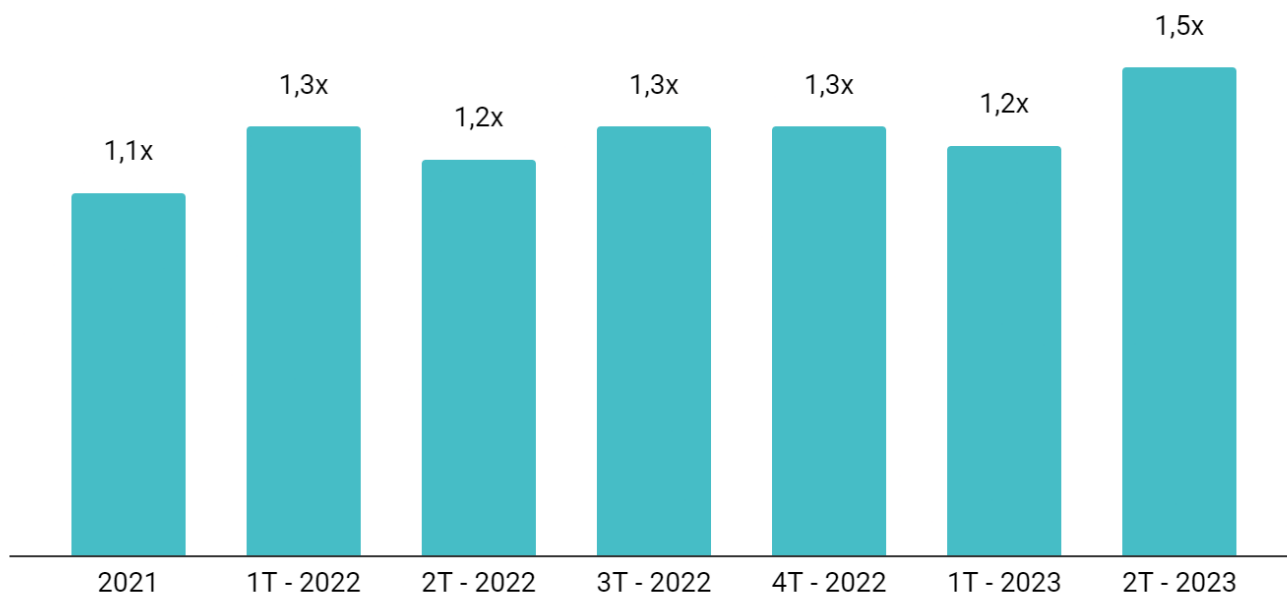
Tráfego Online (Em milhões de acessos)



Fonte: Semrush - Marketing Digital

Através de uma estratégia bem-sucedida de balanceamento dos investimentos em marketing e publicidade, a Mobly assegurou que o seu First Order Profitability, o qual mede a margem de contribuição II dividido pelo CAC (custo de aquisição de cliente) do primeiro pedido mantivesse acima de 1.0x. No 2T23 atingimos um First Order Profitability de 1,5x ou 150%, sendo este o melhor resultado desde o IPO da Companhia. Essa abordagem garantiu que a aquisição de novos clientes fosse rentável já na primeira compra, alinhando-se perfeitamente com a nossa estratégia de crescimento e visão de futuro.

Rentabilidade do Primeiro Pedido (First Order Profitability)



DESTAQUES FINANCEIROS

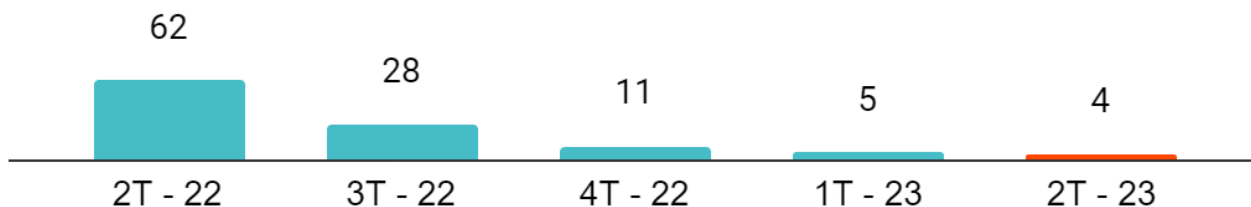
Capital de Giro e Liquidez

O ciclo de conversão de caixa é uma medida que avalia o tempo que uma empresa leva para converter seus recursos em caixa. Para uma empresa de varejo, o ciclo de conversão de caixa é um indicador financeiro que mede o tempo médio que a empresa leva para transformar seus estoques em vendas e, conseqüentemente, em caixa. Esse ciclo envolve o período de tempo que a empresa leva para adquirir estoques, transformá-los em produtos, vendê-los e receber o pagamento dos clientes

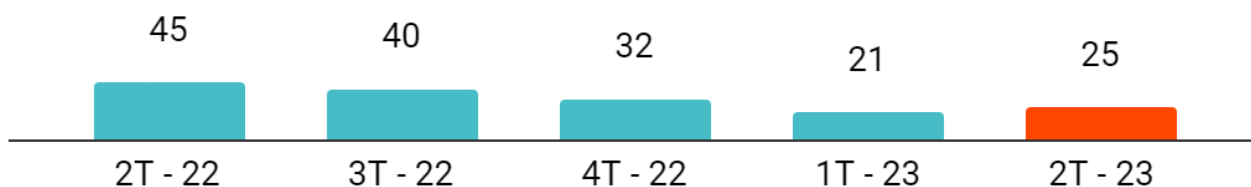
Nos últimos doze meses, a Companhia alcançou um notável progresso ao reduzir significativamente o ciclo de conversão de caixa (CCC), que agora se situa em uma média de 4 dias. Essa redução do indicador é considerada uma das principais prioridades estratégicas para o ano de 2023. A medida visa aprimorar a estrutura de capital da empresa e gerar um fluxo de caixa mais positivo, o que permitirá acelerar ainda mais o crescimento da organização. O compromisso em melhorar o CCC

demonstra o empenho da Companhia em otimizar seus processos e fortalecer sua posição no mercado.

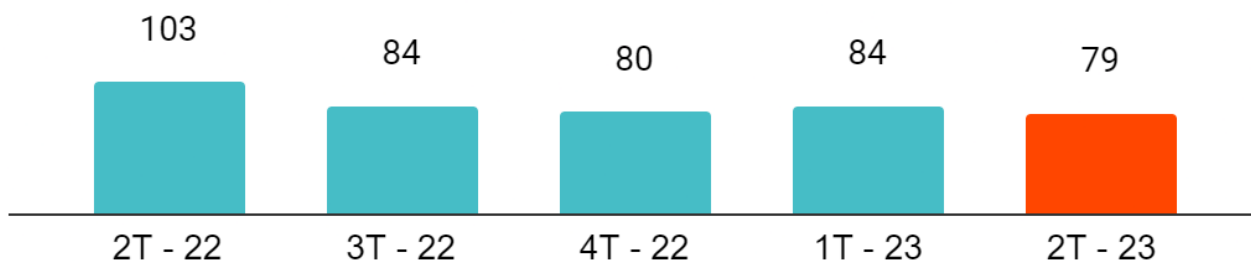
Ciclo de conversão de caixa - prazo médio (dias) do ciclo de conversão de caixa Orderview



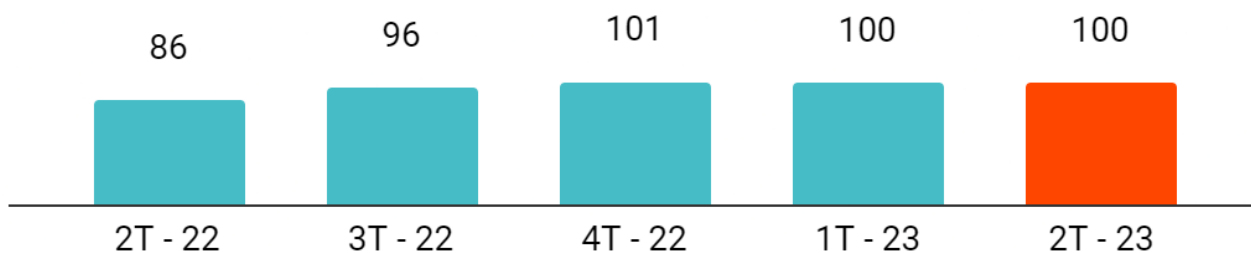
Prazo médio de recebimento - prazo médio (dias) de recebimento das vendas Orderview



Idade média (dias) do estoque - Estoque contábil sobre o CPV Orderview



Prazo médio de pagamento - prazo médio (dias) de pagamento das compras de fornecedores nacionais

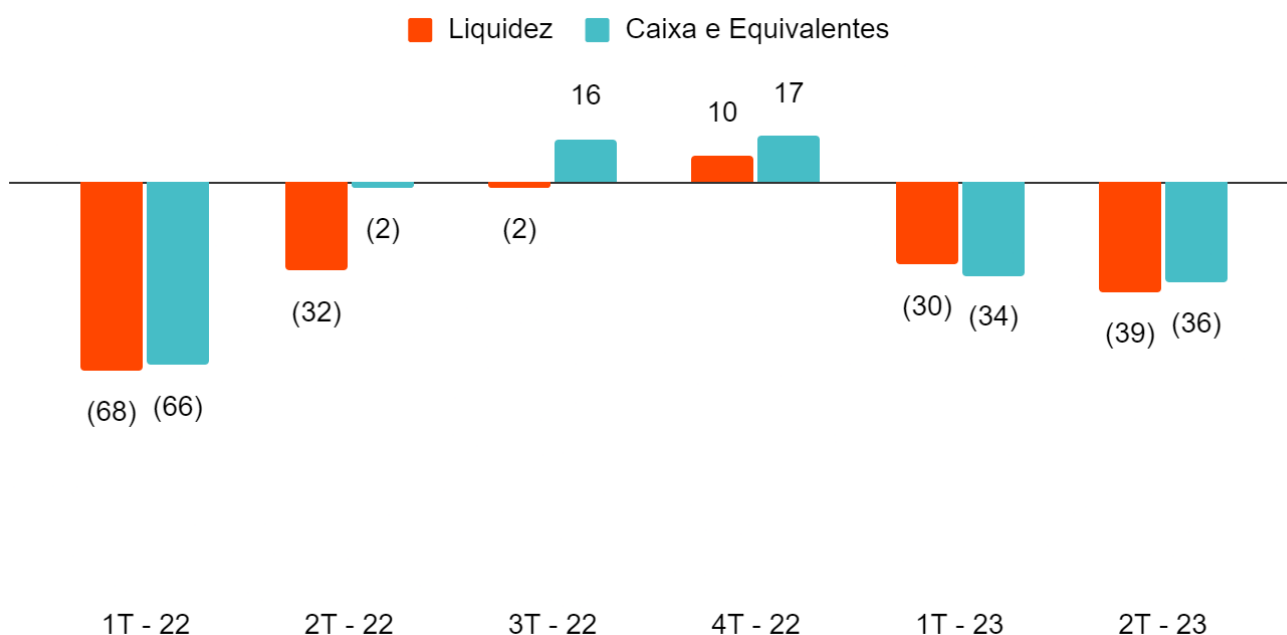


No segundo trimestre de 2023, a Companhia registrou um saldo de liquidez de R\$ 238,5 milhões, com uma redução de R\$ 39 milhões em relação ao saldo do primeiro trimestre de 2023, resultando em uma queima de caixa e equivalentes de R\$ 36 milhões. Essa situação estava dentro das expectativas previstas, considerando a sazonalidade natural do negócio.

Durante o primeiro semestre do ano, a Companhia tradicionalmente realiza pagamentos aos fornecedores para produtos adquiridos no segundo semestre do ano anterior, com o propósito de atender à demanda durante os períodos de alta procura, como a Black Friday e as datas comemorativas de fim de ano. Essa estratégia visa a preparação para a movimentada temporada de vendas.

Vale ressaltar que a Companhia já vem implementando iniciativas bem-sucedidas relacionadas ao capital de giro, rentabilidade e ciclo de conversão de caixa desde o ano anterior, e tais ações têm demonstrado resultados promissores em 2023. Com isso, a empresa está confiante em sua capacidade de atingir um cenário financeiro mais equilibrado ao longo do exercício atual e dos próximos.

Aumento (Redução) de Caixa e Liquidez (Caixa + Recebíveis de Cartão de Crédito) - (em R\$ milhões)



DESEMPENHO FINANCEIRO

Desempenho Operacional e Financeiro (em R\$ milhões)	2T23	2T22	2T21	2T23 x 2T22	2T23 x 2T21
GMV *	178,4	207,8	247,4	(14%)	(28%)
Receita operacional líquida	128,2	148,8	175,7	(14%)	(27%)
(-) Custo dos produtos vendidos	(72,0)	(92,3)	(109,9)	(22%)	(35%)
(=) Lucro Bruto	56,2	56,5	65,8	(1%)	(15%)
% da Receita Líquida	43,8%	38,0%	37,4%	5,9 p.p	6,4 p.p
(-) Custos logísticos	(16,7)	(18,6)	(24,9)	(10%)	(33%)
% da Receita Líquida	(13,0%)	(12,5%)	(14,1%)	-0,5 p.p	1,1 p.p
(=) Margem de Contribuição II	39,5	37,8	40,9	4%	(3%)
% da Receita Líquida	30,8%	25,4%	23,3%	5,4 p.p	7,5 p.p
(-) Mkt & despesas c/ vendas	(18,5)	(22,3)	(24,2)	(17%)	(24%)
% da Receita Líquida	(14,4%)	(15,0%)	(13,8%)	0,5 p.p	-0,7 p.p
(=) Margem de Contribuição III	21,0	15,6	16,7	35%	26%
% da Receita Líquida	16,4%	10,5%	9,5%	5,9 p.p	6,9 p.p
Pessoal administrativo	(12,0)	(12,5)	(10,5)	(4%)	15%
% da Receita Líquida	(9,4%)	(8,4%)	(6,0%)	-1,0 p.p	-3,4 p.p
Despesas operacionais	(13,8)	(14,5)	(12,2)	(5%)	14%
% da Receita Líquida	(10,8%)	(9,8%)	(6,9%)	-1,0 p.p	-3,9 p.p
(=) EBITDA Ajustado	(4,9)	(11,5)	(6,0)	(57%)	(18%)
% da Receita Líquida	(3,8%)	(7,7%)	(3,4%)	3,9 p.p	-0,4 p.p
(+/-) Efeitos não-recorrentes	(0,6)	(0,7)	(3,4)	(13%)	(82%)
(=) EBITDA	(5,5)	(12,2)	(9,4)	(55%)	(41%)
% da Receita Líquida	(4,3%)	(8,2%)	(5,4%)	3,9 p.p	1,1 p.p
(-) D&A	(15,9)	(16,6)	(8,0)	(4%)	99%
(=) EBIT	(21,4)	(28,8)	(17,4)	(26%)	23%
% da Receita Líquida	(16,7%)	(19,4%)	(9,9%)	2,7 p.p	-6,8 p.p
Resultado financeiro, líquido	4,2	1,0	0,4	339%	993%
(=) Lucro/prejuízo do exercício	(17,1)	(27,8)	(17,0)	(38%)	1%
% da Receita Líquida	(13,4%)	(18,7%)	(9,7%)	5,3 p.p	-3,7 p.p

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

Gross Merchandise Value (GMV)

GMV por Canal de Vendas (em R\$ milhões)	2T23	2T22	2T21	2T23 x 2T22	2T23 x 2T21
Website	63,1	73,9	122,6	(14,6%)	(48,5%)
Marketplace	38,9	64,5	73,0	(39,6%)	(46,7%)
Lojas	61,4	59,5	34,7	3,2%	76,7%
Sellercenter	10,9	9,9	17,1	9,8%	(36,2%)
Outras Receitas	4,1	-	-	-	-
GMV	178,4	207,8	247,4	(14,2%)	(27,9%)
Receita Op. Líquida	128,2	148,8	175,7	(13,8%)	(27,1%)

O segundo trimestre de 2023 foi, como esperado, marcado por uma conjuntura macroeconômica ainda desfavorável, com um crescimento lento do Produto Interno Bruto (PIB), o encarecimento do crédito e uma queda no poder de compra dos consumidores. Esses elementos têm contribuído para uma redução na demanda por produtos de varejo, especialmente itens relacionados à casa e decoração.

À medida que adentramos o segundo semestre de 2023, é importante reconhecer que o cenário macroeconômico ainda apresenta desafios significativos. No entanto, é essencial destacar que, mesmo em meio a essas dificuldades, observamos pontos de melhoria que nos deixam confiantes e otimistas para os próximos trimestres.

Apesar do atual cenário, acreditamos que nossa estratégia de longo prazo e nossa visão clara de crescimento nos posicionam de maneira favorável para superar os desafios do segundo semestre de 2023. Nossa capacidade de nos adaptar rapidamente às mudanças do mercado e nossa busca contínua por oportunidades de expansão e diversificação de receitas são atributos que nos diferenciam de nossos concorrentes.

Apesar de enfrentarmos uma redução de cerca de 14% no Valor Total de Mercadoria (GMV) e na Receita Operacional Líquida neste trimestre, é importante ressaltar que alcançamos importantes conquistas durante este período. Mesmo com uma base instalada de lojas menor em comparação ao segundo trimestre de 2022, conseguimos manter um crescimento no canal, impulsionado pelo aumento das vendas por metro quadrado e pela implementação de projetos de otimização que têm

demonstrado resultados promissores, mesmo em meio à paralisação da abertura de novas unidades. O canal Sellercenter também apresentou crescimento na comparação ano a ano (A/A), o que já sinaliza uma retomada positiva no segmento online e uma forte colaboração com nossos valiosos parceiros.

Essas conquistas são fruto do compromisso e da dedicação de nossa equipe em encontrar soluções inovadoras e eficientes para enfrentar os desafios do cenário atual. Mesmo diante de um ambiente complexo, temos sido capazes de consolidar nosso crescimento e nos manter resilientes. Nossos esforços contínuos em aprimorar a experiência do cliente e fortalecer nossas parcerias têm sido fundamentais para esses avanços.

Lucro Bruto (Margem de Contribuição I)

Lucro Bruto (em R\$ milhões)	2T23	2T22	2T21	2T23 x 2T22	2T23 x 2T21
Receita Op. Líquida	128,2	148,8	175,7	(13,8%)	(27,1%)
(-) Custo dos produtos vendidos	(72,0)	(92,3)	(109,9)	(22,0%)	(34,5%)
(=) Lucro Bruto	56,2	56,5	65,8	(0,5%)	(14,6%)
% da Receita Líquida	43,8%	38,0%	37,4%	5,9 p.p	6,4 p.p

Com grande satisfação, celebramos mais um trimestre em que alcançamos um novo recorde de margem bruta, atingindo a marca de 43,8% da receita operacional líquida, representando um ganho significativo de 5,9 pontos percentuais em relação ao mesmo período do ano anterior. Essa conquista é extremamente gratificante, pois reflete nosso comprometimento contínuo em aprimorar nossa eficiência e competitividade.

A melhoria substancial da margem bruta teve um impacto positivo no lucro bruto, permitindo-nos recuperar quase integralmente a queda anteriormente observada em nossa receita. Encerramos o trimestre com uma leve redução de apenas 0,5% em relação ao período anterior.

Esse progresso notável é resultado das diversas iniciativas que adotamos para aprimorar nossas operações. Nossas negociações com fornecedores têm sido estratégicas e vantajosas, contribuindo para melhores condições de custo e qualidade dos produtos. Além disso, a otimização e expansão de nossa estrutura de beneficiamento têm sido cruciais para garantir processos mais eficientes e rentáveis.

Outro fator importante para o sucesso de nossa margem bruta é a crescente participação das vendas de nossas marcas próprias, que já atingiu 50% de todo GMV da Mobly, o que nos proporciona maior controle sobre o ciclo de produção e distribuição, além de elevar a satisfação dos clientes.

Custos Logísticos

Custos Logísticos (em R\$ milhões)	2T23	2T22	2T21	2T23 x 2T22	2T23 x 2T21
(-) Transportes	(11,4)	(13,3)	(19,3)	(14,5%)	(40,9%)
(-) Meios de Pagamento	(2,2)	(2,0)	(2,5)	13,0%	(11,2%)
(-) Pessoas - Logística	(2,8)	(3,4)	(2,8)	(18,2%)	(1,9%)
(-) Perda de Crédito Esperada	(0,3)	0,0	(0,3)	-	9,7%
(-) Custos Logísticos	(16,7)	(18,6)	(24,9)	(10,5%)	(32,9%)
% da Receita Líquida	(13,0%)	(12,5%)	(14,1%)	-0,5 p.p	1,1 p.p

Os custos logísticos da Companhia incluem despesas com transporte, meios de pagamento, pessoas ligadas às atividades logísticas e perdas de créditos esperadas. Desde a abertura de seu capital, a Companhia vem trabalhando para otimizar sua estrutura logística, aumentando o uso de tecnologia em seus processos, a sua malha logística e consolidando CDs antigos.

Transportes foi a linha de maior relevância na redução dos custos logísticos, resultado das melhorias operacionais trazidas pela MoblyLog e a redução da receita transportada no trimestre, atingindo uma redução de 14,5% em comparação ao 2T22 e de mais de 40% versus 2T21. A redução do *headcount* de pessoas relacionadas à logística no ano passado continua trazendo bons frutos na otimização da estrutura de pessoas da Companhia, no trimestre, atingimos uma redução de 18% nos custos e já voltamos a uma estrutura de pessoas (logística) próxima a observada em 2021.

Marketing & Despesas com Vendas

Marketing & Despesas com Vendas (em R\$ milhões)	2T23	2T22	2T21	2T23 x 2T22	2T23 x 2T21
(-) Propaganda e Publicidade	(12,9)	(16,8)	(21,3)	(23,2%)	(39,4%)
(-) Pessoas - Vendas	(5,6)	(5,4)	(2,9)	2,8%	92,9%
(-) Mkt & despesas c/ vendas	(18,5)	(22,3)	(24,2)	(16,9%)	(23,6%)
% da Receita Líquida	(14,4%)	(15,0%)	(13,8%)	0,5 p.p	-0,7 p.p

As despesas com marketing e vendas englobam investimentos em publicidade, propaganda e pessoal relacionado diretamente às atividades de vendas. No segundo trimestre de 2023, a Companhia conseguiu reduzir significativamente as despesas com propaganda e publicidade, alcançando uma diminuição de 23,2% em comparação ao mesmo período do ano anterior (2T22) e uma notável redução de 40% em relação ao segundo trimestre de 2021.

Essa redução estratégica está alinhada à queda observada na demanda e reflete a política da Companhia de manter a rentabilidade do primeiro pedido (*First Order Profitability*) em um patamar acima de 1,0x, no segundo trimestre do ano atingimos uma rentabilidade do primeiro pedido de 1,5x, a mais alta pós IPO. Priorizar essa métrica é essencial para garantir a saúde financeira e a sustentabilidade dos negócios.

Com a racionalização dos gastos em marketing e vendas, a Companhia busca otimizar sua eficiência operacional e direcionar seus recursos de forma mais assertiva. Essa abordagem permite que a empresa alcance uma posição mais sólida em um cenário desafiador, mantendo seu foco na rentabilidade e na entrega de valor aos seus acionistas.

A redução das despesas em marketing e vendas é uma demonstração clara do compromisso da Companhia em tomar decisões estratégicas que visam garantir a sustentabilidade do negócio a longo prazo. A equipe está empenhada em identificar oportunidades para melhorar a eficiência em todas as áreas da empresa, sempre com o objetivo de fortalecer sua posição no mercado e assegurar um crescimento sustentável.

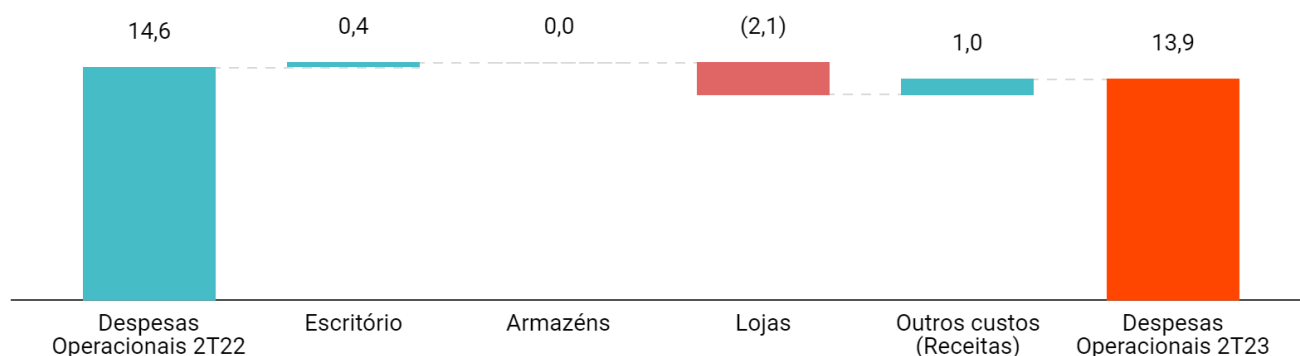
Despesas Operacionais e com Pessoal Administrativo

Despesas Fixas (em R\$ milhões)	2T23	2T22	2T21	2T23 x 2T22	2T23 x 2T21
(-) Pessoal - Administrativo	(12,0)	(12,5)	(10,5)	(3,9%)	15,1%
(-) Despesas Comerciais	(8,5)	(9,8)	(7,8)	(13,2%)	9,5%
(-) Despesas Gerais e Administrativas	(5,8)	(4,6)	(5,3)	24,8%	10,5%
(+/-) Outras (Despesas) Receitas Op. Líquidas	0,5	(0,0)	0,7	-	(27,8%)
(-) Despesas Fixas e Pessoal Administrativo	(25,9)	(27,1)	(22,8)	(4,3%)	13,4%
% da Receita Líquida	(20,2%)	(18,2%)	(13,0%)	-2,0 p.p	-7,2 p.p

Durante o ano de 2022, a Companhia teve um foco claro em reduzir seus custos fixos e melhorar a rentabilidade do negócio. Para atingir esse objetivo, várias iniciativas foram implementadas, incluindo o subarrendamento de lojas e centros de distribuição, a renegociação de contratos de locação, a eliminação de serviços não essenciais e a otimização da estrutura operacional. Todas essas ações foram tomadas com o propósito de aumentar a eficiência da empresa e estabelecer uma base financeira mais sólida para o futuro.

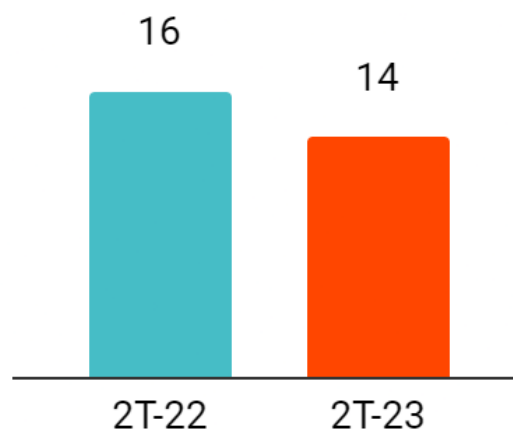
Como resultado direto das iniciativas de subarrendamento, as lojas registraram a maior redução de despesas no segundo trimestre de 2023, com uma economia de R\$ 2 milhões em comparação com o mesmo período do ano anterior. No geral, houve uma redução de aproximadamente 5% nas despesas operacionais em comparação com o segundo trimestre de 2022.

Despesas Operacionais (em R\$ milhões)



As despesas com pessoal administrativo, excluindo ativação e provisão de bônus, mantiveram o mesmo padrão observado no trimestre anterior e tiveram uma redução de 15,9% em comparação com o segundo trimestre de 2022. Essa redução é um resultado direto da reorganização de pessoas que realizamos no segundo semestre de 2022, e estamos colhendo seus benefícios em 2023. Mesmo ao contabilizar a ativação e despesas com provisão de bônus, conseguimos atingir uma redução de 3,9% em comparação ao 2T22.

Pessoal Administrativo
(excluindo ativação e provisão de bônus - em R\$ milhões)



EBITDA e EBITDA Ajustado

EBITDA (em R\$ milhões)	2T23	2T22	2T21	2T23 x 2T22	2T23 x 2T21
(=) Margem de Contribuição III	21,0	15,6	16,7	34,8%	25,9%
(-) Pessoal - Administrativo	(12,0)	(12,5)	(10,5)	(3,9%)	15,1%
(-) Despesas Op. e de Capital	(13,8)	(14,5)	(12,2)	(4,7%)	13,6%
(=) EBITDA Ajustado	(4,9)	(11,5)	(6,0)	(57,4%)	(18,2%)
% da Receita Líquida	(3,8%)	(7,7%)	(3,4%)	3,9 p.p	-0,4 p.p
(+/-) Efeitos não-recorrentes	(0,6)	(0,7)	(3,4)	(12,5%)	(82,1%)
(=) EBITDA	(5,5)	(12,2)	(9,4)	(54,8%)	(41,5%)
% da Receita Líquida	(4,3%)	(8,2%)	(5,4%)	3,9 p.p	1,1 p.p

No primeiro semestre, alcançamos um crescimento significativo na margem de contribuição III, com um aumento de 33% em relação ao mesmo período do ano anterior (1S22) e um crescimento de 35% comparado ao mesmo trimestre do ano anterior (2T22). Essa conquista foi possível graças à implementação de diversas iniciativas focadas na redução de custos variáveis e na otimização de nossa operação. O crescimento da margem de contribuição III é de extrema importância, uma vez que contribui para a diluição dos custos fixos e nos possibilita atingir melhores margens EBITDA.

No último trimestre, obtivemos uma margem EBITDA ajustada de -3,8% da receita op. líquida, representando uma melhoria de 3,9 pontos percentuais em relação ao trimestre do ano anterior (2T22) e em linha com a margem alcançada no mesmo período de 2021 (2T21). Com a diminuição de custos não recorrentes registrados no resultado do trimestre, conquistamos melhorias de margem EBITDA na ordem de 3,9 pontos percentuais em relação ao 2T22 e de 1,1 pontos percentuais em relação ao 2T21.

Esses resultados refletem o impacto positivo das medidas adotadas em relação à redução de custos e à eficiência operacional. Estamos comprometidos em continuar identificando oportunidades de aprimoramento e otimização em todas as áreas da empresa, buscando constantemente fortalecer nossa margem de contribuição III e, conseqüentemente, alcançar margens EBITDA ainda mais favoráveis.

EBIT

EBIT (em R\$ milhões)	2T23	2T22	2T21	2T23 x 2T22	2T23 x 2T21
(=) EBITDA	(5,5)	(12,2)	(9,4)	(54,8%)	(41,5%)
(-) Depreciação e Amortização	(15,9)	(16,6)	(8,0)	(4,5%)	99,4%
(=) EBIT	(21,4)	(28,8)	(17,4)	(25,8%)	23,1%
% da Receita Líquida	(16,7%)	(19,4%)	(9,9%)	2,7 p.p	-6,8 p.p

A melhoria na margem EBIT em comparação ao ano anterior é resultado principalmente da redução dos custos fixos da Companhia e aumento do EBITDA. Na comparação com o mesmo período do ano anterior houve uma leve redução na despesa com Depreciação e Amortização devido a menor base instalada de lojas no período. Nossa abordagem focada na eficiência e na otimização tem sido bem-sucedida em fortalecer nossa posição financeira e contribuir para uma margem EBIT sólida que teve uma melhoria de 2.7 pontos percentuais.

Comparando o segundo trimestre de 2023 com o mesmo período de 2021, observamos uma redução significativa no prejuízo em EBITDA, o que é um indicativo positivo do desempenho operacional da Companhia. No entanto, é importante destacar que as maiores despesas com Depreciação e Amortização, decorrentes do maior número de lojas e centros de distribuição abertos pela Companhia, tiveram um impacto mais expressivo no resultado, resultando em uma piora de 6,8 pontos percentuais na margem EBIT em comparação ao segundo trimestre de 2021.

É válido ressaltar que embora a margem EBIT tenha apresentado uma piora em comparação ao segundo trimestre de 2021, a redução significativa do prejuízo em EBITDA demonstra que nossas iniciativas de redução de custos e melhoria operacional estão surtindo efeito.

Lucro Líquido e Resultado Financeiro

Lucro Líquido (em R\$ milhões)	2T23	2T22	2T21	2T23 x 2T22	2T23 x 2T21
(=) EBIT	(21,4)	(28,8)	(17,4)	(25,8%)	23,1%
(-) Despesas financeiras	(12,6)	(9,2)	(5,1)	37,1%	144,2%
(+) Receitas financeiras	16,8	10,1	5,5	65,9%	203,7%
(=) Lucro Líquido	(17,1)	(27,8)	(17,0)	(38,4%)	0,9%
% da Receita Líquida	(13,4%)	(18,7%)	(9,7%)	5,3 p.p	-3,7 p.p

No segundo trimestre de 2023, a empresa registrou um prejuízo líquido de R\$ 17,1 milhões, o que resultou em uma margem líquida de -13,4%. Esse valor representa uma redução de aproximadamente 40% em relação ao mesmo período do ano anterior. O prejuízo foi principalmente atribuído à queda na receita, mas foi parcialmente compensado pelas melhorias operacionais e gestão de custos fixos que foram implementadas.

Para aprimorar seus resultados financeiros, a Mobly manterá o foco na otimização operacional e no crescimento do modelo de negócio ao longo do segundo semestre de 2023. A empresa reconhece que ainda há espaço para melhorar suas margens, reduzir custos e continuar diminuindo o prejuízo líquido.

CAPEX

CAPEX - Aquisições (em R\$ milhões)	2T23	2T22	2T21	2T23 x 2T22	2T23 x 2T21
Lojas e Centros de Distribuição	1,7	8,2	7,5	(78,8%)	(76,8%)
Equipamentos de Informática e Comunicação	0,0	0,8	1,1	(94,5%)	(95,8%)
Softwares e Tecnologia	3,7	5,8	3,7	(34,9%)	0,5%
(=) Total	5,5	14,8	12,3	(62,6%)	(55,1%)

ÚLTIMAS LOJAS ABERTAS

Megastore Santos

Localizada na Av. Doutor Bernardino de Campos, 284 - Santos, São Paulo, a loja conta com uma área de 1.500 m². A unidade conta com o ship from store, pegue e leve de móveis e venda de acessórios.



Zip Tietê Plaza

Localizada na Av. Raimundo Pereira de Magalhães, 1465 - Tietê Plaza - São Paulo, é a primeira Zip franquia aberta em shopping com uma área de 350 m². A loja divide espaço com uma reconhecida marca de acessórios, cama, mesa e banho.



Outlet Marechal Tito

Localizada na Av. Marechal Tito, 5900 - São Paulo, a loja possui área de 800 m². A unidade oferece um novo conceito de outlet que combina a venda de produtos novos com produtos que apresentam pequenos defeitos a preços atrativos. Além disso, a loja também conta com a venda de produtos de devolução.



Megastore São José dos Campos

Localizada na Av. Dep. Benedito Matarazzo, 4048 Loja 1, a unidade conta com uma área de 1.200 m². A loja já foi aberta no novo conceito de exposição e conta com ship from store, pegue e leve de móveis e venda de acessórios



Megastore Sorocaba

Localizada na Av. Dom Aguirre, 2121 Loja 1 - Sorocaba, São Paulo. A unidade foi pioneira no lançamento de um novo conceito de exposição, com uma comunicação visual diferenciada e uma redução de sua metragem.



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 30 de junho de 2023 e 2022; e (b) revisaram, discutiram e concordaram com o relatório apresentado no parecer de auditoria da KPMG Auditores Independentes, emitido em 02 de agosto de 2023, sobre as demonstrações financeiras relativas aos exercícios sociais encerrados em 30 de junho de 2023 e 2022.

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)	2T23	2T22	2T21	2T23 x 2T22	2T23 x 2T21
Receita operacional líquida	128.154	148.752	175.679	(13,8%)	(27,1%)
Custo dos produtos vendidos	(71.980)	(92.293)	(109.924)	(22,0%)	(34,5%)
Lucro bruto	56.174	56.459	65.755	(0,5%)	(14,6%)
Receitas (despesas) operacionais					
Despesas comerciais	(56.092)	(64.364)	(62.244)	(12,9%)	(9,9%)
Despesas gerais e administrativas	(21.656)	(20.885)	(21.296)	3,7%	1,7%
Perda de crédito esperada	(318)	20	(290)	-	9,7%
Outras (despesas) receitas operacionais líquidas	504	(36)	698	-	(27,8%)
Prejuízo antes do resultado financeiro e do imposto de renda e contribuição social	(21.388)	(28.806)	(17.377)	(25,8%)	23,1%
Despesas financeiras	(12.567)	(9.166)	(5.146)	37,1%	144,2%
Receitas financeiras	16.808	10.132	5.534	65,9%	203,7%
Resultado financeiro, líquido	4.241	966	388	339,0%	993,0%
Prejuízo do exercício	(17.147)	(27.840)	(16.989)	(38,4%)	0,9%
Prejuízo atribuível a sócios controladores	(17.147)	(27.840)	(16.989)	(38,4%)	0,9%
Básico	(0,04564)	(0,26143)	(0,15954)	(82,5%)	(71,4%)
Diluído	(0,04564)	(0,26143)	(0,15954)	(82,5%)	(71,4%)

ANEXO II

Balanço Patrimonial (em R\$ mil)	2T - 2023	2T - 2022
Ativo		
Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	166.869	203.692
Contas a receber	101.186	118.304
Estoques	62.431	103.256
Impostos a recuperar	90.926	85.200
Depósitos e bloqueios judiciais	432	1.052
Créditos diversos	30.859	18.431
Total do ativo circulante	452.703	529.935
Não circulante		
Impostos a recuperar	32.103	20.883
Depósitos e bloqueios judiciais	75.038	53.117
Créditos diversos	3.727	3.727
Imobilizado	74.395	88.104
Direito de uso	133.650	166.456
Intangível	41.797	37.585
Total do ativo não circulante	360.710	369.872
Total do ativo	813.413	899.807
Passivo		
Circulante		
Fornecedores e outras contas a pagar	52.152	78.392
Risco Sacado	9.046	-
Salários e encargos sociais	11.196	10.983
Impostos a recolher	4.564	3.299
Empréstimos e financiamentos	18.655	-
Adiantamentos de clientes	8.550	11.474
Partes relacionadas - Passivo	43	76
Passivo de arrendamento	37.930	36.627
Provisão para contingências	2.111	704
Provisões	1.119	1.844
Total do passivo circulante	145.366	143.399
Não circulante		
Provisão para contingências	20.121	13.073
Impostos a recolher	580	580
Provisões	11.121	9.994
Passivo de arrendamento	120.774	143.975
Total do passivo não circulante	152.596	167.622
Patrimônio líquido		
Capital social	1.085.845	1.085.845
Reservas de Capital	9.840	7.411
Prejuízos acumulados	(580.234)	(504.470)
Patrimônio líquido atribuível aos acionistas	515.451	588.786
Total do patrimônio líquido	515.451	588.786
Total do passivo e patrimônio líquido	813.413	899.807

ANEXO III

Demonstrações dos Fluxos de Caixa (Em milhares de Reais)		1S23	1S22
Fluxo de caixa das atividades operacionais	Prejuízo do exercício	(39.686)	(53.760)
	Depreciação	11.130	9.810
	Amortização	6.145	4.981
	Depreciação - direito de uso	18.200	20.506
	Juros passivos de arrendamento	7.601	7.906
	Juros sobre antecipação de recebíveis	8.469	4.803
	Atualização monetária sobre empréstimos	1.164	-
	Outras receitas/(despesas) financeiras	(15.468)	(12.237)
	Provisões para contingências	6.119	1.410
	Provisão para devolução	(91)	(159)
	Resultado da alienação de imobilizado e intangível	(57)	(28)
	Perda por redução ao valor recuperável do contas a receber	437	19
	Provisão para obsolescência	(2.698)	3.133
	Provisão para programa de incentivo a longo prazo	1.088	1.724
	Variação nos ativos operacionais	Contas a receber	12.149
Estoques		27.751	25.842
Depósitos e bloqueios judiciais		(4.035)	(10.468)
Créditos diversos e impostos a recuperar		(15.401)	(7.758)
Variação nos passivos operacionais	Fornecedores e outras contas a pagar	(57.647)	(35.015)
	Obrigações tributárias e trabalhistas	(3.134)	(14.523)
	Adiantamentos de clientes	(5.872)	(2.643)
	Partes relacionadas	2	(9)
Caixa utilizado nas atividades operacionais	Caixa utilizado nas atividades operacionais	(43.834)	(11.556)
	Pagamento de juros sobre empréstimos e financiamentos	(884)	-
	Pagamento de juros sobre passivo de arrendamento	(6.776)	(4.996)
	Pagamento de juros de antecipação de recebíveis	(8.469)	(4.803)
	Outros juros pagos	(5.781)	(1.517)
Fluxo de caixa líquido utilizado nas atividades operacionais	Fluxo de caixa líquido utilizado nas atividades operacionais	(65.744)	(22.872)
	Juros de aplicações financeiras	18.909	9.345
	Recursos provenientes da alienação de ativo imobilizado	63	91
	Aquisição do ativo imobilizado	(3.096)	(22.666)
	Aquisição do ativo intangível	(7.646)	(13.100)
Fluxo de caixa utilizado nas atividades de investimento	Fluxo de caixa utilizado nas atividades de investimento	8.230	(26.330)
	Captação de empréstimos	17.491	-
	Pagamento de empréstimos e financiamentos	(11.739)	-
	Pagamento de passivo de arrendamento	(17.692)	(18.637)
	Caixa líquido proveniente das atividades de financiamento	(11.940)	(18.637)
Aumento (redução) líquida em caixa e equivalentes de caixa	Aumento (redução) líquida em caixa e equivalentes de caixa	(69.454)	(67.839)
	Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	236.323	271.532
	Caixa e equivalentes de caixa no final do exercício	166.869	203.692

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 AGOSTO DE 2023 (SEXTA-FEIRA)

EM PORTUGUÊS

15h00 - Horário de Brasília (BRT)

Para participantes no Brasil:

+55 11 4700 9668 | +55 21 3958 7888

ID do webinar: 811 2066 5667

Senha: 922578

[WEBCAST EM PORTUGUÊS, CLIQUE AQUI](#)

EM INGLÊS (TRADUÇÃO SIMULTÂNEA)

14h00 - Horário de Nova York (EDT)

Para participantes nos EUA:

+1 309 205 3325 | +1 312 626 6799

ID do webinar: 811 2066 5667

Senha: 922578

[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)

VICTOR MARTINELLI CHUNQUES

Coordenador de Relações com Investidores
(CRI)

**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.