

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

março 2024

enjoei

1. introdução

GRUPO ENJOE

2. alavancas de crescimento

ESTRATÉGIA DE PORTFOLIO

3. avanço consistente

RESULTADOS FINANCEIROS

1. introdução

GRUPO
ENJOE!

online | marketplaces

offline | lojas físicas

unidades de negócio



marcas

enjoei online

enjoei pro

elo7

enjoei franquias

cresci e perdi
[25% participação]

categorias

fashion & lifestyle
secondhand
marketplace

serviço de
conveniência
para vendedores

festas & itens
customizados
marketplace

fashion & lifestyle
secondhand
lojas físicas

kids
secondhand
lojas físicas

ESTAMOS MUDANDO A FORMA COMO AS PESSOAS CONSOMEM FASHION E LIFESTYLE NO BRASIL



2009

2012

2017

2020

2021

2022

2023

2023

2024

fundado por Ana Luiza McLaren e Tiê Lima

primeiras parcerias com celebridades, criando lojinhas de famosos, chamadas de “red carpet”

início da operação do enjoei pro, serviço de conveniência para vendedores

IPO B3: ENJU3 com valuation de R\$1,13 bilhão

- novo centro de distribuição em Cabreúva/SP, aumentando a capacidade do enjoei pro
- criação de hub de logística, adicionando novos parceiros à operação

nova marca e identidade visual permitindo comunicação mais ampla com público

- 11.000 pontos de coleta integrados à plataforma
- aquisição do elo7 e expansão para novas categorias

aquisição de participação de 25% na rede de franquias ‘cresci e perdi’ (com opção de compra de 75% em 2028), dando os primeiros passos no canal offline

início da operação de lojas físicas com a marca enjoei e expansão via franquias

GMV:

R\$ 1 milhão em Dezembro 2012

R\$ 10 milhões em Novembro 2015

R\$ 20 milhões em Julho 2018

R\$ 40 milhões em Maio 2020

R\$ 90 milhões em Novembro 2021

R\$ 1 bilhão LTM 2022

R\$ 1,4 bilhão LTM 2023 c/ elo7

A MAIOR COMUNIDADE DE MODA SECONDHAND NO BRASIL

o enjoei marketplace é uma plataforma peer to peer (c2c), onde as pessoas podem comprar e vender itens pessoais online, participando da economia circular e ganhando uma renda extra.

queremos construir uma nova cultura de consumo de moda e estilo de vida no Brasil, estimulando uma economia sustentável, redefinindo itens únicos e contando novas histórias.

modelo comercial: baseado em comissões sobre vendas, cobradas dos vendedores. os custos de envio são cobrados dos compradores e o enjoei subsidia parte dos custos de frete.

¹ em Dez 2023 | ² 12M2023

top 3

9,5% de participação de tráfego na categoria moda¹

+1 mi

compradores ativos¹

+1 mi

vendedores ativos¹

1 bi

GMV²
(em R\$)



online | marketplaces



enjoei online

fashion & lifestyle
secondhand
marketplace



ENJOEI PRO FACILITA A JORNADA DO VENDEDOR

o enjoei pro oferece uma experiência de serviço completa aos vendedores: nossa equipe é responsável por fotografar os produtos, divulgá-los, negociá-los e enviá-los aos compradores.

nosso centro de distribuição em cabreúva/sp centraliza todos os itens recebidos dos clientes e possui capacidade de processar mais de 1,5 milhão de produtos.

modelo comercial: baseado em comissões sobre vendas cobradas dos vendedores. Os custos de envio são cobrados dos compradores e a enjoei subsidia parte dos custos de frete.

parcerias estratégicas

parcerias com celebridades e marcas para eventos, bazares e campanhas são estratégicas em termos de branding, influência e criação de demanda para a plataforma.

curadoria de inventário

produtos verificados pela equipe de curadoria garantem estoque de alta qualidade para o abastecimento da plataforma.



online | marketplaces



enjoei online

serviço de conveniência para vendedores



ELO7 GARANTE UM ECOSSISTEMA MAIOR E MAIS FORTE

a plataforma elo7 conecta empreendedores de produtos exclusivos e personalizados com compradores que buscam itens especiais e cheios de significado, em diversas categorias (casa & decoração, festas & eventos, infantil, moda).

a aquisição abre espaço para o grupo enjoei capturar diversas sinergias, incluindo ajustes na estrutura corporativa, melhorias na política comercial, redução nos custos de frete e processamento de pagamentos.

modelo comercial: baseado em comissões sobre vendas, cobradas dos vendedores. os custos de envio são cobrados dos compradores e o elo7 subsidia parte dos custos de frete.

460 mi

GMV¹
(em R\$)

+1,5 mi

compradores ativos²

+50k

vendedores ativos profissionais (empreendedores)²



online | marketplaces



enjoei online

marketplace de itens customizados
aquisição em ago/23



FRANQUIAS PERMITEM AVANÇAR NO MERCADO OFFLINE

o enjoei também terá operação própria de lojas físicas a partir de 2024, focada em categorias de moda, estreando com uma marca forte e reconhecida e contando com a expertise da Cresci e Perdi e da Francap.

o modelo de franquias nos capturar grande parte do valor gerado por operações com baixos riscos de investimento e alta velocidade de expansão.

modelo comercial: taxa de abertura e royalties mensais sobre vendas.

2T24

abertura das primeiras lojas

300

franquias esperadas em 3 anos



online | marketplaces



enjoei franchising

fashion & lifestyle
secondhand
lojas físicas



A MAIOR REDE DE FRANQUIAS SECONDHAND NO BRASIL

a Cresce e Perdi é a maior rede de franquias de produtos de segunda mão do Brasil, focada nas categorias kids/babys. a CeP está presente em mais de 390 cidades do Brasil, com 214 unidades no estado de São Paulo, apresentando crescimento exponencial. a empresa opera usando um modelo de negócios asset light baseado em royalties.

a aquisição de 25% de participação proporciona expertise para expansão das lojas próprias do enjoei e suporte à malha logística do grupo com potencial redução de custos de frete e processamento de pagamentos.

modelo comercial: taxa de abertura e royalties fixos mensais de acordo com o tamanho e localização da loja

550

lojas¹

700 mi

GMV²
(em R\$)

6 mi

clientes¹

online | marketplaces



cresci e perdi

kids secondhand
lojas físicas
aquisição de 25% em dez/23

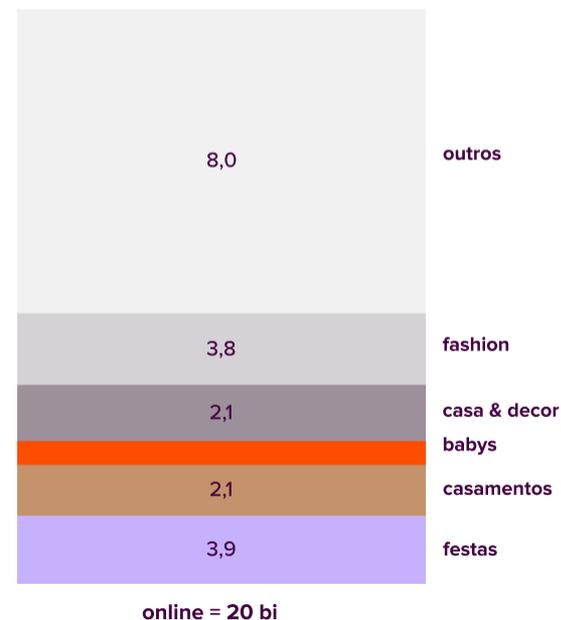
TAMANHO DE MERCADO & ESTRATÉGIA DE PORTFOLIO

com a entrada no canal offline (com lojas físicas enjoei e CeP) e adição novas categorias (embarcadas com a aquisição da elo7), o mercado endereçável atinge ~R\$ 100bi

TAM secondhand¹: R\$78 bi



TAM categorias elo7: R\$20 bi

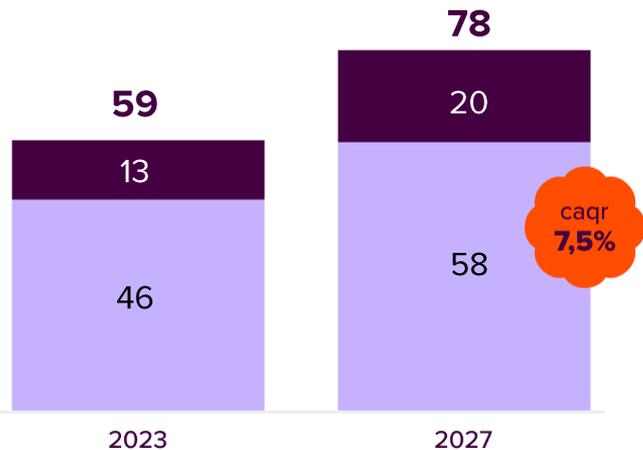


¹ TAM estimado para 2027 – BCG data

TAMANHO DE MERCADO & ESTRATÉGIA DE PORTFOLIO

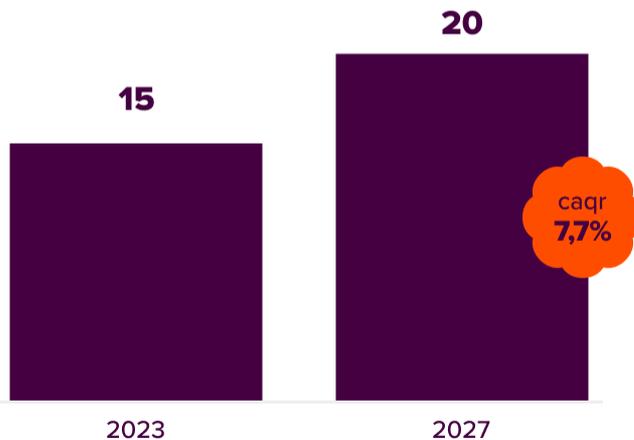
TAM para produtos secondhand no Brasil

(online e offline - R\$ bi)



TAM para categorias elo7 no Brasil

(online - R\$ bi)

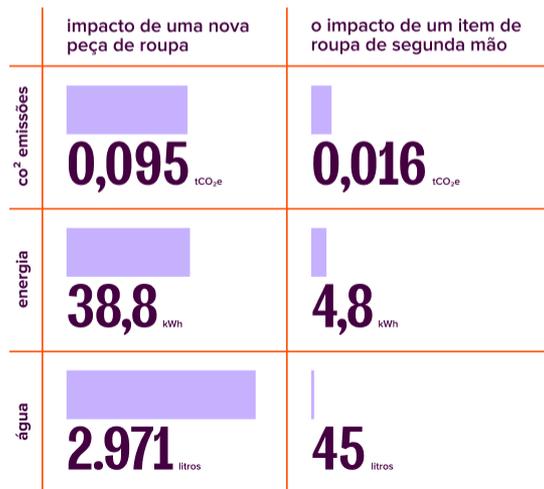


■ online ■ offline

SUSTENTABILIDADE É NOSSO CORE

ambiental

impacto ambiental ao comprar itens secondhand vs itens novos é muito inferior



social

enjoei pode fornecer acesso aos compradores e gerar renda extra para os vendedores

as roupas ficaram menos acessíveis para o bolso dos brasileiros: em 2022, os custos das roupas aumentaram +18%. vender itens de segunda mão, que de outra forma ficariam no guarda-roupa ou seriam descartados, é sinônimo de economia. dinheiro que pode ser um acréscimo no final do mês.

o elo7 complementa o ecossistema, proporcionando um novo canal para empreendedores individuais, aumentando a renda das famílias.

vendedor, somos sustentáveis para o seu bolso:

olhando nossos números, podemos quantificar esse impacto: em 2022, mais de 20% dos nossos usuários receberam R\$ 300,00/mês ou mais com suas lojas no enjoei. isso equivale a quase um quarto do salário mínimo no Brasil.



comprador, somos sustentáveis para o seu bolso:

considerando que o baixo custo é o principal fator na decisão de compra de itens usados e que, no enjoei, os itens anunciados são quase 70% mais baratos que o custo de um item novo, oferecemos a solução ideal entre necessidade e oportunidade.



2. alavancas de crescimento

ESTRATÉGIA DE PORTFOLIO

ESTRATÉGIA DE PORTFOLIO

diretrizes: alavancar o crescimento do core business e expandir o portfólio por meio de novas categorias e canais (online e offline), fortalecendo a cadeia de valor, com alto nível de eficiência de investimentos

**crescimento
do core**

**expansão de
categorias**

**novos modelos
de negócio
(canal offline)**

**fortalecimento
da cadeia de
valor**

eficiência de investimentos

estrutura tecnológica eficiente e forte + equipe engajada

ESTRATÉGIA DE PORTFOLIO

estratégia

marcas

diretrizes

key drivers

crescimento
do core



aumentar o número de listagens e acelerar o giro da plataforma, sendo o melhor lugar para os usuários venderem seus produtos usados, maximizando a geração de valor para o seller, por meio de avanços nos recursos de recomendação de preços, busca, eficiência de subsídios e outras estratégias.

vendedores
ativos

uploads

giro

receita do seller /
uploads

expansão de
categorias



expansão de categorias explorando novos mercados potenciais para:

- enjoei (infantil, livros, eletrônicos, por exemplo).
- elo7 (festas, eventos, infantil) c/ melhorias no nível de serviço prestado pelos vendedores, reduzindo prazo de entrega.

gmv de novas
categorias (enjoei)

gmv / comprador
(elo7)

transações /
vendedor (elo7)

ESTRATÉGIA DE PORTFOLIO

estratégia

marcas

diretrizes

key drivers

novos
modelos de
negócio



novos modelos de negócios, entrando no varejo offline e aumentando o mercado endereçável através da implementação de franquias enjoei e investimento no cresci e perdi.

lojas

receita
(franqueador)

margem ebitda
(franqueador)

fortalecimento
da cadeia de
valor



fortalecimento da cadeia de valor por meio da capilaridade logística e mitigação de riscos de pagamento por meio da internalização das etapas da cadeia.

custo de frete

nível de serviço e
atendimento

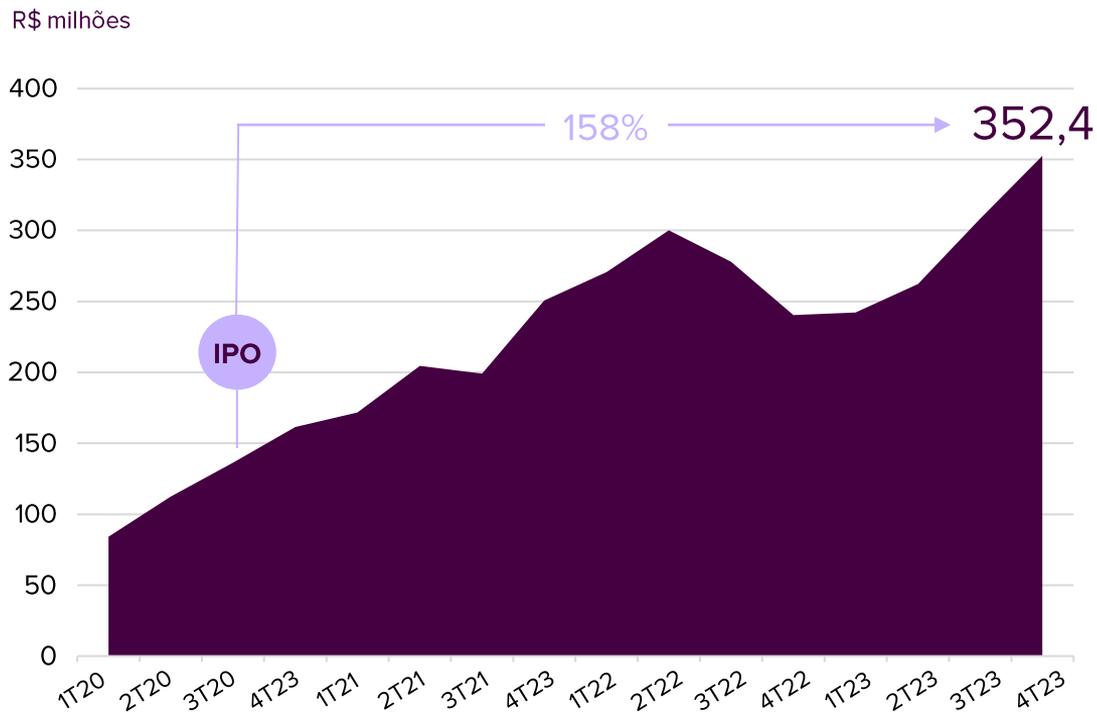
3. avanço consistente

**RESULTADOS
FINANCEIROS**

CRESCIMENTO

GMV cresceu 158% desde o IPO

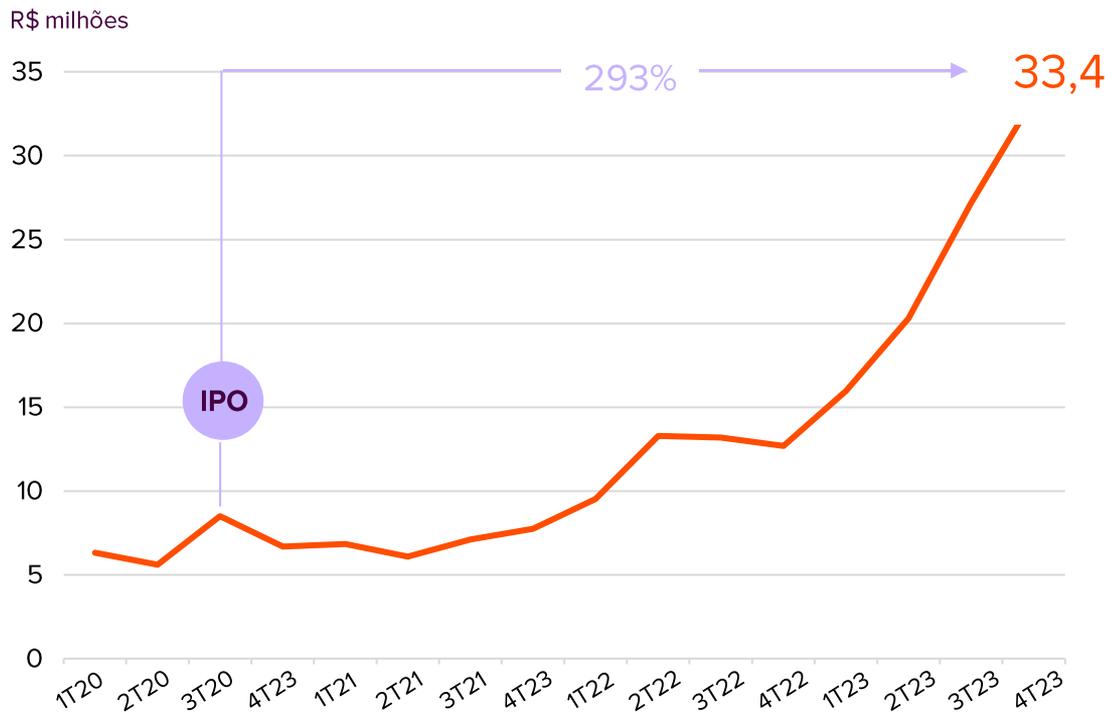
favorecido pela tendência secular e global de expansão do mercado de segunda mão, mantendo sua posição de liderança no Brasil



EFICIÊNCIA

o lucro bruto avançou mais rápido que o GMV

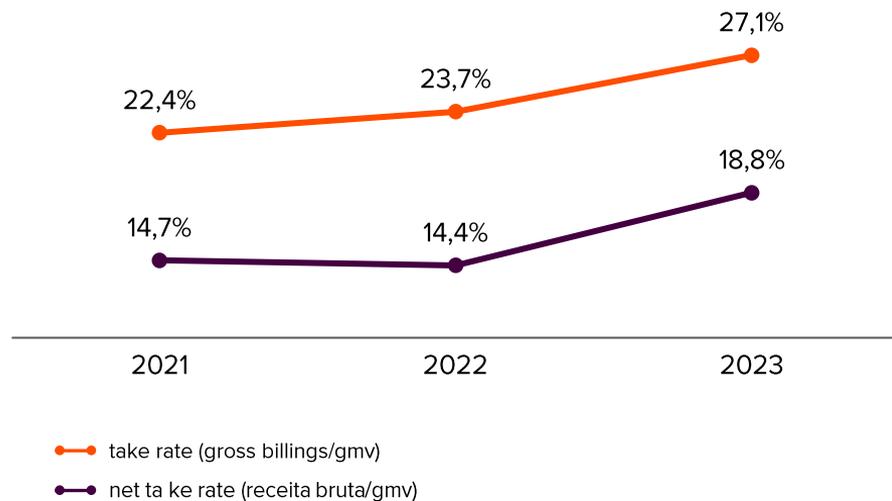
as condições comerciais pró-crescimento em 2020-2021 foram reequilibradas em 2022 e 2023 para garantir uma rentabilidade mais saudável



RESULTADOS Financeiros

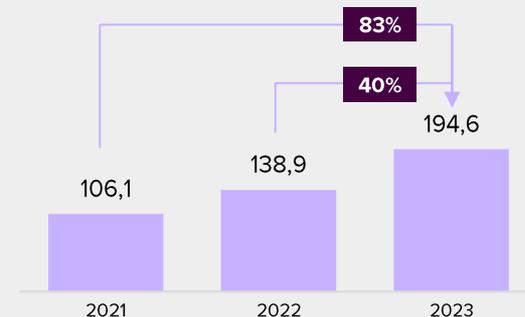
take rate & net take rate

R\$ milhões



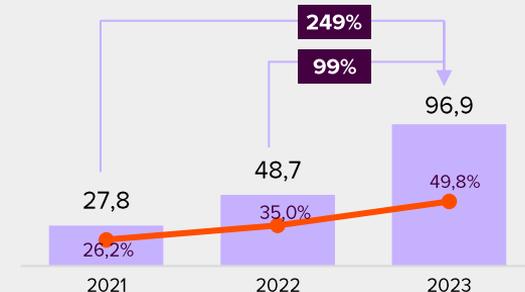
receita líquida

R\$ milhões



lucro bruto

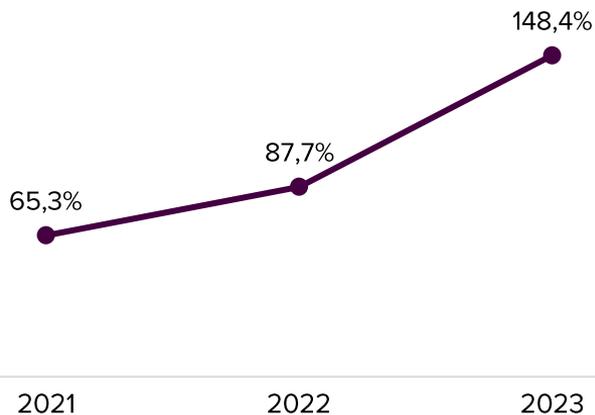
R\$ milhões



RESULTADOS Financeiros

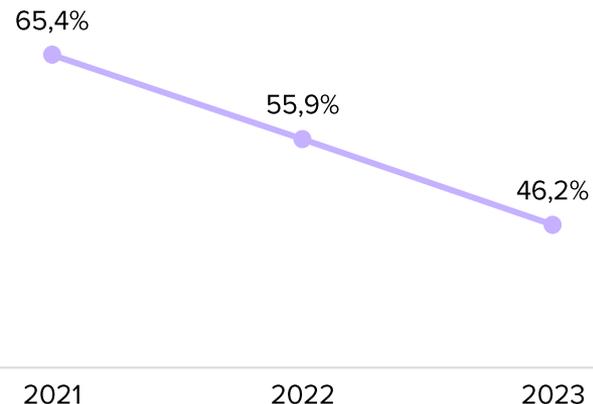
cobertura do g&a pelo lucro bruto

g&a (ex-sop) / lucro bruto



marketing + incentivos

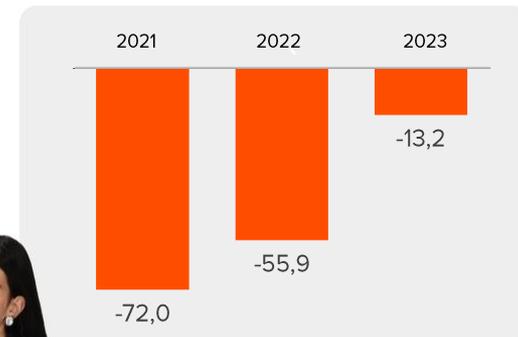
% gross billings



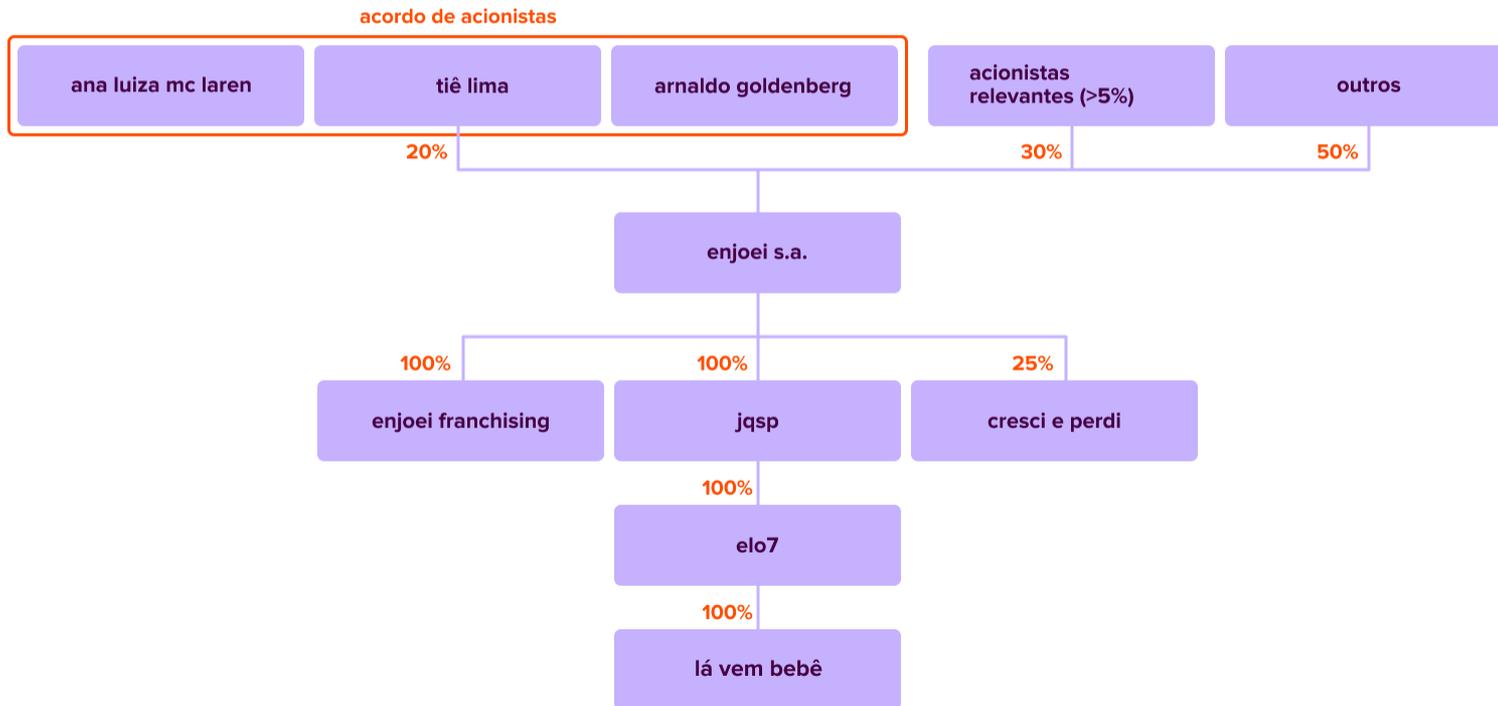
RESULTADOS Financeiros

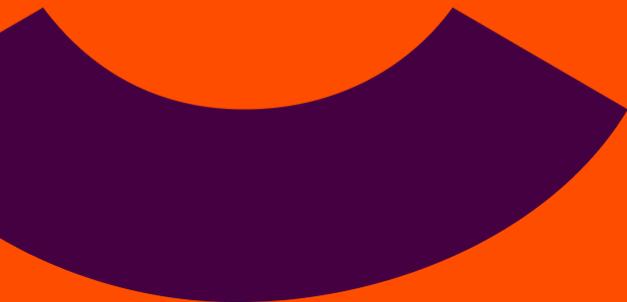
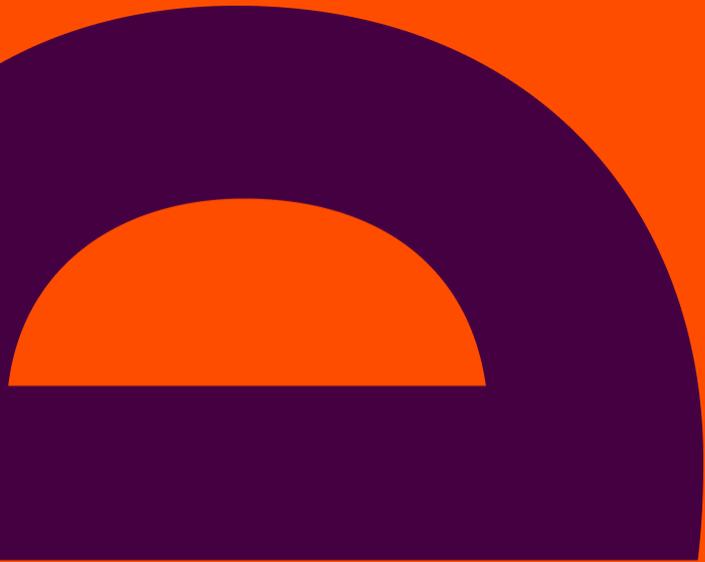
ebitda ajustado

R\$ milhões



ESTRUTURA CORPORATIVA





obrigado.