APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

enjoei

novembro 2025

1. introdução

GRUPO ENJOEI

2. alavancas de crescimento

ESTRATÉGIA DE PORTFOLIO

3. crescimento plataforma & expansão de categorias

CORE ENJOEI

4. crescimento plataforma

CORE ELO7

5. avanço consistente

RESULTADOS FINANCEIROS

1. introdução

GRUPO ENJOEI

	online | marketplaces			offline | lojas físicas
unidades de negócio	enjoei	enjoei PRO	elo7	enjoei LOJAS FÍSICAS
marcas	enjoei online	enjoei pro	elo7	enjoei franquias
categorias	fashion & lifestyle secondhand marketplace	serviço de conveniência para vendedores	itens customizados & marketplace	fashion & lifestyle secondhand lojas físicas

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

2009	2012	2017	2020	2021	2022	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	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 CIRCULAR 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.

+2,1 mi compradores ativos[1]

+1,6 mi vendedores ativos[1]

+1,3 bi GMV[2] (em R$)

online | marketplaces

enjoei

enjoei online

fashion & lifestyle secondhand marketplace

elo7

enjoei PRO

enjoei LOJAS FÍSICAS

[1] Em Set 2025 | [2] LTM Set 2025

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 enjoei garantem estoque de alta qualidade para o abastecimento da plataforma.

online | marketplaces

enjoei PRO

enjoei online

serviço de conveniência para vendedores

elo7

enjoei PRO

enjoei LOJAS FÍSICAS

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.

+ 362 mi **GMV[1] (em R$)**

+ 1,08 mi **compradores ativos[2]**

+44k **vendedores ativos profissionais (empreendedores)[2]**

online | marketplaces

elo7

enjoei online

marketplace de itens customizados
aquisição em ago/23

enjoei PRO

enjoei

enjoei
LOJAS FÍSICAS

[1] LTM Set 2025 | [2] em Set 2025

FRANQUIAS PERMITEM AVANÇAR NO MERCADO OFFLINE

a estratégia de expansão de franquias enjoei segue bem-sucedida, focada em categorias de moda

além disso, com a presença na ABF Franchising expo consolidando a posição do grupo no mercado de franquia, viabiliza a execução de um plano ambicioso para tornar o enjoei referência de moda circular também no canal offline

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

6 **lojas em operação**[1]

+6 **lojas em fase de implantação**

online | marketplaces

enjoei
LOJAS FÍSICAS

enjoei franchising

fashion & lifestyle
secondhand
lojas físicas

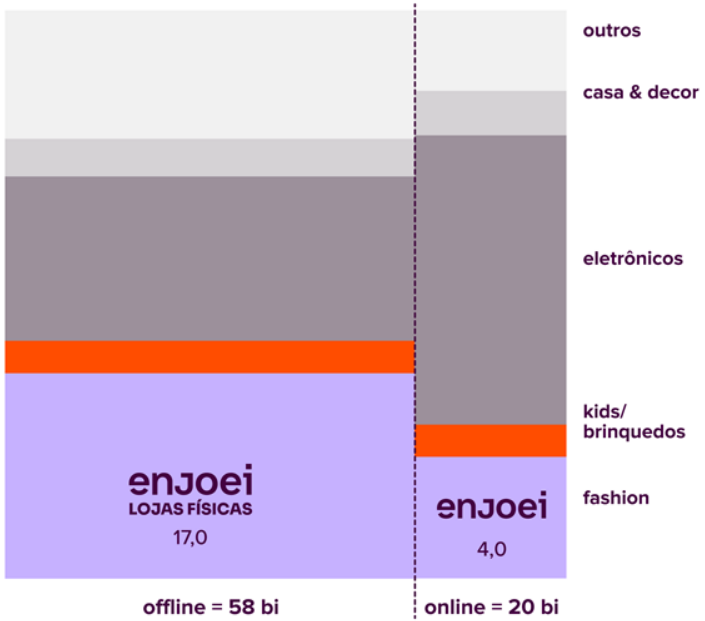
elo7
enjoei PRO
enjoei

[1] Considera as 3 lojas próprias na cidade de São Paulo e as 3 unidades franqueadas que já foram inauguradas (Goiânia, Rio de Janeiro e São José do Rio Preto).

TAMANHO DE MERCADO & ESTRATÉGIA DE PORTFÓLIO

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

TAM secondhand[1]: R$78 bi

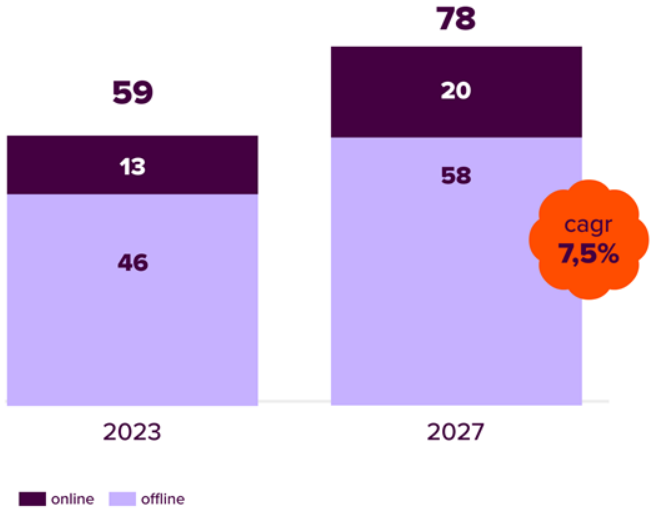


TAM categorias elo7: R$20 bi

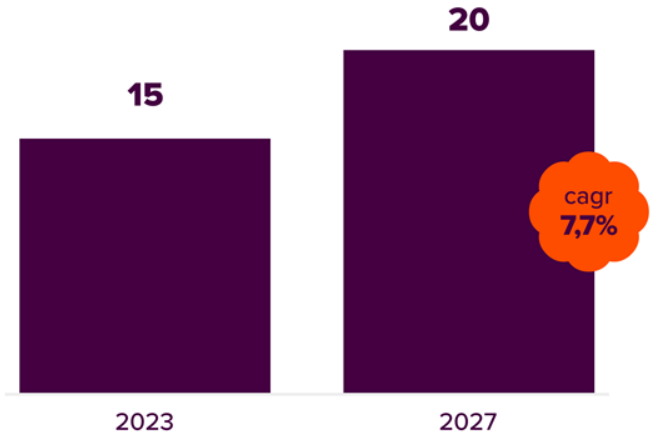
[1] TAM estimado para 2027 – BCG data

TAMANHO DE MERCADO & ESTRATÉGIA DE PORTFÓLIO

TAM para produtos usados no Brasil
(online e offline - R$ bi)



TAM para categorias elo7 no Brasil
(online - R$ bi)



sustentabilidade é nosso core

ambiental

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

	impacto de uma nova peça de roupa	o impacto de um item de roupa de segunda mão
co² emissões	0,016 tCO_2e	0,012 tCO_2e
energia	76,6 kWh	60,1 kWh
água	1.070,1 litros	733,6 litros

*Fonte: ThredUpResale Report, 2023. Disponível em: https://www.thredup.com/resale/#resale-industry

social

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

as roupas ficaram menos acesssíveis para o bolso dos brasileiros: no acumulado de 2022 e 2023, os custos das roupas aumentaram +21,5%. vender itens de segunda mão, que de outra forma ficariam no guarda-roupa e 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 PORTFÓLIO

PILARES 2025

diretriz: fortalecer e destravar o potencial de crescimento do core, além de expandir o portfólio através de novas categorias e canais offline, dominando os elos da cadeia de valor

- CRESCIMENTO PLATAFORMAS
- EXPANSÃO DE CATEGORIAS
- CONSOLIDAR A CONFIANÇA
- CADEIA DE VALOR
- NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

eficiência de investimento

unificação e simplificação de tecnologia
time engajado e eficiente

ESTRATÉGIA DE PORTFÓLIO

estratégia	marcas	diretrizes	key drivers
CRESCIMENTO PLATAFORMAS	enjoei enjoei PRO	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 vendedor, por meio de avanços nos recursos de precificação, busca e eficiência de subsídios.	**aumento de receita por usuário**
EXPANSÃO DE CATEGORIAS	enjoei elo7	expansão de categorias explorando novos mercados potenciais para: • enjoei (infantil, livros, eletrônicos, por exemplo). • elo7 (itens personalizados, eventos, infantil) c/ melhorias no nível de serviço prestado pelos vendedores, reduzindo prazo de entrega.	**aumento de receita info&eletro**

ESTRATÉGIA DE PORTFÓLIO

estratégia	marcas	diretrizes	key drivers
NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO	enjoei LOJAS FÍSICAS	novos modelos de negócios, entrando no varejo offline e aumentando o mercado endereçável através da implementação de franquias enjoei.	**vender franquias**
CADEIA DE VALOR	enjoei enjoei PRO elo7 enjoei LOJAS FÍSICAS	fortalecimento da cadeia de valor por meio da capilaridade logística e mitigação de riscos de pagamento por meio da internalização das etapas da cadeia.	**redução de custos de pagamentos e frete**

ESTRATÉGIA DE PORTFÓLIO

estratégia	marcas	diretrizes	key drivers
CONSOLIDAR A CONFIANÇA	enjoei elo7	reforçar a segurança sistêmica e fortalecer a confiança nas plataformas	**redução de cancelamento**

3. crescimento plataforma & expansão de categorias

CORE
ENJOEI

Recapitulando enjoei

2023

foco em destravar crescimento de inventário

- comissionamento clássico / turbinado
- central de vendedor + pop-app (notificações in-app para vendedores)
- republicar e revender
- vendedor em destaque
- novo upload de livros

2024

foco em base recorrente através de eficiência de incentivos, personalização e pricing

- cashback
- cupom por qualidade de vendedor
- preço esperto
- home personalizada

2025

foco em aumentar a eficiência da base já contratada, reduzindo insucessos de transações, aumentando a recorrência e qualificando a comunidade de vendedores

FIO CONDUTOR 2025

executando os processos
da melhor maneira possível,
com excelência

extraindo mais valor
do mesmo volume

AUMENTAR A **EFICIÊNCIA**, REDUZINDO **DESPERDÍCIOS** E GARANTINDO MAIOR **EFICÁCIA** ATRAVÉS DA BASE DE USUÁRIOS **JÁ CONTRATADA**

alcançando os objetivos
propostos > resultados

estimulando maior
frequência e recência

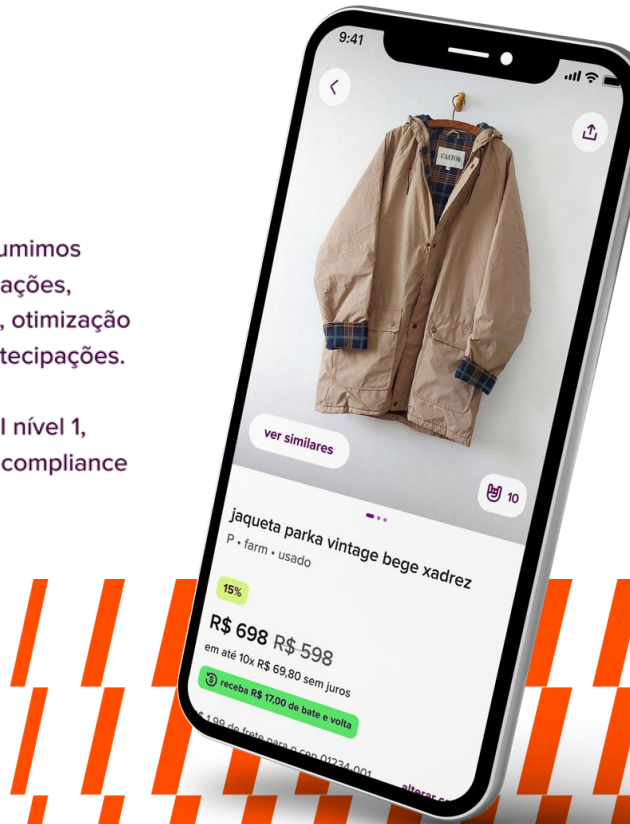
avenidas de crescimento

qualificação de vendedor e inventário	melhorar a qualificação do vendedor e capturar inventário com liquidez e rentabilidade	**- churn vendedor (menos recorrentes)** **+ posters recorrentes 3+**
eficiência da base de compradores	ampliar a base de compradores recorrentes de forma eficiente	**+ ltv/comprador receita por usuário** **+ compradores recorrentes 3+** **- cancelamento**
assertividade na descoberta	evoluir match entre usuários e produtos únicos e relevantes	**+ giro** **+ gmv por produto publicado**

novidade de produtos enjupay

lançamos o Enjupay, nossa própria subadquirente, representando um importante avanço na cadeia de valor das transações.

- **múltiplas negociações:** operações financeiras com novos parceiros estratégicos, viabilizando a redução de custos de MDR e antecipação.
- **melhoria na performance de aprovação:** múltiplos parceiros garantem a maximização da taxa de aprovação das transações no checkout.
- **melhoria na gestão do fluxo de caixa:** assumimos a gestão de 100% dos recebíveis das transações, viabilizando melhores estratégias de caixa, otimização do capital de giro, ganhos financeiros e antecipações.
- **medidas de segurança:** certificação de PCI nível 1, políticas de PLD e KYC, com operação em compliance com as regulações.



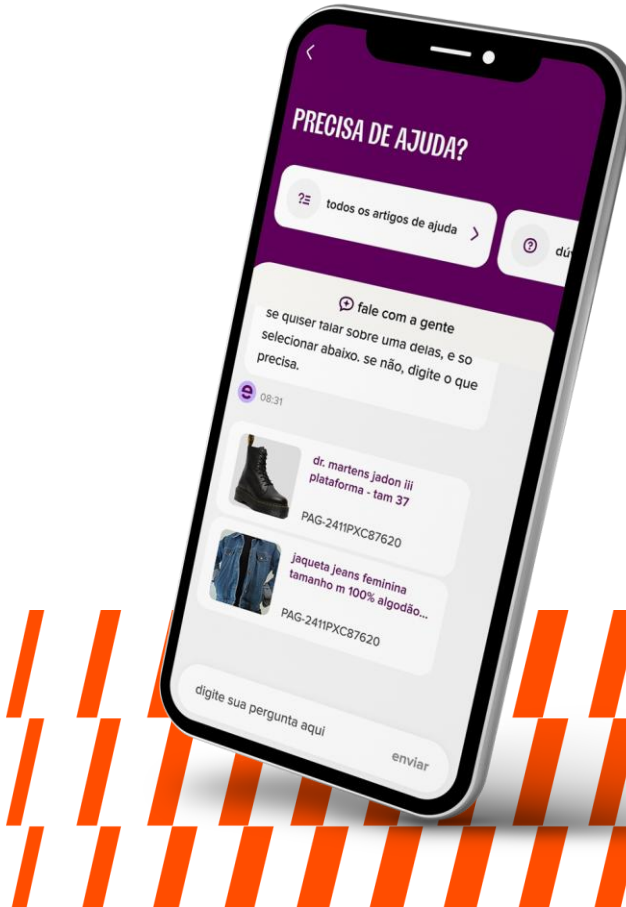
novidade de produtos
chat+ia

o rollout do novo atendimento via Inteligência artificial generativa já apresenta resultados positivos para a operação.

- **atendimento 24/7:** com funcionamento 24/7, a ferramenta opera com respostas específicas para o contexto do usuário, de forma mais assertiva, resolutiva e ágil.

- **aumento de contatos e retenção:** maior número de atendimentos e redução da demanda para tratativas manuais em 18%.

- **melhorias de CSAT:** aumento de 70% do nível de satisfação percebida pelos usuários que avaliaram o atendimento através da metodologia CSAT.



4. crescimento plataforma

CORE ELO7

Recapitulando elo7

2023

elo7 + enjoei

- foco no processo de transição e estabilização de operação

2024

foco em redução de fricções do checkout

- atributos
- prazo de produção
- fim do frete manual
- login via google
- fim do chat antes do checkout

2025

foco em melhorias na experiência para maior conversão, engajamento de vendedores e posicionamento de marca

FIO CONDUTOR 2025

identificação
compradores

definindo o core,
inventário-alvo

POSICIONAR O ELO7 NA CATEGORIA DE **PERSONALIZADOS**
COM PRODUTOS **AUTORAIS, ÚNICOS E CRIATIVOS**, E ENGAJAR
OS VENDEDORES PARA **AMPLIAR** AS SUAS VENDAS COM RENTABILIDADE

estimulando, incentivando
e promovendo

avenidas de crescimento

qualificação de vendedor e inventário	estimular a conversão através de incentivos comerciais e inteligência de precificação	**+gmv/cart** **+profit/cart**
eficiência da base de compradores	estabelecer posicionamento de marca e categoria core > personalizados	**+gmv por usuário** **+share personalizados**
assertividade na descoberta	engajar os vendedores para estimular vendas do inventário-alvo	**-churn de vendedores alvo** **+gmv/vendedor alvo**

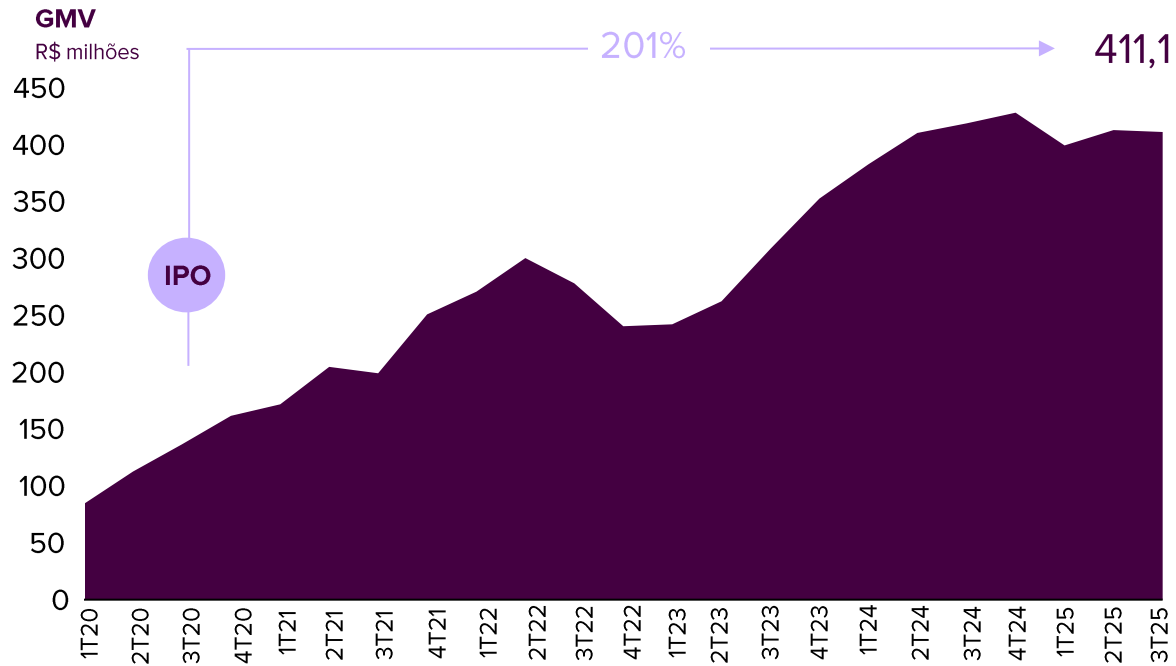
5. avanço consistente

RESULTADOS FINANCEIROS

crescimento

GMV cresceu 201% desde o IPO

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



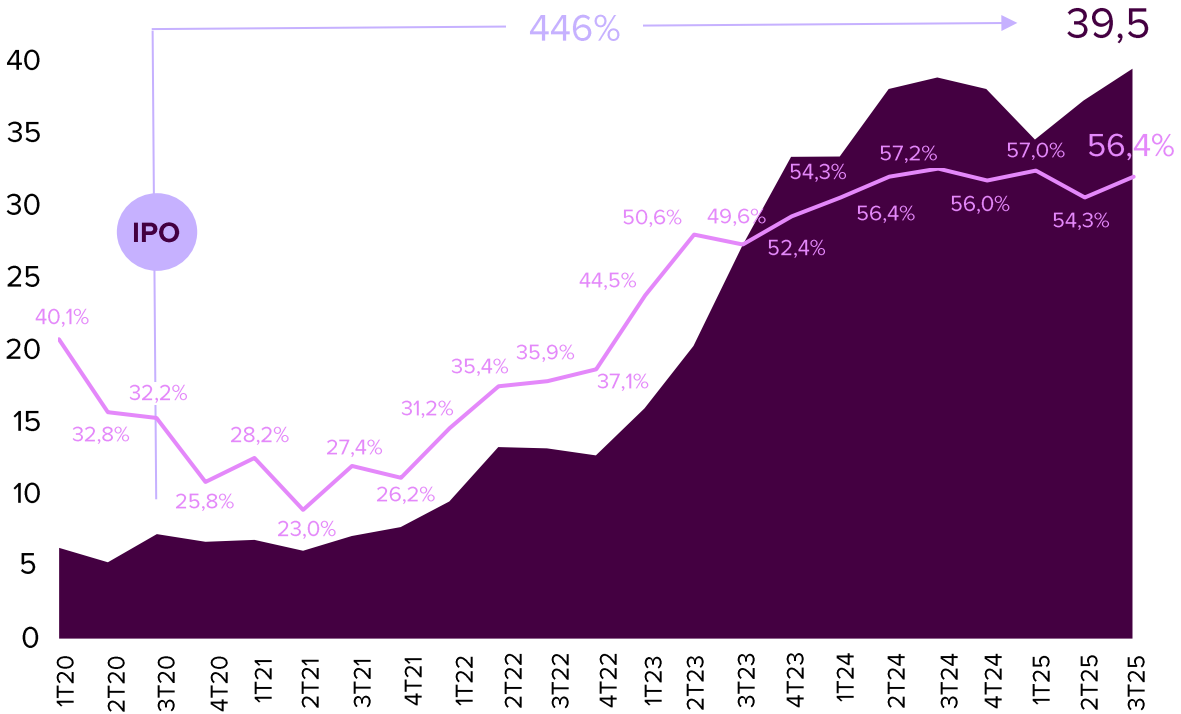
eficiência

o lucro bruto avançou mais rápido que o GMV

após o rápido crescimento de 2023 e evolução da rentabilidade em 2024, continuamos evoluindo em margem bruta e focamos em ampliar a nossa atuação para o varejo físico, com a expansão da nossa rede de franquias, além de avanços relevantes em produto e tecnologia.

lucro bruto e margem bruta

R$ milhões; %

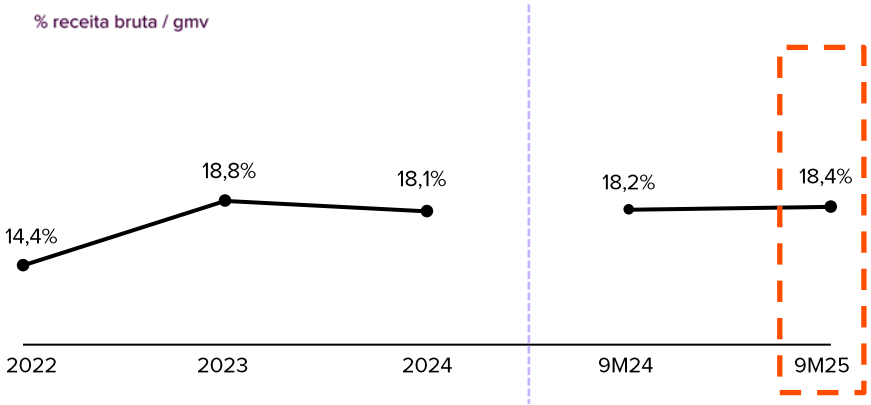


Resultados Financeiros

a maior eficiência na alocação de incentivos e subsídios vem contribuindo para evolução do net take rate. o forte crescimento do lucro bruto reflete também os ganhos de escala capturados nos custos de logística e pagamentos.

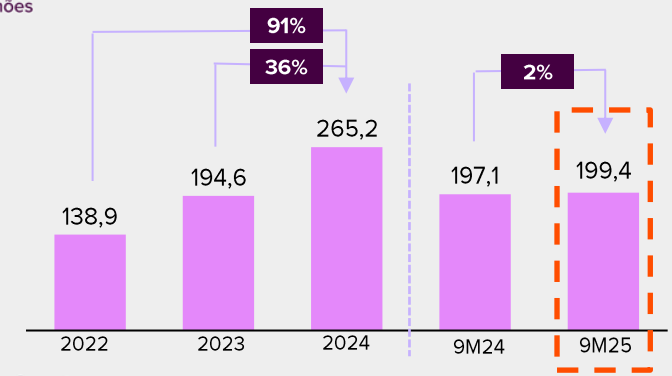
net take rate

% receita bruta / gmv



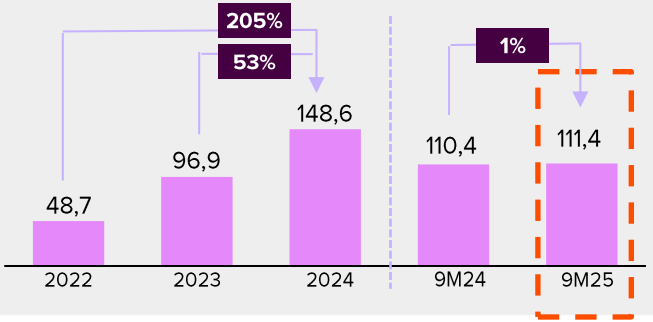
receita líquida

R$ milhões



lucro bruto

R$ milhões

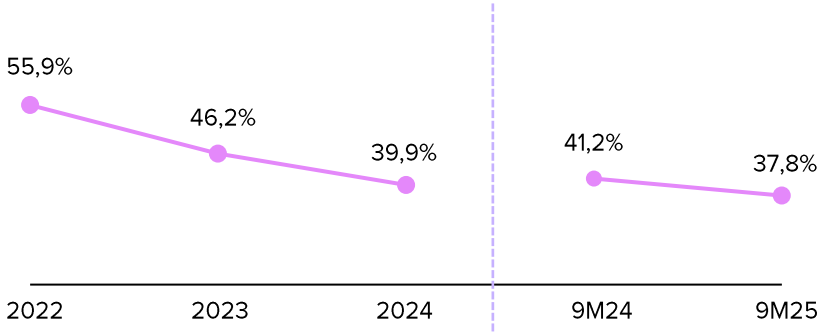


Resultados Financeiros

a diluição contínua de custos e despesas, aliada ao ganho de eficiência dos investimentos em marketing dos últimos trimestres, resultaram em avanços significativos nos indicadores de rentabilidade.

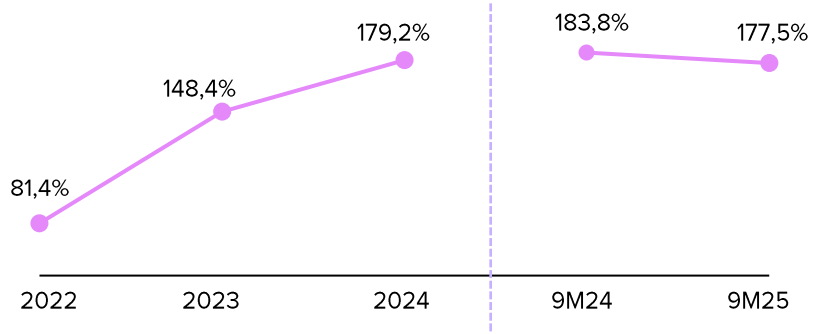
marketing + incentivos

% gross billings



cobertura do g&a pelo lucro bruto

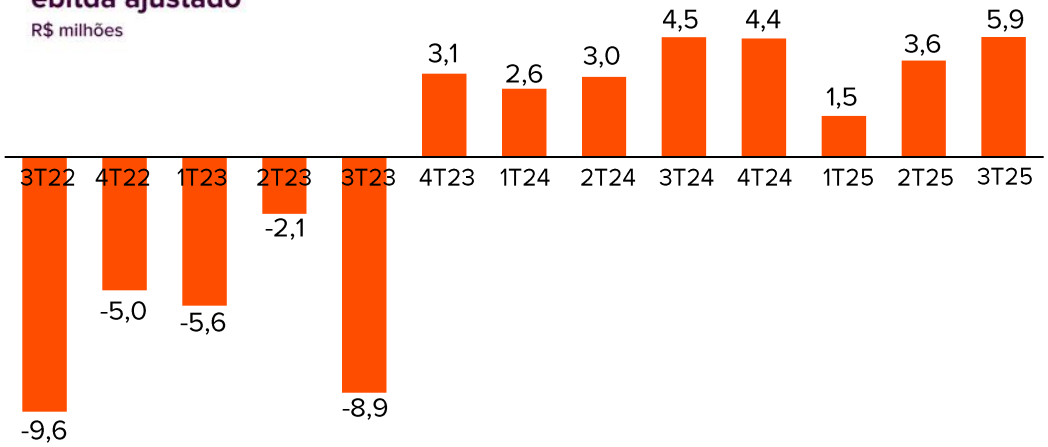
lucro bruto/g&a recorrente



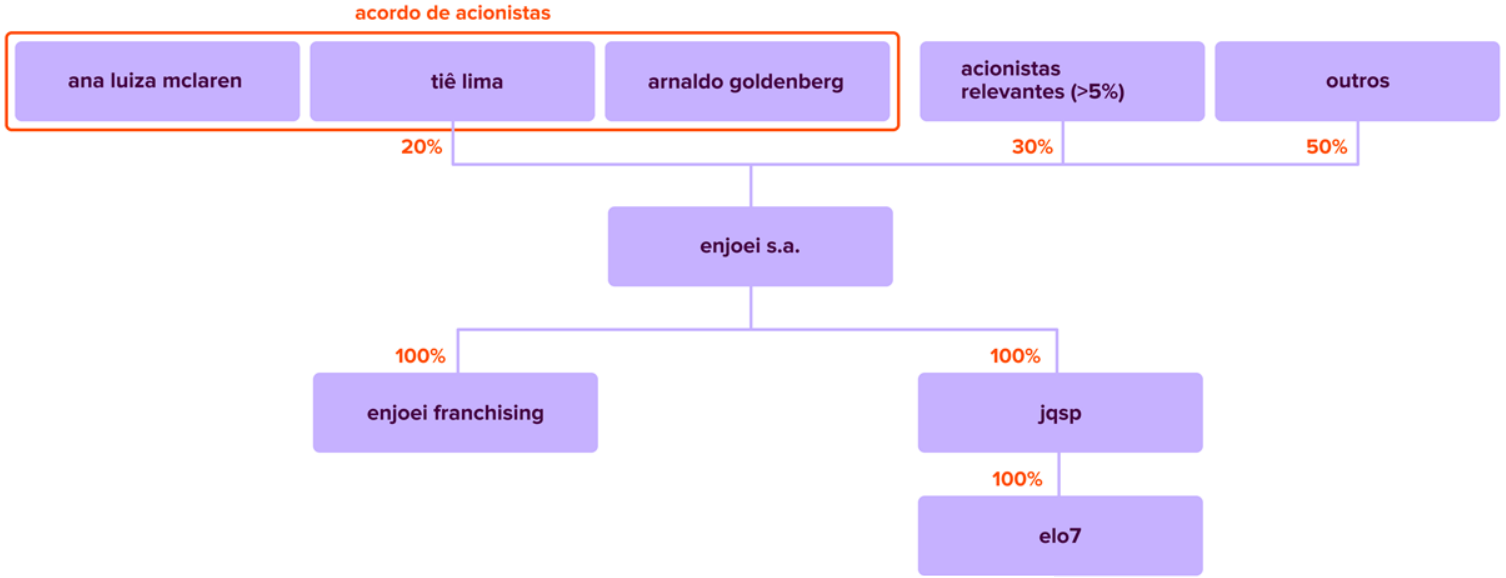
Resultados Financeiros

ebitda ajustado

R$ milhões



estrutura corporativa



novembro 2025

enjoei

INSTITUTIONAL PRESENTATION

enjoei

november 2025

1. introduction

ENJOEI GROUP

2. growth levers

PORTFOLIO STRATEGY

3. platform growth & category expansion

ENJOEI CORE

4. platform growth

ELO7 CORE

5. consistent progress

FINANCIAL RESULTS

1. introduction

ENJOEI GROUP

	online | marketplaces			offline | physical stores
business units	enjoei	enjoei PRO	elo7	enjoei franchising
brands	enjoei online	enjoei pro	elo7	enjoei franchising
categories	fashion & lifestyle secondhand marketplace	seller convenience services	customized items	fashion & lifestyle secondhand physical stores

WE ARE CHANGING THE WAY PEOPLE CONSUME FASHION AND LIFESTYLE IN BRAZIL

2009	2012	2017	2020	2021	2022	2023	2024
founded by Ana Luiza Mclaren and Tiê Lima	early partnerships with celebrities, creating famous stores, called “red carpet”	enjoei pro’s operation development, a full service for sellers	IPO B3: ENJU3 with valuation of BRL 1.13 billion	• new distribution center in Cabreúva/SP increasing enjoei pro’s capacity • logistic hub development, adding several suppliers to shipping process	new brand and new visual identity capable of increasing communication with the most diverse audiences	• 11.000 drop off points integrated to the platform • elo7 acquisition and expansion of new categories	enjoei’s own physical stores operation and expansion through franchising

GMV:

- **R$ 1 million** in December 2012
- **R$ 10 million** in November 2015
- **R$ 20 million** in July 2018
- **R$ 40 million in May 2020**
- **R$ 90 million** in November 2021
- **R$ 1 billion** LTM 2022
- **R$ 1,4 billion** LTM 2023 w/ elo7

THE BIGGEST FASHION SECONDHAND COMMUNITY IN BRAZIL

enjoei marketplace is a peer to peer (c2c) commerce, where people can buy and sell personal items online, participating in the circular economy and earning extra income.

we want to build a new culture of fashion and lifestyle consumption in Brazil, stimulating a sustainable economy, redefining unique items
and telling new stories.

commercial model: based on commissions over sales, charged to the sellers. shipping costs are charged to the buyers and enjoei subsidizes part of freight costs.

+2.1 mi active buyers[1]

+1.6 mi active sellers[1]

+1.3 bi GMV[2] (em R$)

online | marketplaces

enjoei

enjoei online

fashion & lifestyle secondhand marketplace

elo7

enjoei PRO

enjoei franchising

[1] on September 2025 | [2] LTM September 2025

ENJOEI PRO MAKES SELLERS'S JOURNEY EASIER

enjoei pro provides a full service experience to sellers through a consignment model.

our team is responsible for photographing products, advertising, negotiating and shipping them to the buyers.

our distribution center in cabreúva/sp centralizes all customers items received with capacity of processing more than 1.5 million products.

commercial model: based on commissions over sales charged to the sellers. shipping costs are charged to the buyers and enjoei subsidizes part of freight costs.

strategic partnerships

partnerships with celebrities and brands for events, bazaars and campaigns are strategic in terms of branding, influence and demand creation to the platform.

curated inventory

verified products by curation team ensure high quality inventory for the platform supply

online | marketplaces

enjoei PRO

enjoei online

convenience service for sellers

elo7

enjoei PRO

enjoei franchising

ELO7 MARKETPLACE ENSURES A BIGGER AND STRONGER ECOSYSTEM

elo7 platform connects entrepreneurs of unique and personalized handmade products with buyers looking for special items full of meaning, through many categories (house & decor, parties & events, kids, fashion)

the acquisition opens space for the enjoei group to capture many synergies, including adjustments in corporate structures, improvements in commercial policy and reduction in freight and payment processing cost.

commercial model: based on commissions over sales, charged to the sellers. Shipping costs are charged to the buyers and elo7 subsidizes part of freight costs.

+362 mi GMV[1] (em R$)

+1.08 mi active buyers[2]

+44k professional active sellers (entrepreneurs)[2]

online | marketplaces

elo7

enjoei online

marketplace de itens customizados
acquisition in aug/23

enjoei PRO

enjoei

enjoei franchising

[1] LTM September 2025 | [2] on September 2025

FRANCHISING ALLOWS US TO MOVE FORWARD IN THE OFFLINE MARKET

the enjoei franchise expansion strategy remains successful, with a primary focus on fashion categories.

following the sale of 3 new franchises in 3Q25, the group reached a total of 9 franchised units. This milestone reinforces entrepreneurs' confidence in the business model, which is underpinned by a robust technological infrastructure, data intelligence from our digital platform, and continuous support for franchisees.

the company remains committed to ensuring execution excellence and delivering a consistent consumer experience across all channels.

commercial model: opening fee and monthly royalties over sales.

6 **stores in operation**[1]

+6 **stores in implantation phase**

online | marketplaces

enjoei franchising

enjoei franchising

fashion & lifestyle secondhand physical store

elo7

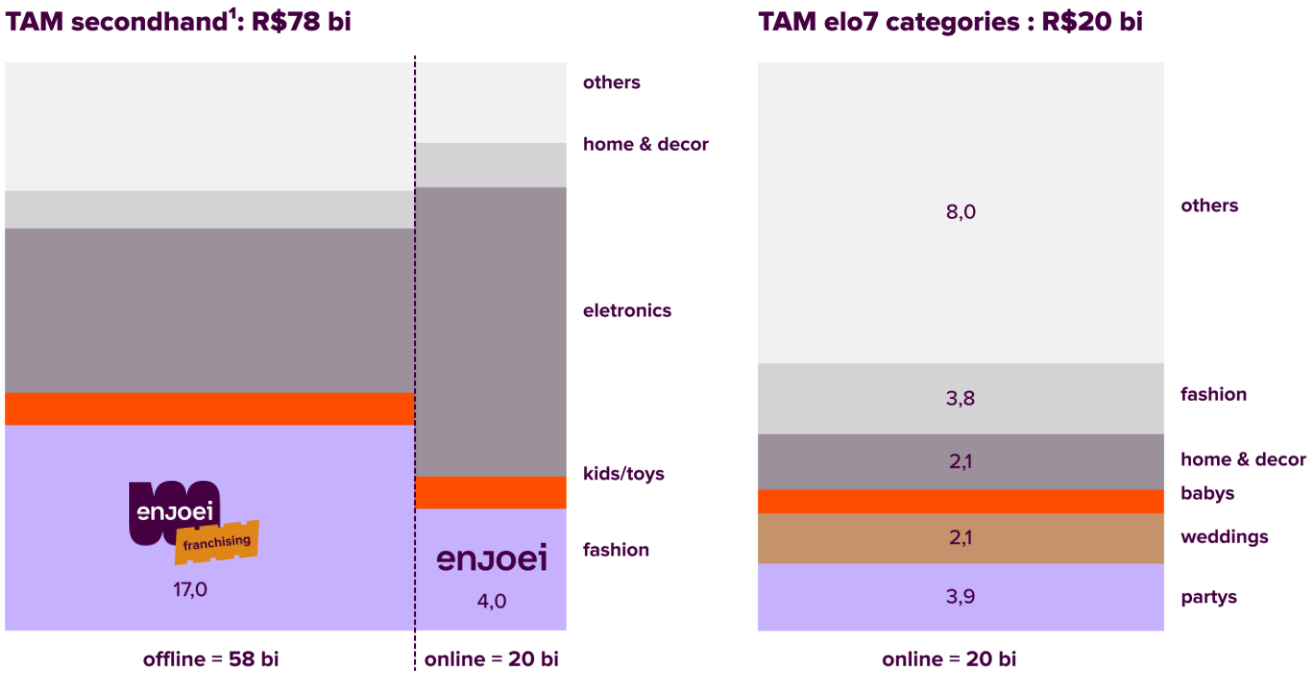
enjoei PRO

enjoei

[1] Consider the 3 company-owned stores in the city of São Paulo and the 3 franchised units already opened (Goiânia, Rio de Janeiro, and São José do Rio Preto).

MARKET SIZE & PORTFOLIO STRATEGY

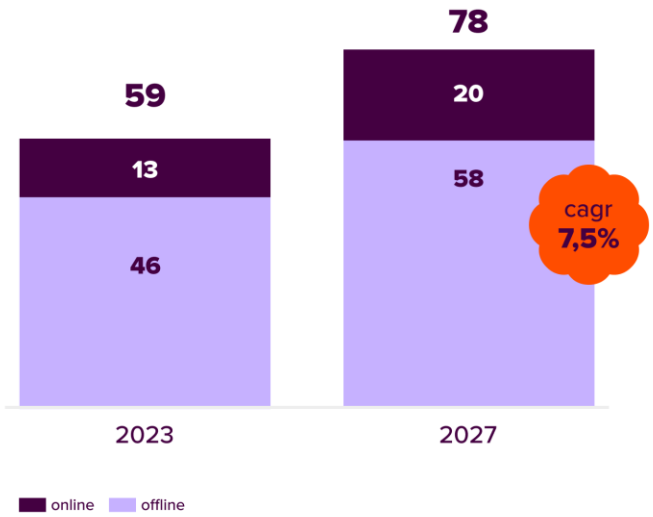
the offline channel debut (with our physical stores) and the new categories addition (embarked with the acquisition of elo7), the addressable market reaches ~R$ 100 billion



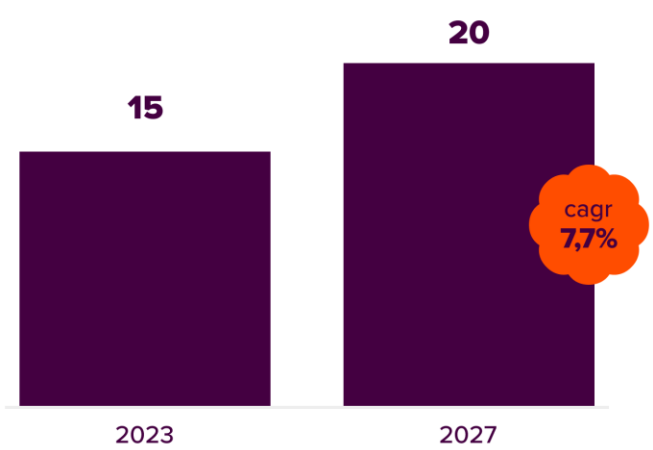
[1] TAM estimated for 2027 – BCG data

market size & PORTFOLIO STRATEGY

TAM for secondhand items in Brazil
(online and offline - R$ bi)



TAM for elo7 categories in Brazil
(online - R$ bi)



SUSTAINABILITY IS OUR CORE BUSINESS

environmental

the environmental impact of purchasing secondhand items instead of new ones is powerful

	the impact of a **new clothing item**	the impact of a **secondhand clothing item**[17]
co^2e emission	0.016 tCO_2e	0.012 tCO_2e
energy used	76.6 kWh	60.1 kWh
water used	1,070.1 gallons	733.6 liters

*Source: ThredUpResale Report, 2023. availible at: https://www.thredup.com/resale/#resale-industry

social

enjoei can provide access to shoppers and generate extra income for sellers

clothing has become less affordable for brazilian pockets: in 2022 and 2023, clothing costs increased +21,5%. selling secondhand items, that would otherwise remain inside a wardrobe or be disposed of, is synonymous of saving money. money that can be an addition at the end of the month.

elo7 complements the ecosystem, providing a new channel for individual entrepreneurs and increasing households income.

seller, we are sustainable for your pocket seller:

looking at our numbers, we can quantify this impact: in 2022, over 20% of our users received BRL 300.00/a month or more with their stores on enjoei. this equals nearly one fourth of a minimum wage salary in Brazil in the same year.

buyer, we are sustainable for your pocket:

considering that low cost is the main driver in the decision to purchase secondhand items and that, on enjoei, the items advertised are nearly 70% cheaper than the cost of a new item, we provide the ideal solution between need an opportunity.

2. growth levers

PORTFOLIO STRATEGY

2025 PILLARS

guideline: strengthen and unlock the core growth potential, in addition to expanding the portfolio through new categories and offline channels, mastering the links of the value chain

PLATFORMS GROWTH

CATEGORIES EXPANSION

CONSOLIDATE TRUST

VALUE CHAIN

NEW BUSINESS MODEL

investment efficiency

technology unification and simplification
engaged and efficient team

PORTFOLIO STRATEGY

strategy	brands	guidelines	key drivers
PLATFORMS GROWTH	enjoei enjoei PRO	to increase number of listings and to accelerate the sell-through of the platform and become the best place for sellers to sell their used products, maximizing their value generation, through advancements in price recommendation features, search, subsidy efficiency, and other strategies	**seller revenue** **uploads**
CATEGORIES EXPANSION	enjoei elo7	categories expansion exploring potencial new markets for: • **enjoei** (kids, books, eletronics, for example) • **elo7** (parties, events, kids) w/ improments in service level provided by sellers, reducing leadtime	**incrise in revenue** **info&eletro**

PORTFOLIO STRATEGY

strategy	brands	guidelines	key drivers
NEW BUSINESS MODEL	enjoei franchising	new business model, entering offline retail and increasing addressable market through the implementation of enjoei franchises.	**sell franchises**
VALUE CHAIN	enjoei enjoei PRO elo7 enjoei franchising	value chain strengthening through logistics capillarity and payment risks mitigation through internalization of chain stages	**reduction of payment and shipping costs**

PORTFOLIO STRATEGY

strategy	brands	guidelines	key drivers
CONSOLIDATE TRUST	enjoei elo7	reinforce systemic safety/security and strengthen trust in the platforms	**cancellation rate**

4. platform growth & category expansion

ENJOEI CORE

Recapping enjoei

2023

Focus on unlocking inventory growth

- classic/turbocharged commissioning
- seller center + pop-app (in-app notifications for sellers)
- relist and resell
- featured seller
- New book upload

2024

focus on recurring base through incentive efficiency, personalization, and pricing

- cashback
- coupon based on seller quality
- smart pricing
- personalized homepage

2025

focus on increasing the efficiency of the already engaged base, reducing transaction failures, increasing recurrence/retention, and qualifying the seller community

GUIDING PRINCIPLE 2025

executing processes in the best possible way, with excellence

extracting more value from the same volume

INCREASE **EFFICIENCY,** REDUCING **WASTE** AND ENSURING GREATER **EFFECTIVENESS** THROUGH THE **ALREADY ENGAGED** USER BASE

achieving the objectives proposed > results

stimulating greater frequency and recency

GROWTH OPPORTUNITIES

seller and inventory qualification	improve seller qualification and capture inventory with liquidity and profitability	**- seller churn (less recurring)** **+ recurring posters 3+**
buyer base efficiency	efficientlyexpand the recurring buyer base	**+ ltv/buyer revenue per user** **+ recurring buyers 3+** **- cancellation**
discovery assertiveness	evolve the match between users and relevant unique products	**+ inventory turnover** **+ gmv per product listed**

PRODUCTS UPDATES
enjupay

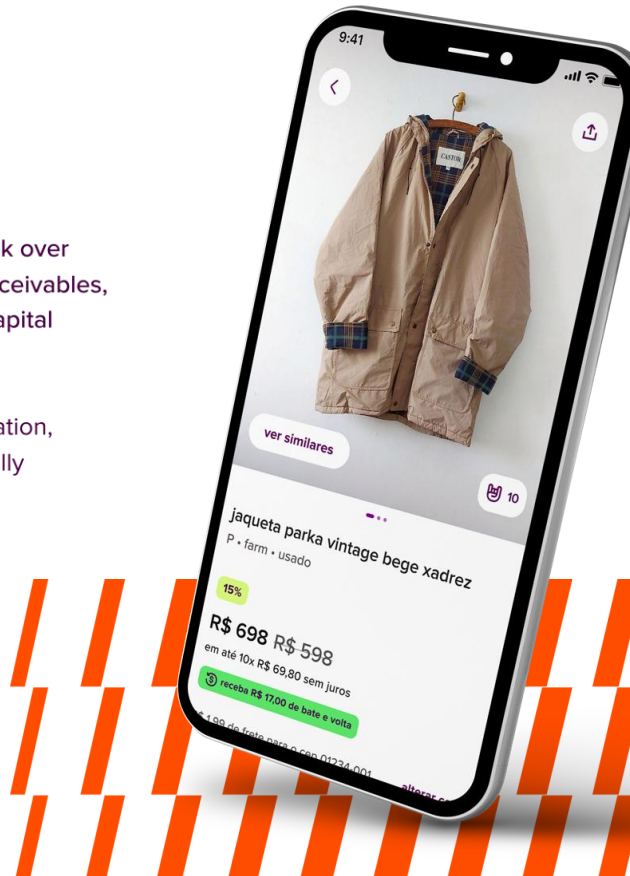
we launched Enjupay, our very own sub-acquirer, representing an importante advancement in the transaction value chain.

- **multiple negotiations:** credit card and PIX transactions are now negotiated with new strategic partners separately, enabling lower MDR and anticipation costs.

- **improved approval performance:** working with multiple partners maximizes transaction approval rates at checkout.

- **enhanced cash flow management:** we took over the management of 100% of transaction receivables, enabling better cash strategies, working capital optimization, and financial gains.

- **security measures:** PCI DSS level 1 certification, AML and KYC policies, with na operation fully compliant with all regulations.

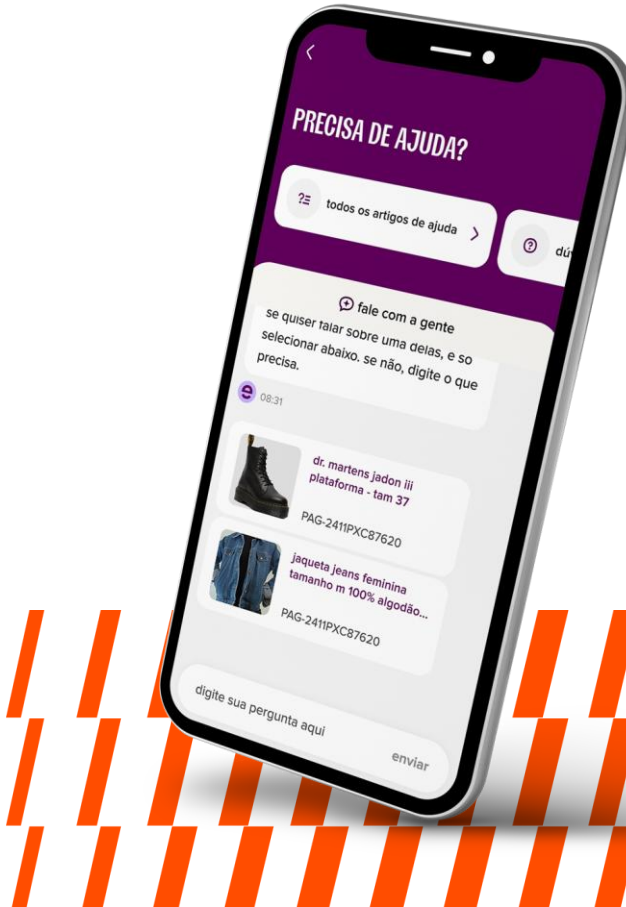


PRODUCTS UPDATES

CHAT+IA

the rollout of the new generative AI-powered customer service, already delivering positive results for the operation:

- **24/7 service:** operating around the clock, the tool provides context-specific responses, enabling more accurate, efficient, and agile issue resolution.
- **increased contacts and retention:** higher number of interactions and an 18% reduction in manual handling.
- **CSAT improvements:** 70% increase in perceived satisfaction level among users who rated the service through the CSAT methodology.



4. platform growth

eLO7 CORe

Recapping elo7

2023

elo7 + enjoei

- focus on the operation's transition and stabilization process

2024

focus on reducing checkout fiction

- attributes
- production lead time
- end of manual shipping
- login via google
- end of chat before checkout

2025

focus on experience improvements for higher conversion, seller engagement, and brand positioning

GUIDING PRINCIPLE 2025

buyer identification

defining the core, target inventory

POSITION ELO7 IN THE **PERSONALIZED** CATEGORY WITH **AUTHORIAL, UNIQUE, AND CREATIVE** PRODUCTS, AND ENGAGE SELLERS TO **EXPAND** THEIR SALES WITH PROFITABILITY

stimulating, incentivizing and promoting

GROWTH OPPORTUNITIES

conversion increase	stimulate conversion through commercial incentives and pricing intelligence	**+gmv/cart** **+profit/cart**
brand positioning	establish brand positioning and core category > customized items	**+gmv per user** **+costumized share**
seller engagement	engage sellers to stimulate sales of the target inventory	**-target seller churn** **+gmv/target seller**

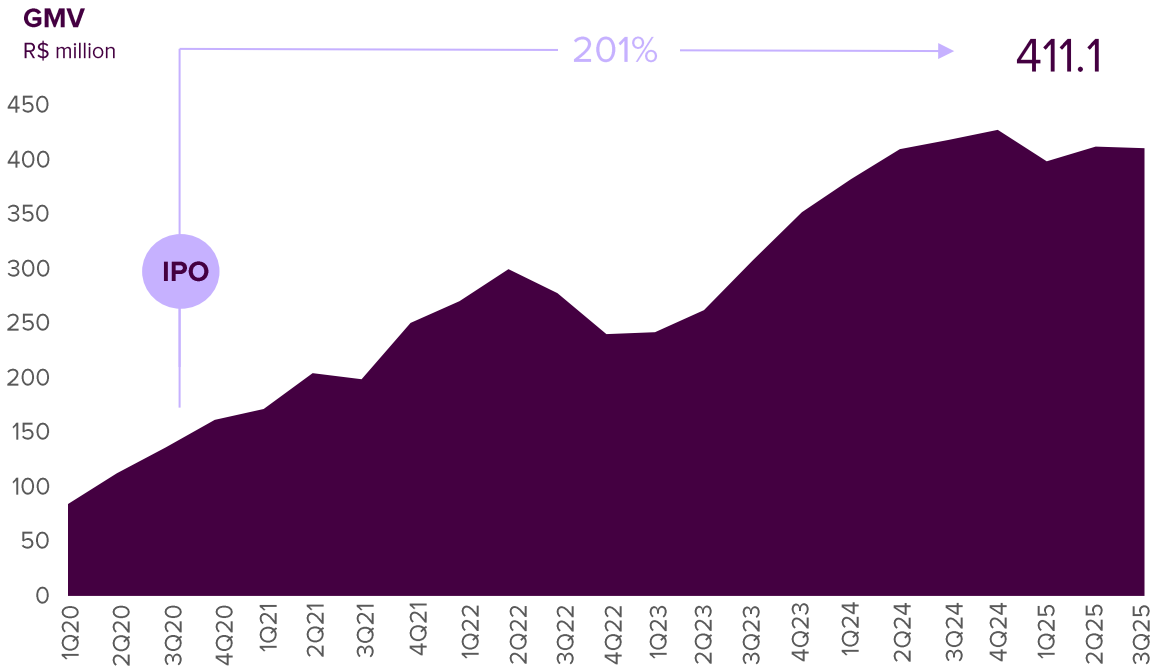
4. consistent progress

FINALCIAL RESULTS

GROWTH

gmv grew by 201% since the IPO

favored by the secular and global trend ofexpansion of thesecond hand market expansion, maintaining its leadership position in Brazil.



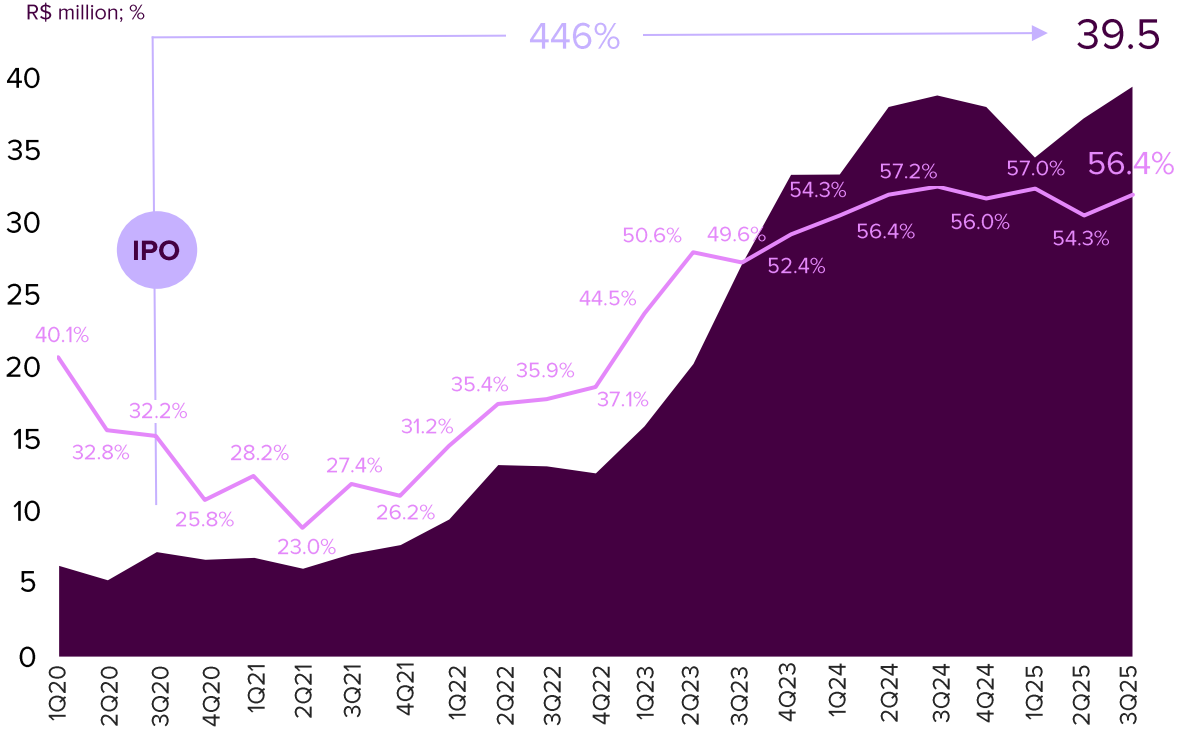
efficiency

gross profit advanced faster than gmv

following the rapid growth of 2023 and the profitability evolution of 2024, we have continued to expand our gross margin while focusing on scaling our physical retail presence through the expansion of our franchise network, alongside significant advancements in product and technology.

gross profit and gross margin

R$ million; %

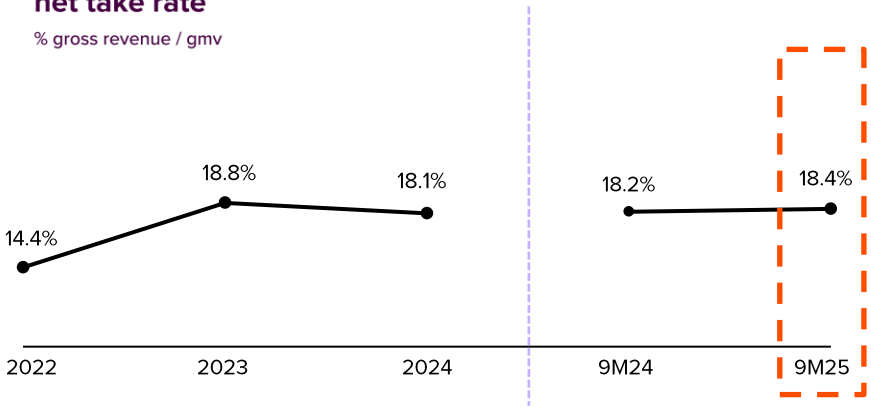


Financial Results

greater efficiency in the allocation of incentives and subsidies has contributed to the evolution of the net take rate. the strong growth in gross profit also reflects the scale gains captured in logistics and payment costs.

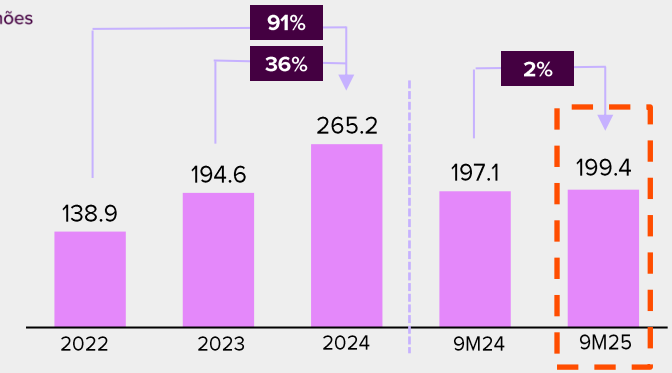
net take rate

% gross revenue / gmv



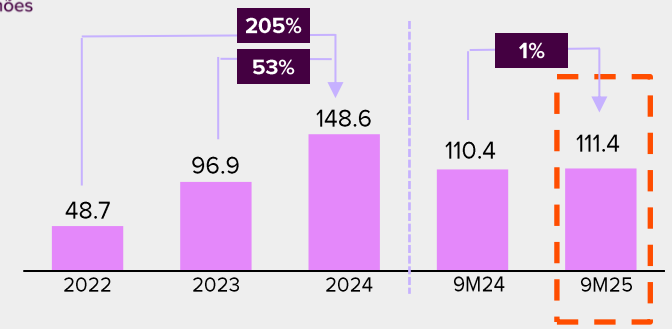
net revenue

R$ milhões



gross profit

R$ milhões

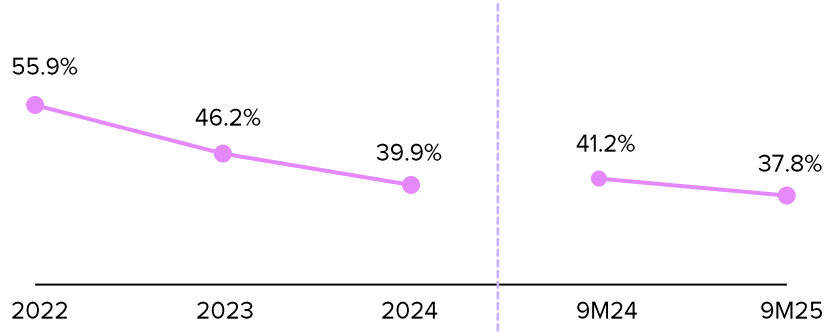


Financial Results

the continuous dilution of costs and expenses, combined with higher efficiency of marketing investments in recent quarters, resulted in significant advances in profitability metrics.

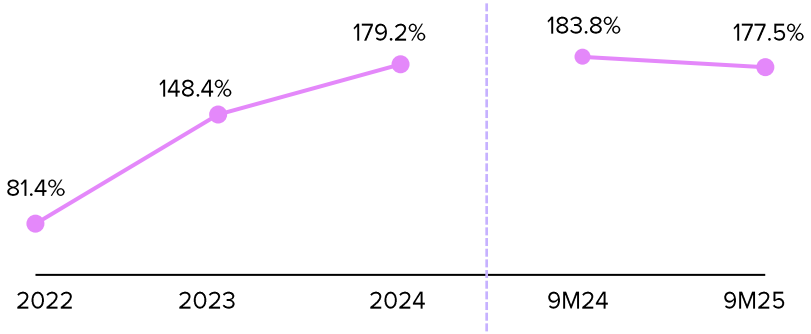
marketing + incentives

% gross billings

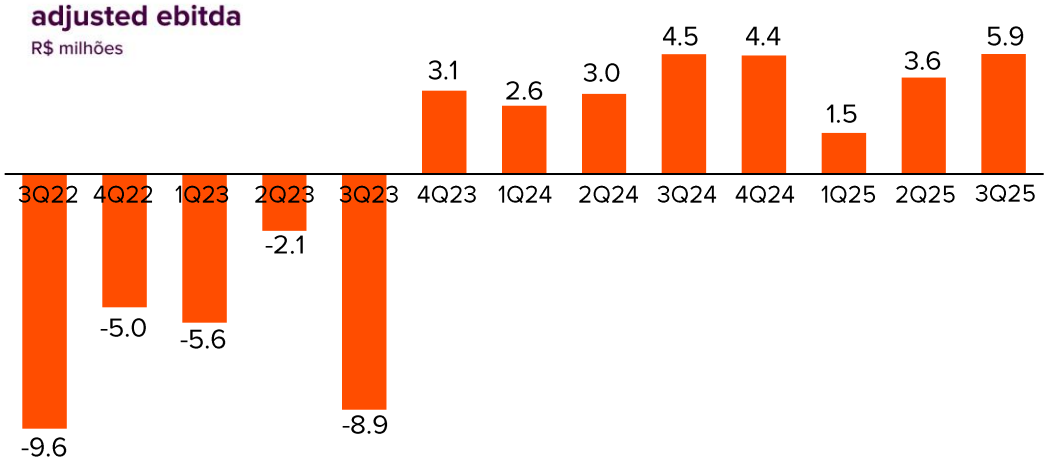


g&a coverage by gross profit

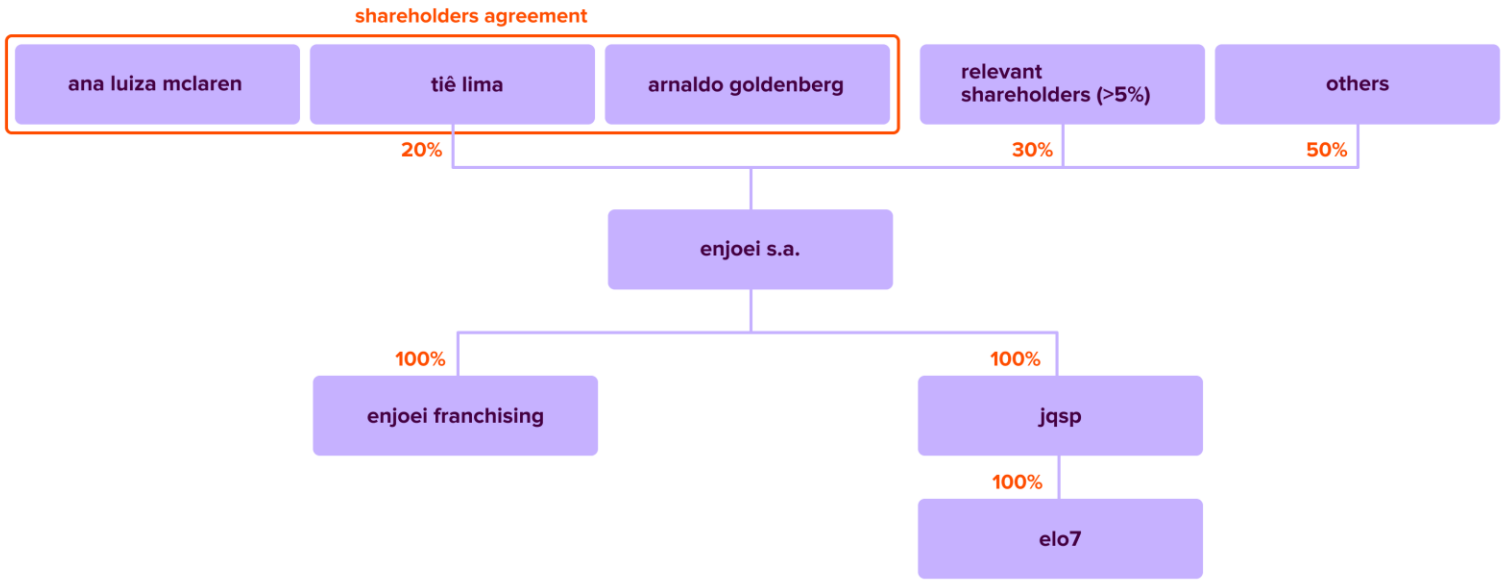
gross profit/recurrent g&a



Financial Results



CORPORATE STRUCTURE



november 2025

enjoei