



Relatório da Administração dos Resultados do
2T25

MBLY B3 LISTED NM

Índice

1	Mensagem da Administração	03
2	Desempenho Financeiro	04
3	Gross Merchandise Value (GMV)	05
4	Lucro Bruto	06
5	Custos Logísticos	06
6	Marketing e Despesas com Vendas	07
7	Despesas Operacionais e Pessoais	08
8	EBITDA e EBITDA Ajustado e IFRS 16	09
9	EBIT	10
10	Resultado Líquido	11
11	Fluxo de Caixa	12
12	Atualização de Sinergias	13
13	Anexos	14
14	Glossário	22

Mensagem da **ADMINISTRAÇÃO**

O segundo trimestre de 2025 marca um ano promissor para o Grupo Toky, com indicadores operacionais e financeiros que reforçam a trajetória de crescimento sustentável da Companhia.

Registramos um expressivo crescimento de 120,1% no GMV, atingindo R\$433,3 milhões, impulsionado majoritariamente pela junção das marcas Mobly e Tok&Stok. A receita operacional líquida também cresceu significativamente, totalizando R\$330,2 milhões, o que representa um aumento de 141,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. Esses números refletem a incorporação dos números da operação da Tok&Stok ao Grupo Toky.

Além disso, no quesito custos, destacamos a expansão da margem bruta, que alcançou 53,7% da receita líquida, um avanço de 9,5 p.p frente ao 2T24. Essa evolução é reflexo tanto da incorporação da marca Tok&Stok, que trabalha com margens mais altas, quanto do começo das iniciativas de eficiência operacional, melhores condições de compra e gestão mais estratégica do portfólio de produtos previstos no plano de integração, o que resultou na melhora da margem bruta das 2 marcas, conforme detalhado na seção do lucro bruto. O resultado foi um lucro bruto de R\$177,5 milhões, representando um crescimento de 192,8% na comparação anual.

Adicionalmente, vale destacar o avanço na captura de sinergias: já começamos a colher sinergias que totalizam R\$64 milhões anualizados ainda em 2025 e contratamos iniciativas que devem gerar R\$23 milhões adicionais, em logística, para a partir de 2026. As sinergias capturadas e contratadas decorrem da consolidação da estrutura dos times administrativos, renegociação e encerramento de contratos duplicados entre as marcas, redução do CD de extrema da Mobly e corte de despesas de escritório, entre outras iniciativas de integração operacional.

No mesmo período, alcançamos R\$23 milhões de EBITDA ajustado, revertendo o resultado negativo registrado no 2T24. A margem EBITDA ajustada foi de 7%, com um ganho de 8,4 p.p., evidenciando a melhoria significativa da rentabilidade do negócio mesmo diante de um cenário macroeconômico desafiador. Vale destacar que este resultado foi alcançado mesmo com o segundo trimestre de 2025 apresentando menor sazonalidade de vendas e, consequentemente, menor alavancagem operacional do EBITDA. A Companhia mantém uma perspectiva otimista para os próximos trimestres, que historicamente demonstram maior sazonalidade e potencial para alavancagem operacional de suas margens.

Seguimos com nosso foco em capturar as sinergias previstas com a combinação de negócios das 2 marcas, e ao mesmo tempo em que promovemos avanços contínuos em nossa estrutura logística, modelo comercial e experiência do cliente. Estamos confiantes de que essas ações continuarão a gerar valor aos nossos acionistas, clientes e demais *stakeholders*.

Desempenho financeiro

em R\$ milhões	2T25	2T24	Var	6M2025	6M2024	Var
GMV *	433,3	196,3	120,8%	929,6	403,6	130,4%
Receita operacional líquida	330,2	136,9	141,2%	711,6	281,8	152,5%
(-) Custo dos produtos vendidos	(152,8)	(76,3)	100,2%	(325,1)	(154,5)	110,3%
(=) Lucro Bruto	177,5	60,6	192,8%	386,6	127,3	203,7%
% da Receita Líquida	53,7%	44,3%	9,5 pp	54,3%	45,2%	9,2 p.p
(-) Custos logísticos	(45,5)	(21,1)	115,6%	(91,9)	(40,1)	129,1%
% da Receita Líquida	(13,8%)	(15,4%)	1,6 p.p	(12,9%)	(14,2%)	1,3 p.p
(=) Margem de Contribuição II	131,9	39,5	234,0%	294,7	87,2	238,0%
% da Receita Líquida	39,9%	28,8%	11,1 p.p	41,4%	30,9%	10,5 p.p
(-) Mkt & despesas c/ vendas	(46,5)	(22,4)	107,7%	(92,3)	(46,5)	98,4%
% da Receita Líquida	(14,1%)	(16,4%)	2,3 p.p	(13,0%)	(16,5%)	3,5 p.p
(=) Margem de Contribuição III	85,4	17,1	399,5%	202,4	40,7	397,8%
% da Receita Líquida	25,9%	12,5%	13,4 p.p	28,4%	14,4%	14,0 p.p
(-) Pessoal administrativo	(20,8)	(12,0)	73,5%	(47,2)	(23,6)	99,7%
% da Receita Líquida	(6,3%)	(8,8%)	2,5 p.p	(6,6%)	(8,4%)	1,8 p.p
(-) Despesas operacionais	(41,6)	(7,1)	487,5%	(77,8)	(21,9)	254,5%
% da Receita Líquida	(12,6%)	(5,2%)	-7,4 p.p	(10,9%)	(7,8%)	-3,1 p.p
(=) EBITDA Ajustado	23,0	(2,0)	1156%	77,4	(4,9)	1577%
% da Receita Líquida	7,0%	(1,5%)	8,4 pp	10,9%	(1,7%)	12,6 p.p
(+/-) Efeitos não-recorrentes	(3,7)	0,3	NA	(4,5)	(0,5)	871,4%
(=) EBITDA	19,3	(1,7)	1152%	72,9	(5,4)	1357%
% da Receita Líquida	5,8%	(1,2%)	7,1 p.p	10,2%	(1,9%)	12,2 p.p
(-) D&A	(47,8)	(16,7)	187,0%	(101,0)	(34,2)	195,0%
(=) EBIT	(28,5)	(18,3)	55,5%	(28,0)	(39,6)	(29,1%)
% da Receita Líquida	(8,6%)	(13,4%)	4,8 p.p	(3,9%)	(14,0%)	10,1 p.p
(=) EBIT Ajustado	(24,8)	(18,6)	33,0%	(23,6)	(39,1)	(39,8%)
% da Receita Líquida	(7,5%)	(13,6%)	6,1 p.p	(3,3%)	(13,9%)	10,6 p.p
Resultado financeiro, líquido	(65,9)	3,0	-2188%	(109,8)	2,9	-3803%

(+/-) IR/CS Diferidos	5,6	-	-	5,6	-	-
(=) Lucro/prejuízo do período	(88,9)	(15,3)	480,3%	(132,3)	(36,7)	260,4%
% da Receita Líquida	(26,9%)	(11,2%)	-15,7 p.p	(18,6%)	(13,0%)	-5,6 p.p
(=) Lucro/prejuízo ajustado do período	(85,2)	(15,6)	444,8%	(127,8)	(36,2)	252,6%
% da Receita Líquida	(25,8%)	(11,4%)	-14,4 p.p	(18,0%)	(12,9%)	-5,1 p.p

Gross Merchandise Value (GMV)

Gross Merchandise Value (GMV) em R\$ milhões	Grupo Toky			Mobly			Tok&Stok
	2T25	2T24	Var	2T25	2T24	Var	2T25
Website	88,6	60,3	47,0%	40,8	60,3	(32,2%)	47,7
Marketplace	63,0	61,4	2,6%	63,0	61,4	2,6%	-
Lojas	271,7	60,8	346,9%	55,0	60,8	(9,6%)	216,8
Sellercenter	6,1	10,3	(41,2%)	6,1	10,3	(41,2%)	-
Outras Receitas	3,9	3,4	13,5%	3,9	3,4	13,5%	-
GMV	433,3	196,3	120,8%	168,8	196,3	(14,0%)	264,5
Receita Op. Líquida	330,2	136,9	141,2%	120	136,9	(12,1%)	210

Gross Merchandise Value (GMV) em R\$ milhões	Grupo Toky			Mobly			Tok&Stok
	6M25	6M24	Var	6M25	6M24	Var	6M25
Website	198,0	132,9	49,0%	94,1	132,9	(29,2%)	103,9
Marketplace	121,0	118,0	2,6%	121,0	118,0	2,6%	-
Lojas	590,8	123,2	379,4%	111,7	123,2	(9,4%)	479,2
Sellercenter	13,3	22,5	(40,7%)	13,3	22,5	(40,7%)	-
Outras Receitas	6,4	7,0	(8,7%)	7,2	7,0	3,7%	-
GMV	929,6	403,6	130,3%	347,4	403,6	(13,9%)	583,1
Receita Op. Líquida	711,6	281,8	152,5%	247,6	281,8	(12,1%)	464,0

No 2T25, o GMV consolidado do Grupo Toky atingiu R\$433,3 milhões, avanço de 120,8% ante 2T24, impulsionado principalmente pela consolidação integral da Tok&Stok (a partir de novembro/2024).

No canal digital, que engloba os websites da Mobly e Tok&Stok, o GMV atingiu R\$88,6 milhões, um crescimento de 47,0% em relação ao ano anterior. Especificamente, o website da Mobly teve uma queda de 32.2%. Essa redução é atribuída a uma mudança na estratégia de marketing digital implementada no 4T24, que priorizou a eficiência do investimento (menor custo de aquisição) em detrimento de um menor volume de aquisições. Contudo, essa readequação contribuiu para o aumento da Margem de Contribuição III, tanto em termos percentuais quanto absolutos. Adicionalmente, neste trimestre, uma mudança de campanha (migração do Google) impactou momentaneamente o tráfego do site, mas as métricas de visitação e conversão já demonstram retomada de crescimento.

Importante destacar que, para a Mobly, a PC3 permaneceu estável no site, e rodou levemente acima nas lojas. Nas lojas, a queda de faturamento é, principalmente, decorrente do fechamento de lojas que ocorreram no 2o semestre de 2024. No entanto, com a margem operando em patamares superiores, as lojas vêm ganhando eficiência e capturando maior valor por visita/cliente.

O aumento frente ao mesmo período no ano anterior foi significativamente influenciado pela forte contribuição das lojas físicas da Tok&Stok, que representaram R\$216,8 milhões em GMV. Na Mobly houve uma redução de vendas nas lojas, principalmente influenciada pela redução da quantidade e metragem de lojas, também pela redução de despesas de marketing, que levam a uma menor quantidade de visitas nas lojas. Ao analisar apenas as mesmas lojas (Same Store Sales), a queda foi de 4,0%.

O canal de marketplace manteve trajetória de expansão, com GMV de R\$63,0 milhões, alta de 2,6% ano a ano, apoiado na consolidação de parcerias estratégicas iniciadas em 2024.

No acumulado de 2025, o GMV consolidado atingiu R\$929,6 milhões, um aumento de 130,3% em comparação com os primeiros seis meses de 2024 (6M24). A Receita Líquida acumulada cresceu de R\$281,8 milhões em 6M24 para R\$711,6 milhões em 6M25 (+152,5%), refletindo, a combinação de negócio

A Receita Líquida consolidada acompanhou o incremento de GMV da combinação de negócios, e totalizou R\$330,2 milhões no 2T25, crescimento de 141.2% vs. 2T24.

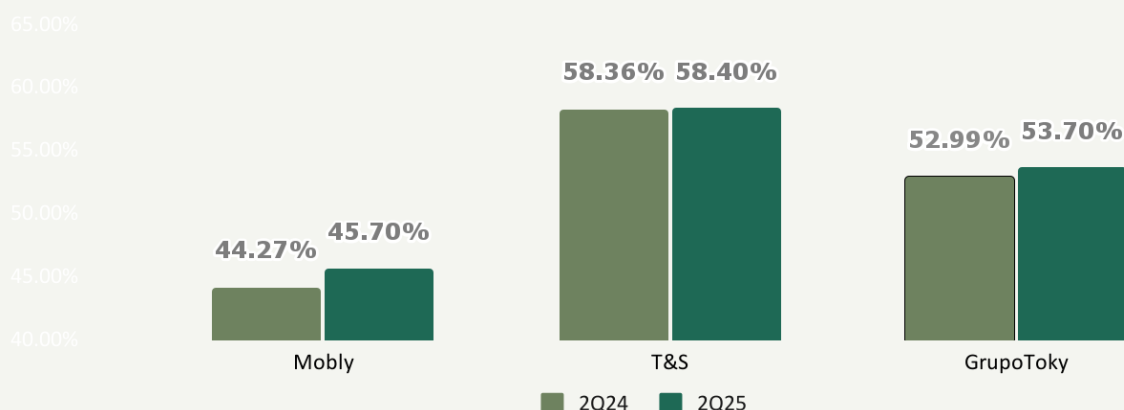
Lucro Bruto

em R\$ milhões	2T25	2T24	Var	6M24	6M23	Var
Receita Op. Líquida	330,2	136,9	141,2%	711,6	281,8	152,5%
(-) Custo dos produtos vendidos	(152,8)	(76,3)	100,2%	(325,1)	(154,5)	110,3%
(=) Lucro Bruto	177,5	60,6	192,8%	386,6	127,3	203,7%
% da Receita Líquida	53,7%	44,3%	9,5 p.p	54,3%	45,2%	9,2 p.p

A Margem Bruta consolidada atingiu 53,7% no trimestre, com um avanço expressivo de 9,5 p.p. frente ao 2T24. Parte desta melhora de margem decorre da aquisição da Tok&Stok, que possui uma elevada margem bruta. Além disso, houve uma melhora de margem bruta em ambas as marcas:

Na Tok&Stok, a margem bruta da Tok&Stok subiu de 58,36% no 2T24 para 58,4% no 2T25, demonstrando leve melhora em sua já robusta rentabilidade.

A Mobly, por sua vez, registrou uma melhora mais acentuada, com sua margem bruta subindo de 44,3% para 45,7% no mesmo período.



Esta melhora de margem evidencia que as ações estratégicas de negociação com fornecedores, previstas no plano de sinergias pós-fusão, foram bem sucedidas e começaram a resultar em melhores condições comerciais e, consequentemente, na redução dos custos de aquisição de produtos, impactando positivamente a margem bruta, e esperam-se ganhos ainda maiores para os próximos trimestres.

Além disso, esta margem é influenciada pela amortização da mais-valia do estoque adquirido na combinação de negócios, e causa impacto relevante na margem observada. Sem estes efeitos, a margem bruta para o 2T25 do grupo passaria de 53,7% para 55,1%. Vale destacar que esta mais-valia de estoques será inteira amortizada ao longo de 2025. Este efeito, combinado

às iniciativas de melhoria de margem mencionadas acima, traz uma perspectiva ainda melhor para a margem bruta do Grupo para o ano de 2026.

No 2T25, o Lucro Bruto consolidado do Grupo Toky totalizou R\$177,5 milhões, alta de 192,8% em relação ao 2T24 (base Mobly). O desempenho reflete o crescimento expressivo da Receita Líquida no período (+141,2%).

Custos Logísticos

em R\$ milhões	2T25	2T24	Var	6M25	6M24	Var
(-) Transportes	(31,0)	(15,8)	96,6%	(60,5)	(29,5)	105,1%
(-) Meios de Pagamento	(6,4)	(2,1)	206,8%	(13,8)	(4,3)	218,0%
(-) Pessoas - Logística	(7,9)	(3,1)	154,4%	(17,1)	(5,9)	191,4%
(-) Perda de Crédito Esperada	(0,3)	(0,2)	53,8%	(0,5)	(0,4)	20,8%
(-) Custos Logísticos	(45,5)	(21,1)	115,6%	(91,9)	(40,1)	129,1%
% da Receita Líquida	(13,8%)	(15,4%)	1,6 p.p	(12,9%)	(14,2%)	1,3 p.p

Os custos logísticos totalizaram R\$45,5 milhões no 2T25, aumento relevante em absoluto em relação ao 2T24, explicado principalmente pelo maior volume de operações decorrente da consolidação do Grupo Toky, com a incorporação integral da estrutura logística da Tok&Stok. A integração elevou o número de entregas e a complexidade operacional no período, impactando o custo absoluto no trimestre.

Em termos relativos, houve ganho na eficiência: os custos logísticos representaram 13,8% da Receita Líquida no 2T25, ante 15,4% no 2T24, Essa melhora é decorrente da diluição dos custos em uma base de receita substancialmente maior, e também de reduções com custos de mão de obra logística, decorrentes da redução da metragem locada para centros de distribuição, decorrente da combinação das operações.

Um dos principais ganhos de sinergia em andamento é a consolidação dos centros de distribuição (CDs) do grupo, cujo etapa mais importante é a transferência de toda a operação de móveis nacionais da Tok&Stok, hoje no CD de Extrema, para o CD da Mobly em Cajamar. Esse movimento permitirá desmobilizar grande parte do espaço e das estruturas do CD de Extrema até 31/dez/2025, reduzindo despesas de ocupação, manutenção e outros custos variáveis. Recentemente assinamos com os proprietários um aditivo contratual que prevê a

devolução parcial do CD de Extrema. Com isso, estimamos uma economia anualizada de R\$ 23M a ser capturada a partir de janeiro de 2026

No acumulado do ano (6M25), os custos logísticos totalizaram R\$91,9 milhões, alta de 129,1% em relação ao mesmo período de 2024. Como percentual da Receita Líquida, os custos representaram 12,9% no 6M25, contra 14,2% no 6M24, uma melhora de 1,3 p.p., o que reforça a tendência de diluição de custos decorrente do crescimento consolidado da receita do Grupo Toky.

Marketing & Despesas com Vendas

em R\$ milhões	2T25	2T24	Var	6M25	6M24	Var
(-) Propaganda e Publicidade	(17,3)	(16,3)	5,9%	(35,1)	(34,9)	0,6%
(-) Pessoas - Vendas	(29,2)	(6,1)	381,8%	(57,2)	(11,6)	393,2%
(-) Mkt & despesas c/ vendas	(46,5)	(22,4)	107,7%	(92,3)	(46,5)	98,4%
% da Receita Líquida	(14,1%)	(16,4%)	2,3 p.p	(13,0%)	(16,5%)	3,5 p.p

As despesas com Marketing e Vendas incluem investimentos em publicidade, promoção e pessoal diretamente envolvido nas atividades de vendas.

No 2T25 os gastos com propaganda e publicidade totalizaram R\$17,3 milhões, alta de apenas 5,9% em relação ao mesmo período do ano anterior, mesmo após a união das operações. Esse resultado evidencia um ganho significativo de eficiência e rentabilidade, já que a expansão da receita foi alcançada com incremento quase nulo em investimentos de marketing.

Não há custos expressivos nesta linha na Tok&Stok, devido à principal parte de sua receita decorrer principalmente de suas lojas físicas, que possuem investimento em propaganda consideravelmente menor do que os canais online. Este fator, combinado com a realocação estratégica de investimentos implementada no final de 2024, ocorreu em paralelo a um crescimento de aproximadamente 140% na Receita Líquida, melhorando expressivamente a eficiência de aquisição e no retorno sobre o gasto em marketing. Essa disciplina na alocação de verba, aliada à integração da Tok&Stok, cuja intensidade de investimento em marketing é menor, permitiu elevar a eficiência comercial e contribuir para a expansão de margem do Grupo.

No acumulado de 2025, as Despesas com Marketing e Vendas somaram R\$92,3 milhões, alta de 98,4% vs. 6M24. Desse total, despesas com pessoal de vendas representou 61,9% (R\$57,2

milhões) e demonstra um crescimento expressivo frente a 2024. Isto ocorre devido à combinação de negócios, visto que a Tok&Stok opera principalmente através de lojas físicas.

Vale ressaltar que, mesmo com o aumento expressivo do número em absoluto, houve um ganho relevante de rentabilidade no grupo de marketing e despesas com vendas, que passou a representar 13.0% da receita líquida no acumulado de 2025, demonstrando um ganho de 3,5 p.p. melhor do que os 16.5% observados no mesmo período do ano anterior.

A redução da despesa como porcentagem da Receita Líquida decorre de dois fatores complementares: (i) a mudança de estratégia de investimento em marketing no fim de 2024, que priorizou eficiência, reduzindo custo sem comprometer margem; e (ii) o aumento do share de lojas físicas.

A estrutura de marketing totalizou R\$35,1 milhões, aumento de 0,6% em relação ao 6M24, destacando que o crescimento das despesas foi majoritariamente puxado pela expansão da equipe de vendas ligada à integração da Tok&Stok, enquanto o investimento em marketing manteve disciplina em termos absolutos.

Despesas Operacionais e Pessoal Administrativo

em R\$ milhões	2T25	2T24	Var	6M25	6M24	Var
(-) Pessoal - Administrativo	(20,8)	(12,0)	73,5%	(47,2)	(23,6)	99,7%
(-) Despesas Comerciais	(33,2)	(7,3)	355,4%	(71,8)	(16,6)	333,4%
(-) Despesas Gerais e Administrativas	(13,4)	(9,3)	44,3%	(11,5)	(15,5)	(25,9%)
(+/-) Outras (despesas) receitas operacionais líquidas	5,1	9,5	(46,1%)	5,5	10,1	(46,0%)
(-) Desp. Fixas e Pessoal Administrativo	(62,4)	(19,1)	226,6%	(125,0)	(45,6)	174,3%
% da Receita Líquida	(18,9%)	(14,0%)	-4,9 p.p	(17,6%)	(16,2%)	-1,4 p.p

No 2T25, as Despesas Fixas e de Pessoal Administrativo apresentaram aumento de 226,6% em relação ao 2T24. Esse crescimento é um reflexo direto e esperado da integração da Tok&Stok ao balanço da Companhia, ocorrida em novembro de 2024. A consolidação das despesas administrativas e comerciais da Tok&Stok nas operações da Companhia resultou nessa elevação, especialmente pela combinação das Despesas Comerciais. É fundamental ressaltar, contudo, que no 2T24, a Companhia registrou um ganho extraordinário e extemporâneo de R\$6 milhões a maior do que o registrado no mesmo período em 2025, o que distorce a comparação direta e faz com que o aumento percentual pareça ainda mais acentuado. Sem esse ganho

extraordinário, a diferença percentual, embora ainda significativa devido à aquisição, seria menos drástica.

As despesas com Pessoal Administrativo aumentaram 73.5%, decorrente da junção dos times na combinação de negócios. Vale ressaltar que já há um ganho expressivo de sinergia nesta linha, que caiu de 8.8% da Receita Líquida para 6.3%, reduzindo significativamente sua representatividade frente à receita do grupo, e evidenciando a captura de sinergias expressivas.

Paralelamente, observou-se um aumento expressivo nas Despesas Comerciais, que são predominantemente oriundas da estrutura de lojas físicas da Tok&Stok, com seus custos inerentes e despesas operacionais, visto que a maior parte da sua receita se concentra em canais físicos. Em contrapartida, as Despesas Gerais e Administrativas (G&A) apresentaram um aumento mais moderado de 44,3%. Esse aumento, embora presente, também evidencia a captura de sinergias em custos fixos, à medida que a Companhia conseguiu consolidar e otimizar diversas funções administrativas e operacionais entre as duas entidades, mitigando um crescimento ainda maior nessas despesas.

EBITDA e EBITDA Ajustado e IFRS 16

em R\$ milhões	2T25	2T24	Var	6M25	6M24	Var
(=) Margem de Contribuição III	85,4	17,1	399,5%	202,4	40,7	397,8%
(-) Pessoal - Administrativo	(20,8)	(12,0)	73,5%	(47,2)	(23,6)	99,7%
(-) Despesas Operacionais	(41,6)	(7,1)	487,5%	(77,8)	(21,9)	254,5%
(=) EBITDA Ajustado	23,0	(2,0)	-1.256%	77,4	(4,9)	-1.677%
% da Receita Líquida	7,0%	(1,5%)	8,4 p.p	10,9%	(1,7%)	12,6 p.p
(+/-) Efeitos não-recorrentes	(3,7)	0,3	-403,3 p.p	(4,5)	(0,5)	871,4%
(=) EBITDA	19,3	(1,7)	-1.252%	72,9	(5,4)	-1.457%
% da Receita Líquida	5,8%	(1,2%)	7,1 p.p	10,2%	(1,9%)	12,2 p.p

No 2T25, o EBITDA Ajustado do Grupo Toky totalizou R\$23 milhões, revertendo o resultado negativo de R\$2,0 milhões registrado no mesmo período de 2024. A margem EBITDA Ajustada atingiu 7,0% da Receita Líquida, avanço de 8,4 p.p. ano a ano, refletindo a combinação de maior

escala, disciplina no controle de despesas e os ganhos iniciais de integração entre Mobly e Tok&Stok detalhados nas seções anteriores.

No acumulado de 2025 (6M25), o EBITDA Ajustado somou R\$77,4 milhões, revertendo a perda de R\$4,9 milhões no 6M24, e a margem ajustada alcançou 10,9% da Receita Líquida, ganho de 12,6 p.p. na comparação anual.

Assim como nas linhas anteriores, esse desempenho reflete os avanços iniciais na captura de sinergias entre Mobly e Tok&Stok, bem como a disciplina na execução da estratégia de crescimento com foco em rentabilidade.

Além disso, é importante ressaltar que esse resultado foi alcançado mesmo com o 2T25 sendo um trimestre de menor sazonalidade de vendas e, consequentemente, menor alavancagem operacional do EBITDA. A Companhia mantém uma expectativa positiva para os próximos trimestres, que tradicionalmente apresentam maior sazonalidade e potencial para alavancagem operacional do EBITDA.

EBIT

em R\$ milhões	2T25	2T24	Var	6M25	6M24	Var
(=) EBITDA	19,3	(1,7)	1152%	72,9	(5,4)	NA
(-) Depreciação e Amortização	(47,8)	(16,7)	187,0%	(101,0)	(34,2)	195,0%
(=) EBIT	(28,5)	(18,3)	55,5%	(28,0)	(39,6)	(29,1%)
% da Receita Líquida	(8,6%)	(13,4%)	4,8 p.p	(3,9%)	(14,0%)	10,1 p.p
(=) EBIT Ajustado	(24,8)	(18,6)	33,0%	(23,6)	(39,1)	(39,8%)
% da Receita Líquida	(7,5%)	(13,6%)	6,1 p.p	(3,3%)	(13,9%)	10,6 p.p

No 2T25 a Companhia apresentou EBIT negativo de R\$28,5 milhões. A margem EBIT evoluiu 4,8p.p. no trimestre, refletindo o avanço consistente do desempenho operacional.

A melhora operacional foi impulsionada pela forte expansão do EBITDA comentado nas seções anteriores, mesmo diante de um aumento relevante nas despesas com depreciação e amortização, que somaram R\$47,8 milhões, alta de 187% em relação ao 2T24. O aumento da depreciação decorre principalmente dos ativos e arrendamentos incorporados na combinação de negócios, especialmente relacionados às lojas físicas da Tok&Stok.

Com isso, o EBIT Ajustado, que exclui efeitos não recorrentes e impactos contábeis da integração, foi negativo em R\$24,8 milhões no 2T25, apresentando uma piora frente ao resultado negativo de R\$18,6 milhões no 2T24. No entanto, vale destacar que houve uma melhora relevante em sua participação frente à receita líquida, que saiu de (13.6%) para (7.5%).

Resultado Líquido

em R\$ milhões	2T25	2T24	Var	6M25	6M25	Var
(=) EBIT	(28,5)	(18,3)	55,5%	(28,0)	(39,6)	(29,1%)
(-) Despesas financeiras	(72,8)	(11,5)	532,1%	(118,4)	(20,6)	474,8%
(+) Receitas financeiras	6,9	14,5	(52,7%)	8,6	23,5	(63,5%)
(+/-) IR/CS Diferidos	5,6	-	NA	5,6	-	NA
(=) Lucro Líquido	(88,9)	(15,3)	480,3%	(132,3)	(36,7)	260,4%
% da Receita Líquida	(26,9%)	(11,2%)	-15,7 p.p	(18,6%)	(13,0%)	-5,6 p.p
(=) Lucro/prejuízo ajustado do exercício	(85,2)	(15,6)	444,8%	(127,8)	(36,2)	2,5

No 2T25, o Resultado Financeiro apresentou uma despesa de R\$72,8 milhões, pressionado principalmente pelo incremento dos juros decorrentes da estrutura de dívida trazida pela aquisição da Tok&Stok, e também por juros de antecipação de recebíveis.

No acumulado do ano (6M25), o Resultado Financeiro totalizou despesa de R\$118,4 milhões. A Companhia apresentou prejuízo líquido acumulado de R\$132,3 milhões; ajustado pelos mesmos efeitos não-recorrentes, o prejuízo líquido acumulado foi de R\$127,8 milhões, ou -18,0% da Receita Líquida.

Atualização de Sinergias

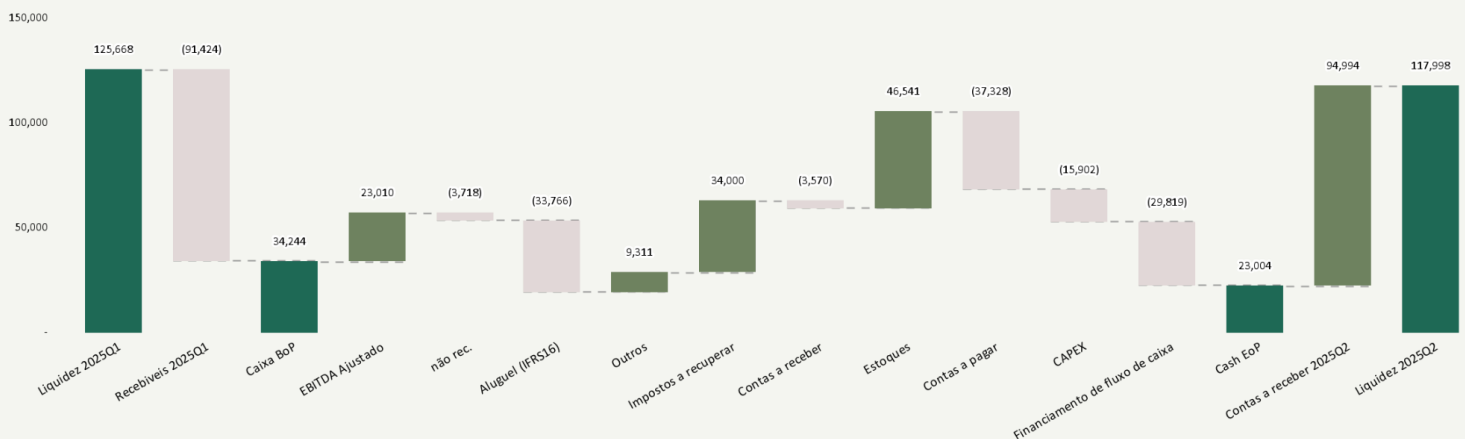
Como divulgado anteriormente, no âmbito da transação com a Tok&Stok, a Companhia identificou sinergias potenciais significativas para impulsionar a geração de fluxo de caixa ao longo do tempo.

De acordo com uma análise detalhada realizada por consultores contratados pela Companhia, foi identificado que o fluxo de caixa da Companhia tem o potencial de aumentar gradualmente, podendo resultar em um incremento anual adicional de R\$80 milhões a R\$135 milhões ao longo de cinco anos.

Até março de 2025, a Companhia já havia capturado uma parte significativa das sinergias projetadas. Considerando os valores observados por meio de iniciativas para maior eficiência administrativa e logística, a Companhia já havia assegurado aproximadamente R\$63,6 milhões. Essas sinergias foram alcançadas principalmente através da redução de custos com pessoal, otimização da malha logística e redução/otimização de despesas fixas.

Para 2026, a Companhia espera capturar ainda mais sinergias, focando no aumento da margem bruta com a substituição de fornecedores, redução dos custos com transportes, otimização da estrutura de Centros de Distribuição (CD) e diminuição dos custos com importação.

Fluxo de Caixa



Como evidenciado pela visão acima, mesmo em um período de baixa sazonalidade como o 2o trimestre, o Grupo obteve uma queima de liquidez menor que o planejado, consumindo apenas R\$8M no período, o que traz uma perspectiva otimista para os períodos de maiores sazonalidades.

Também, houve geração de caixa no capital de giro do Grupo, visto a redução de mais de R\$46M da posição de estoques, que ocorreu através de diversas iniciativas para o escoamento deste estoque.

ANEXOS

Anexo I

Consolidado

em R\$ mil	2T25	2T24	Var	6M25	6M24	Var
Receita operacional líquida	330,221	136,900	141.2%	711,633	281,827	17.2%
Custo dos produtos vendidos	(152,769)	(76,291)	100.2%	(325,071)	(154,544)	(1.1%)
Lucro bruto	177,452	60,609	192.8%	386,562	127,283	39.4%
Receitas (despesas) operacionais						
Despesas comerciais	(159,577)	(65,218)	144.7%	(326,046)	(131,463)	21.4%
Despesas gerais e administrativas	(48,414)	(22,707)	113.2%	(90,726)	(44,199)	9.5%
Perda de crédito esperada	(283)	(183)	54.6%	(465)	(385)	(26.5%)
Outras (despesas) receitas operacionais líquidas	2,340	9,453	(75.2%)	2,195	9,684	(75.8%)
Prejuízo antes do resultado financeiro e do imposto de renda e contribuição social	(28,482)	(18,046)	57.8%	(28,480)	(39,080)	(27.1%)
Despesas financeiras	(72,813)	(11,520)	532.1%	(118,371)	(20,594)	253.6%
Receitas financeiras	6,875	14,534	(52.7%)	8,575	23,482	(70.7%)
Resultado financeiro, líquido	(65,938)	3,014	NA	(109,796)	2,888	NA
IR/CS Diferidos	5,563	-	NA	5,563	-	
Prejuízo do exercício	(88,857)	(15,032)	491.1%	(132,713)	(36,192)	145.5%
Prejuízo atribuível a sócios controladores	(55,709)	(36,306)	53.4%	(88,170)	(36,192)	53.9%
Prejuízo atribuível a sócios não controladores	(33,148)	-	NA	(44,543)	(14,902)	122.4%
Básico	(0.5)	(0.1)	221.4%	(0.7)	(0.6)	(24.5%)
Diluído	(0.5)	(0.1)	221.4%	(0.7)	(0.6)	(24.5%)

Anexo II

em R\$ mil	2T25	4T24	Var
Ativo			
Circulante			
Caixa e equivalentes de caixa	23,004	23,036	(0.1%)
Contas a receber	94,994	138,957	(31.6%)
Estoques	194,918	272,030	(28.3%)
Créditos diversos	41,772	33,454	24.9%
Depósitos e bloqueios judiciais	396	431	(8.1%)
Impostos a recuperar	154,996	229,809	(32.6%)
Total do ativo circulante	510,080	697,717	(26.9%)
Não circulante			
Outros ativos financeiros a valor justo	104,371	-	NA
Impostos a recuperar	99,120	159,234	(37.8%)
Outras Contas a Receber	-	4,738	NA
Depósitos e bloqueios judiciais	88,767	87,494	1.5%
Créditos Diversos	10,681	4,941	116.2%
Imobilizado	179,613	196,350	(8.5%)
Direito de uso	320,088	374,452	(14.5%)
Intangível	498,284	506,098	(1.5%)
Total do ativo não circulante	1,300,924	1,333,307	(2.4%)
Total do ativo	1,811,004	2,031,024	(10.8%)
Passivo			
Circulante			
Fornecedores	131,907	234,195	(43.7%)
Risco Sacado	7,401	6,640	11.5%
Salários e encargos sociais	49,618	65,135	(23.8%)
Impostos a recolher	156,989	114,980	36.5%
Adiantamentos de clientes	36,624	33,512	9.3%
Passivo de arrendamento	96,060	105,600	(9.0%)
Provisão para contingências	436	-	NA
Provisões	10,332	-	NA
Outras contas a pagar	54,142	34,029	28.7%

Total do passivo circulante	533,177	594,091	(10.3%)
Não circulante			
Fornecedores	8,550	8,550	-
Dívidas com acionistas não controladores	75,360	256,825	(70.7%)
Provisão para contingências	69,232	77,678	(10.9%)
Impostos a recolher	12,787	22,729	(43.7%)
Outras contas a pagar	-	75,543	NA
Passivo de arrendamento	303,996	354,319	(14.2%)
Tributos diferidos	94,115	89,786	4.8%
Empréstimos e financiamentos	656,393	357,833	83.4%
Total do passivo não circulante	1,220,433	1,243,263	NA
Patrimônio líquido			
Capital social	1,085,945	1,085,945	-
Reservas (capital e opções)	47,171	48,938	(3.6%)
Prejuízos acumulados	(863,042)	(774,872)	11.4%
Patrimônio líquido atribuível aos acionistas controladores	270,074	360,011	(25.0%)
Participação de não controladores	(212,680)	(166,342)	27.9%
Total do patrimônio líquido	57,394	193,669	(70.4%)
Total do passivo e patrimônio líquido	1,811,004	2,031,024	(10.8%)

em R\$ mil		6M25	6M24
Fluxo de caixa das atividades operacionais	Prejuízo do exercício	(132,713)	(36,306)
	Depreciação	20,702	11,200
	Amortização	17,903	6,138
	Depreciação - direito de uso	50,394	19,712
	Juros provisionados sobre empréstimos e financiamentos	47,070	3,687
	Juros passivos de arrendamento	22,795	6,093
	Juros sobre antecipação de recebíveis	26,227	6,525
	Outras receitas/despesas financeiras	11,653	(9,595)
	Provisões para contingências	(8,010)	2,626
	Resultado da alienação de imobilizado, intangível, ativo de direito de uso e passivo de arrendamento	(5,948)	(169)
	Perda por redução ao valor recuperável do contas a receber	(37)	385
	Provisão para realização dos estoques	1,044	624
	Provisão para programa de incentivo a longo prazo	(1,767)	(114)
	Juros de aplicações financeiras	(1,127)	
	Impostos diferidos	4,329	
	Outros	(1,793)	(23)
Variação nos ativos operacionais	Contas a receber e outras contas a receber	44,000	24,954
	Estoques	76,068	2,809
	Depósitos e bloqueios judiciais	(1,238)	(2,520)
	Créditos diversos e impostos a recuperar	(24,233)	(11,428)
Variação nos passivos operacionais	Fornecedores e outras contas a pagar	(87,120)	(22,848)
	Salários e encargos sociais e impostos a recolher	16,550	3,974
	Adiantamentos de clientes	3,112	(2,296)
Caixa utilizado nas atividades operacionais	Caixa utilizado nas atividades operacionais	77,861	3,428
	Pagamento de juros sobre empréstimos e financiamentos	-	(1,401)
	Pagamento de juros sobre passivo de arrendamento	(23,917)	(6,045)
	Pagamento de juros de antecipação de recebíveis	(26,227)	(6,525)

	Fluxo de caixa líquido utilizado nas atividades operacionais	27,717	(10,543)
Fluxo de caixa das atividades de investimento	Juros de aplicações financeiras	1,127	-
	Resgate de cotas FIDC	34,000	-
	Recursos provenientes da alienação de ativo imobilizado	-	1,571
	Aquisição do ativo imobilizado	(4,032)	(7,359)
	Aquisição do ativo intangível	(10,086)	(6,875)
	Fluxo de caixa utilizado nas atividades de investimento	21,009	(12,663)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento	Captação de empréstimos	-	26,843
	Pagamento de empréstimos e financiamentos	-	(36,277)
	Pagamento de passivo de arrendamento	(48,758)	(19,148)
	Caixa líquido proveniente das atividades de financiamento	(48,758)	(28,582)
	Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	23,036	152,632
	Caixa e equivalentes de caixa no final do exercício	23,004	100,844
	Aumento (redução) líquida em caixa e equivalentes de caixa	(32)	(51,788)

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.

NA

Não aplicável.

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.



Earnings Release

2Q25

MBLY B3 LISTED NM

Index

1	Message from Management	03
2	Financial Performance	04
3	Gross Merchandise Value (GMV)	05
4	Gross Profit	06
5	Fulfillment Costs	06
6	Marketing & Sales Expenses	07
7	Fixed Expenses	08
8	EBITDA and Adjusted EBITDA	09
9	EBIT	10
10	Net Result	11
11	Cash Flow	12
12	Synergies Update	13
13	Appendix	14
14	Glossary	22

Message from **MANAGEMENT**

The second quarter of 2025 marks a promising year for Grupo Toky, with operational and financial indicators that reinforce the Company's path of sustainable growth.

We recorded a significant growth of 120.1% in GMV, reaching R\$433.3 million, driven primarily by the combination of the Mobly and Tok&Stok brands. Net operating revenue also increased substantially, totaling R\$330.2 million, representing a 141.2% rise compared to the same period of the previous year. These figures reflect the incorporation of Tok&Stok's operational results into Grupo Toky.

In addition, on the cost side, we highlight the expansion of the gross margin, which reached 53.7% of net revenue, an increase of 9.5 percentage points compared to 2Q24. This improvement reflects both the incorporation of the Tok&Stok brand, which operates with higher margins, and the early results of operational efficiency initiatives, improved purchasing conditions, and a more strategic management of the product portfolio outlined in the integration plan, which resulted in improved gross margins for both brands, as detailed in the gross profit section. The result was a gross profit of R\$177.5 million, representing a 192.8% year-over-year increase.

Additionally, it is worth highlighting the progress in capturing synergies: we have already begun to realize synergies totaling R\$64 million on an annualized basis in 2025, and we have contracted initiatives expected to generate an additional R\$23 million in logistics starting in 2026. The captured and contracted synergies result from the consolidation of administrative teams, renegotiation and termination of duplicate contracts between the brands, the closure of Mobly's Extrema distribution center, and the reduction of office expenses, among other operational integration initiatives.

In the same period, we reached R\$23 million in adjusted EBITDA, reversing the negative result recorded in 2Q24. Adjusted EBITDA margin stood at 7%, an increase of 8.4 p.p., highlighting the significant improvement in business profitability despite a challenging macroeconomic environment. It is worth noting that this result was achieved even though the second quarter of 2025 had lower sales seasonality and, consequently, lower EBITDA operating leverage. The Company maintains an optimistic outlook for the coming quarters, which historically present higher seasonality and greater potential for operating leverage of its margins.

We remain focused on capturing the synergies expected from the business combination of the two brands, while simultaneously driving continuous improvements in our logistics structure,

commercial model, and customer experience. We are confident that these actions will continue to create value for our shareholders, customers, and other stakeholders.

Financial Performance

in BRL millions	2Q25	2Q24	Var	6M2025	6M2024	Var
GMV *	433.3	196.3	120.8%	929.6	403.6	130.4%
Net Revenue	330.2	136.9	141.2%	711.6	281.8	152.5%
(-) Costs of Goods Sold	(152.8)	(76.3)	100.2%	(325.1)	(154.5)	110.3%
(=) Gross Profit	177.5	60.6	192.8%	386.6	127.3	203.7%
% of Net Revenue	53.7%	44.3%	9.5 p.p	54.3%	45.2%	9.2 p.p
(-) Fulfillment Costs	(45.5)	(21.1)	115.6%	(91.9)	(40.1)	129.1%
% of Net Revenue	(13.8%)	(15.4%)	1.6 p.p	(12.9%)	(14.2%)	1.3 p.p
(=) Contribution Margin II	131.9	39.5	234.0%	294.7	87.2	238.0%
% of Net Revenue	39.9%	28.8%	11.1 p.p	41.4%	30.9%	10.5 p.p
(-) Mkt & Sales Expenses	(46.5)	(22.4)	107.7%	(92.3)	(46.5)	98.4%
% of Net Revenue	(14.1%)	(16.4%)	2.3 p.p	(13.0%)	(16.5%)	3.5 p.p
(=) Contribution Margin III	85.4	17.1	399.5%	202.4	40.7	397.8%
% of Net Revenue	25.9%	12.5%	13.4 p.p	28.4%	14.4%	14.0 p.p
(-) Personnel Expenses	(20.8)	(12.0)	73.5%	(47.2)	(23.6)	99.7%
% of Net Revenue	(6.3%)	(8.8%)	2.5 p.p	(6.6%)	(8.4%)	1.8 p.p
(-) Other G&A Expenses	(41.6)	(7.1)	487.5%	(77.8)	(21.9)	254.5%
% of Net Revenue	(12.6%)	(5.2%)	-7.4 p.p	(10.9%)	(7.8%)	-3.1 p.p
(=) Adjusted EBITDA	23.0	(2.0)	-1,256%	77.4	(4.9)	-1,677%
% of Net Revenue	7.0%	(1.5%)	8.4 p.p	10.9%	(1.7%)	12.6 p.p
(+/-) Non-Recurring Effect	(3.7)	0.3	NA	(4.5)	(0.5)	871.4%
(=) EBITDA	19.3	(1.7)	-1,252%	72.9	(5.4)	-1,457%
% of Net Revenue	5.8%	(1.2%)	7.1 p.p	10.2%	(1.9%)	12.2 p.p
(-) D&A	(47.8)	(16.7)	187.0%	(101.0)	(34.2)	195.0%
(=) EBIT	(28.5)	(18.3)	55.5%	(28.0)	(39.6)	(29.1%)
% of Net Revenue	(8.6%)	(13.4%)	4.8 p.p	(3.9%)	(14.0%)	10.1 p.p
(=) Adjusted EBIT	(24.8)	(18.6)	33%	(23.6)	(39.1)	-40%
% of Net Revenue	(7.5%)	(13.6%)	6.1 p.p	(3.3%)	(13.9%)	10.6 p.p
Interest Result	(65.9)	3.0	-2188%	(109.8)	2.9	-3803%
(+/-) IR/CS deferred	5.6	-	-	5.6	-	-

(=) Net Income	(88.9)	(15.3)	480.3%	(132.3)	(36.7)	260.4%
% of Net Revenue	(26.9%)	(11.2%)	-15.7 p.p	(18.6%)	(13.0%)	-5.6 p.p
(=) Adjusted Net Income	(85.2)	(15.6)	444.8%	(127.8)	(36.2)	252.6%
% of Net Revenue	(25.8%)	(11.4%)	-14.4 p.p	(18.0%)	(12.9%)	-5.1 p.p

Gross Merchandise Value (GMV)

	Grupo Toky			Mobly			Tok&Stok
Gross Merchandise Value (GMV) in BRL millions	2Q25	2Q24	Var	2Q25	2Q24	Var	2Q25
Website	88.6	60.3	47.0%	40.8	60.3	(32.2%)	47.7
Marketplace	63.0	61.4	2.6%	63.0	61.4	2.6%	-
Stores	271.7	60.8	346.9%	55.0	60.8	(9.6%)	216.8
Sellercenter	6.1	10.3	(41.2%)	6.1	10.3	(41.2%)	-
Other Revenues	3.9	3.4	13.5%	3.9	3.4	13.5%	-
GMV	433.3	196.3	120.8%	168.8	196.3	(14.0%)	264.5
Net Revenue	330.2	136.9	141.2%	120.4	136.9	(12.1%)	210

	Grupo Toky			Mobly			Tok&Stok
Gross Merchandise Value (GMV) in BRL millions	6M25	6M24	Var	6M25	6M24	Var	6M25
Website	198.0	132.9	49.0%	94.1	132.9	(29.2%)	103.9
Marketplace	121.0	118.0	2.6%	121.0	118.0	2.6%	-
Stores	590.8	123.2	379.4%	111.7	123.2	(9.4%)	479.2
Sellercenter	13.3	22.5	(40.7%)	13.3	22.5	(40.7%)	-
Other Revenues	6.4	7.0	(8.7%)	7.2	7.0	3.7%	-
GMV	929.6	403.6	130.3%	347.4	403.6	(13.9%)	583.1
Net Revenue	711.6	281.8	152.5%	247.6	281.8	(12.1%)	464.0

In 2Q25, Grupo Toky's consolidated GMV reached R\$433.3 million, an increase of 120.8% compared to 2Q24, driven mainly by the full consolidation of Tok&Stok (starting in November 2024).

In the digital channel, which includes the Mobly and Tok&Stok websites, GMV reached R\$88.6 million, a 47.0% increase year over year. Specifically, Mobly's website recorded a 32.2% decline. This reduction is attributed to a digital marketing strategy shift implemented in 4Q24, which prioritized investment efficiency (lower acquisition cost) over higher acquisition volumes. However, this adjustment contributed to an improvement in Contribution Margin III, both in percentage and absolute terms. Additionally, in this quarter, a campaign shift (migration from Google) temporarily impacted site traffic, but visitation and conversion metrics are already showing signs of renewed growth.

It is important to highlight that, for Mobly, CM3 remained stable on the website and performed slightly higher in physical stores. In stores, the decline in revenue is mainly due to store closures that took place in the second half of 2024. However, with margins operating at higher levels, the stores have been gaining efficiency and capturing greater value per visit/customer.

The increase compared to the same period of the previous year was significantly influenced by the strong contribution of Tok&Stok's physical stores, which accounted for R\$216.8 million in GMV. At Mobly, there was a decline in store sales, mainly driven by a reduction in the number and size of stores, as well as reduced marketing expenses, which resulted in less visits in the stores. When analyzing only the same stores (Same Store Sales), the decrease was 4.0%.

The marketplace channel continued its growth trajectory, with GMV of R\$63.0 million, a 2.6% year-over-year increase, supported by the consolidation of strategic partnerships initiated in 2024.

In the first half of 2025, consolidated GMV reached R\$929.6 million, an increase of 130.3% compared to the first six months of 2024 (6M24). 6M25 Net Revenue grew from R\$281.8 million in 6M24 to R\$711.6 million in 6M25 (+152.5%), reflecting the business combination.

Consolidated Net Revenue followed the GMV growth from the business combination, totaling R\$330.2 million in 2Q25, an increase of 141.2% compared to 2Q24.

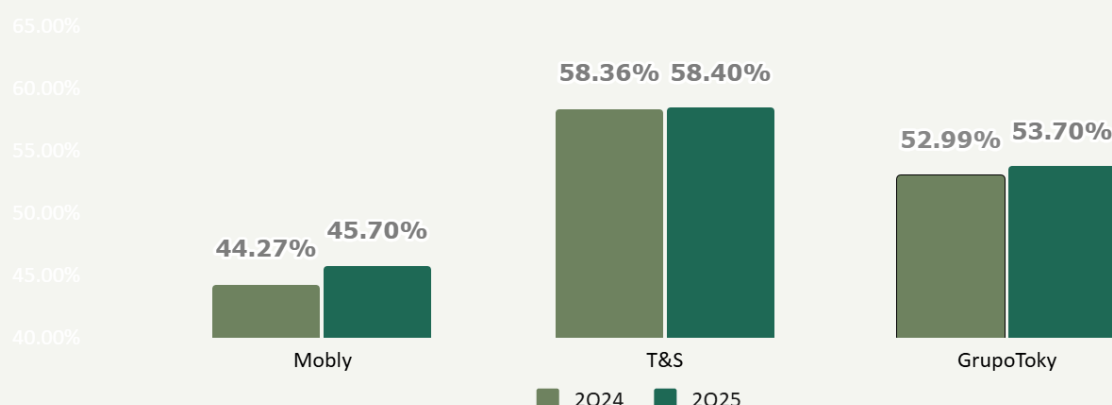
Gross Profit

in BRL millions	2Q25	2Q24	Var	6M24	6M23	Var
Net Revenue	330.2	136.9	141.2%	711.6	281.8	152.5%
(-) Cost of goods sold	(152.8)	(76.3)	100.2%	(325.1)	(154.5)	110.3%
(=) Gross Profit	177.5	60.6	192.8%	386.6	127.3	203.7%
% of Net Revenue	53.7%	44.3%	9.5 p.p	54.3%	45.2%	9.2 p.p

The consolidated Gross Margin reached 53.7% in the quarter, representing a significant increase of 950 basis points compared to 2Q24. Part of this margin improvement is attributable to the acquisition of Tok&Stok, which operates with a high gross margin. In addition, there was gross margin expansion across both brands:

At Tok&Stok, the gross margin increased slightly from 58.36% in 2Q24 to 58.4% in 2Q25, reflecting a modest improvement in its already solid profitability.

Mobly, in turn, recorded a more pronounced improvement, with its gross margin rising from 44.3% to 45.7% over the same period.



This margin improvement demonstrates that the strategic supplier negotiation initiatives outlined in the post-merger synergy plan have been successful and have begun to yield more favorable commercial terms, consequently leading to a reduction in product acquisition costs. This has positively impacted the gross margin, and further gains are expected in the upcoming quarters.

Additionally, the reported margin is impacted by the amortization of the inventory fair value uplift recognized as part of the business combination, which has a material effect on the observed margin. Excluding these effects, the Group's gross margin for 2Q25 would have been 55.1%, compared to the reported 53.7%. It is important to note that the inventory fair value uplift will be fully amortized over the course of 2025. This effect, combined with the aforementioned margin improvement initiatives, provides an even more favorable outlook for the Group's gross margin in 2026.

In 2Q25, the consolidated Gross Profit of the Toky Group totaled R\$177.5 million, an increase of 192.8% compared to 2Q24 (Mobly standalone). This performance reflects the significant growth in Net Revenue during the period (+141.2%).

Fulfillment Costs

in BRL millions	2Q25	2Q24	Var	6M25	6M24	Var
(-) Transports	(31.0)	(15.8)	96.6%	(60.5)	(29.5)	105.1%
(-) Payment Options	(6.4)	(2.1)	206.8%	(13.8)	(4.3)	218.0%
(-) Personnel - Logistics	(7.9)	(3.1)	154.4%	(17.1)	(5.9)	191.4%
(-) Bad Debt	(0.3)	(0.2)	53.8%	(0.5)	(0.4)	20.8%
(-) Fulfillment Costs	(45.5)	(21.1)	115.6%	(91.9)	(40.1)	129.1%
% of Net Revenue	(13.8%)	(15.4%)	1.6 p.p	(12.9%)	(14.2%)	1.3 p.p

Logistics costs totaled R\$45.5 million in 2Q25, representing a significant absolute increase compared to 2Q24. This increase is primarily explained by the higher volume of operations resulting from the consolidation of the Toky Group, following the full integration of Tok&Stok's

logistics infrastructure. The integration led to an increase in the number of deliveries and operational complexity during the period, impacting absolute costs in the quarter.

In relative terms, there was an improvement in efficiency: logistics costs represented 13.8% of Net Revenue in 2Q25, compared to 15.4% in 2Q24. This improvement resulted from the dilution of costs over a substantially higher revenue base, as well as reductions in logistics labor expenses, driven by a decrease in leased distribution center (DC) space following the integration of operations.

One of the key synergy gains currently underway is the consolidation of the Group's distribution centers. The most significant step in this process is the transfer of Tok&Stok's entire domestic furniture operation—currently located at the Extrema DC—to Mobly's DC in Cajamar. This transition will enable the decommissioning of a substantial portion of the space and infrastructure at the Extrema DC by December 31, 2025, reducing occupancy, maintenance, and other variable costs. A contractual amendment was recently signed with the property owners, allowing for the partial return of the Extrema DC. As a result, we estimate annualized savings of R\$23 million, to be realized starting in January 2026.

For the year-to-date period (6M25), logistics costs totaled R\$91.9 million, an increase of 129.1% compared to the same period in 2024. As a percentage of Net Revenue, logistics costs represented 12.9% in 6M25, compared to 14.2% in 6M24, an improvement of 130 basis points, reinforcing the trend of cost dilution driven by the consolidated revenue growth of the Toky Group.

Marketing & Sales Expenses

in BRL millions	2Q25	2Q24	Var	6M25	6M24	Var
(-) Advertisement	(17.3)	(16.3)	5.9%	(35.1)	(34.9)	0.6%
(-) Personnel - Sales	(29.2)	(6.1)	381.8%	(57.2)	(11.6)	393.2%
(-) Mkt & Sales Expenses	(46.5)	(22.4)	107.7%	(92.3)	(46.5)	98.4%
% of Net Revenue	(14.1%)	(16.4%)	2.3 p.p	(13.0%)	(16.5%)	3.5 p.p

Selling and Marketing expenses include investments in advertising, promotions, and personnel directly involved in sales activities.

In 2Q25, advertising and publicity expenses totaled R\$17.3 million, an increase of only 5.9% compared to the same period of the previous year, despite the merger of operations. This

result reflects a significant gain in efficiency and profitability, as revenue growth was achieved with minimal incremental marketing investment.

There are no material advertising and publicity costs within Tok&Stok, as the majority of its revenue is generated through physical stores, which require substantially lower advertising investments than online channels. This factor, combined with the strategic reallocation of marketing investments implemented at the end of 2024, occurred in parallel with an approximately 140% increase in Net Revenue, resulting in a significant improvement in acquisition efficiency and return on marketing spend. This disciplined allocation of resources, together with the integration of Tok&Stok—which operates with lower marketing intensity—enhanced commercial efficiency and contributed to the Group's margin expansion.

For the year-to-date period in 2025, Selling and Marketing Expenses totaled R\$92.3 million, an increase of 98.4% compared to 6M24. Of this amount, sales personnel expenses accounted for 61.9% (R\$57.2 million), reflecting a significant increase year over year. This growth is primarily attributed to the business combination, as Tok&Stok operates mainly through brick-and-mortar stores.

It is worth noting that, despite the absolute increase in expenses, there was a substantial gain in profitability within the Selling and Marketing expense group, which represented 13.0% of Net Revenue for the year-to-date period in 2025—an improvement of 350 basis points compared to the 16.5% recorded in the same period of the previous year.

The reduction in these expenses as a percentage of Net Revenue is driven by two complementary factors: (i) the shift in marketing investment strategy at the end of 2024, which prioritized efficiency and cost reduction without compromising margins; and (ii) the increased share of revenue derived from physical stores.

The total marketing structure amounted to R\$35.1 million, a modest increase of 0.6% compared to 6M24. It is important to highlight that the growth in overall Selling and Marketing expenses was largely driven by the expansion of the sales team associated with the integration of Tok&Stok, while marketing investments remained disciplined in absolute terms.

Fixed Expenses

in BRL millions	2Q25	2Q24	Var	6M25	6M24	Var
(-) Personnel Expenses	(20.8)	(12.0)	73.5%	(47.2)	(23.6)	99.7%
(-) Commercial Expenses	(33.2)	(7.3)	355.4%	(71.8)	(16.6)	333.4%
(-) Other General and Administrative Expenses	(13.4)	(9.3)	44.3%	(11.5)	(15.5)	(25.9%)
(+/-) Other Net Operating Income (Expenses)	5.1	9.5	(46.1%)	5.5	10.1	(46.0%)
(-) Fixed + Personnel Expenses	(62.4)	(19.1)	226.6%	(125.0)	(45.6)	174.3%
% of Net Revenue	(18.9%)	(14.0%)	-4.9 p.p	(17.6%)	(16.2%)	-1.4 p.p

In 2Q25, Fixed and Administrative Personnel Expenses increased by 226.6% compared to 2Q24. This growth is a direct and expected result of the integration of Tok&Stok into the Company's financial statements, which took place in November 2024. The consolidation of Tok&Stok's administrative and commercial expenses into the Company's operations led to this increase, particularly due to the combination of Commercial Expenses. It is important to highlight, however, that in 2Q24, the Company recorded an extraordinary and non-recurring gain of R\$6 million higher than the amount recorded in the same period of 2025, which distorts the direct comparison and makes the percentage increase appear even more pronounced. Without this extraordinary gain, the percentage variance while still significant due to the acquisition would be less drastic.

Administrative Personnel expenses increased by 73.5%, as a result of the integration of teams following the business combination. It is worth noting that there has already been a significant synergy gain in this line item, which decreased from 8.8% of Net Revenue to 6.3%, significantly reducing its share relative to the Group's revenue and demonstrating the capture of substantial synergies.

In parallel, there was a significant increase in Selling Expenses, which are predominantly derived from the cost associated with Tok&Stok's physical store network, with its inherent operating expenses, given that the majority of Tok&Stok's revenue is concentrated in physical channels. In contrast, General and Administrative Expenses (G&A) recorded a more moderate increase of 44.3%. While this increase is notable, it also reflects the capture of synergies in fixed costs, as the Company was able to consolidate and optimize several administrative and

operational functions between the two entities, mitigating a more substantial rise in these expenses.

EBITDA and Adjusted EBITDA

in BRL millions	2Q25	2Q24	Var	6M25	6M24	Var
(=) Contribution Margin III	85.4	17.1	399.5%	202.4	40.7	397.8%
(-) Personnel Expenses	(20.8)	(12.0)	73.5%	(47.2)	(23.6)	99.7%
(-) OPEX	(41.6)	(7.1)	487.5%	(77.8)	(21.9)	254.5%
(=) Adjusted EBITDA	23.0	(2.0)	-1,256%	77.4	(4.9)	-1,677%
% of Net Revenue	7.0%	(1.5%)	8.4 p.p	10.9%	(1.7%)	12.6 p.p
(+/-) Non-Recurring Effect	(3.7)	0.3	NA	(4.5)	(0.5)	871.4%
(=) EBITDA	19.3	(1.7)	-1,252%	72.9	(5.4)	-1,457%
% of Net Revenue	5.8%	(1.2%)	7.1 p.p	10.2%	(1.9%)	12.2 p.p

In 2Q25, the Toky Group's Adjusted EBITDA totaled R\$23 million, reversing the negative result of R\$2.0 million recorded in the same period of 2024. The Adjusted EBITDA margin reached 7.0% of Net Revenue, an improvement of 840 basis points year over year, reflecting a combination of increased scale, disciplined expense control, and the initial integration gains between Mobly and Tok&Stok detailed in the preceding sections.

For the year-to-date period of 2025 (6M25), Adjusted EBITDA amounted to R\$77.4 million, reversing the R\$4.9 million loss recorded in 6M24. The Adjusted EBITDA margin reached 10.9% of Net Revenue, a year-over-year increase of 1,260 basis points.

Consistent with prior lines, this performance reflects the early progress in capturing synergies between Mobly and Tok&Stok, as well as disciplined execution of the growth strategy with a focus on profitability.

Furthermore, it is important to emphasize that this result was achieved despite 2Q25 being a quarter with lower sales seasonality and, consequently, lower EBITDA operating leverage. The Company maintains a positive outlook for the upcoming quarters, which traditionally exhibit higher seasonality and greater potential for EBITDA operational leverage.

EBIT

in BRL millions	2Q25	2Q24	Var	6M25	6M24	Var
(=) EBITDA	19.3	(1.7)	1152%	72.9	(5.4)	NA
(-) Depreciation and Amortization	(47.8)	(16.7)	187.0%	(101.0)	(34.2)	195.0%
(=) EBIT	(28.5)	(18.3)	55.5%	(28.0)	(39.6)	(29.1%)
% of Net Revenue	(8.6%)	(13.4%)	4.8 p.p	(3.9%)	(14.0%)	10.1 p.p
(=) Adjusted EBIT	(24.8)	(18.6)	33.0%	(23.6)	(39.1)	(39.8%)
% of Net Revenue	(7.5%)	(13.6%)	6.1 p.p	(3.3%)	(13.9%)	10.6 p.p

In 2Q25, the Company reported a negative EBIT of R\$28.5 million. The EBIT margin improved by 4.8 p.p. in the quarter, reflecting the consistent progress in operational performance.

The operational improvement was driven by the strong expansion of EBITDA, as discussed in the previous sections, despite a significant increase in depreciation and amortization expenses, which totaled R\$47.8 million—an increase of 187% compared to 2Q24. The rise in depreciation is primarily attributable to the assets and leases incorporated through the business combination, particularly those related to Tok&Stok's physical stores.

As a result, Adjusted EBIT—which excludes non-recurring effects and accounting impacts from the integration—was negative R\$24.8 million in 2Q25, representing a deterioration compared to the negative result of R\$18.6 million in 2Q24. However, it is worth highlighting a relevant improvement in its ratio to net revenue, which improved from (13.6%) to (7.5%).

Net Result

in BRL millions	2Q25	2Q24	Var	6M25	6M25	Var
(=) EBIT	(28.5)	(18.3)	55.5%	(28.0)	(39.6)	(29.1%)
(-) Financial Expenses	(72.8)	(11.5)	532.1%	(118.4)	(20.6)	474.8%
(+) Financial Income	6.9	14.5	(52.7%)	8.6	23.5	(63.5%)
(+/-) IR/CS Diferidos	5.6	-	NA	5.6	-	NA
(=) Net Income	(88.9)	(15.3)	480.3%	(132.3)	(36.7)	260.4%
% of Net Revenue	(26.9%)	(11.2%)	-15.7 p.p	(18.6%)	(13.0%)	-5.6 p.p
(=) Adjusted Net Income	(85.2)	(15.6)	444.8%	(127.8)	(36.2)	2.5
% of Net Revenue	(25.8%)	(11.4%)	-14.4 p.p	(18.0%)	(12.9%)	-0.1 p.p

In 2Q25, the Financial Result recorded an expense of R\$72.8 million, primarily pressured by increased interest expenses arising from the debt structure associated with the acquisition of Tok&Stok, as well as interest from the anticipated receivables.

For the year-to-date period (6M25), the Financial Result totaled an expense of R\$118.4 million. The Company reported a cumulative net loss of R\$132.3 million; adjusted for the same non-recurring effects, the cumulative net loss amounted to R\$127.8 million, or -18.0% of Net Revenue.

Synergies Update

As previously disclosed, in the context of the transaction with Tok&Stok, the Company identified significant potential synergies to drive cash flow generation over time.

According to a detailed analysis conducted by consultants engaged by the Company, it was determined that the Company's cash flow has the potential to gradually increase, potentially resulting in an additional annual increment of R\$80 million to R\$135 million over a five-year period.

By March 2025, the Company had already captured a significant portion of the projected synergies. Considering the values realized through initiatives aimed at greater administrative and logistical efficiency, the Company had secured approximately R\$63.6 million. These synergies were primarily achieved through reductions in personnel costs, optimization of the logistics network, and reduction/optimization of fixed expenses.

For 2026, the Company expects to capture further synergies, focusing on increasing gross margin through supplier replacement, reducing transportation costs, optimizing the distribution center (DC) network, and lowering import-related expenses.

Cash Flow



As evidenced by the overview above, even during a seasonally weaker period such as the second quarter, the Group experienced lower-than-expected cash burn, consuming only R\$8 million during the period. This provides an optimistic outlook for periods of higher seasonality.

Additionally, there was cash generation in the Group's working capital, driven by a reduction of over R\$46 million in inventory levels, achieved through various initiatives aimed at inventory sell-off.

APPENDIX

Appendix I

Consolidated

in BRL thousand	2Q25	2Q24	Var	6M25	6M24	Var
Net Revenue	330.221	136.900	17,2%	711.633	281.827	17,2%
Cost of sales	(152.769)	(76.291)	(1,1%)	(325.071)	(154.544)	(1,1%)
Gross Profit	177.452	60.609	39,4%	386.562	127.283	39,4%
Operating (expenses) income						
Selling expenses	(159.577)	(65.218)	21,4%	(326.046)	(131.463)	21,4%
General and administrative expenses	(48.414)	(22.707)	9,5%	(90.726)	(44.199)	9,5%
Expected credit losses	(283)	(183)	(26,5%)	(465)	(385)	(26,5%)
Other net (expenses) incomes	2.340	9.453	(75,5%)	2.195	9.684	(75,8%)
Loss before financial result, income tax and social contribution	(28.482)	(18.046)	(27,3%)	(28.480)	(39.080)	(27,1%)
Financial expenses	(72.813)	(11.520)	253,6%	(118.371)	(20.594)	253,6%
Financial income	6.875	14.534	(70,7%)	8.575	23.482	(70,7%)
Finance income (expenses), net	(65.938)	3.014	NA	(109.796)	2.888	NA
(+/-) IR/CS deferred	5.563	-	NA	5.563	-	
Loss for the period	(88.857)	(15.032)	144,7%	(132.713)	(36.192)	145,5%
Loss attributable to owners of the Company	(55.709)	(15.032)	53,4%	(88.170)	(36.192)	53,9%
Loss attributable to non-controlling partners	(33.148)	-	NA	(44.543)	(14.902)	122,4%
Basic	(0,5)	(0,1)	221,4%	(0,7)	(0,6)	(24,5%)
Diluted	(0,5)	(0,1)	221,4%	(0,7)	(0,6)	(24,5%)

Appendix II

in BRL thousand	2Q25	4Q24	Var
Assets			
Current assets			
Cash and cash equivalents	23.004	23.036	(0,1%)
Trade receivables	94.994	138.957	(31,6%)
Inventories	194.918	272.030	(28,3%)
Other receivables	41.772	33.454	24,9%
Judicial deposits and blocked funds	396	431	(8,1%)
Recoverable taxes	154.996	229.809	(32,6%)
Total current assets	510.080	697.717	(26,9%)
Non-current assets			
Other financial assets at fair-value	104.371		NA
Recoverable taxes	99.120	159.234	(37,8%)
Other accounts receivable	-	4.738	NA
Judicial deposits and blocked funds	88.767	87.494	1,5%
Other receivables	10.681	4.941	116,2%
Property, plant and equipment	179.613	196.350	(8,5%)
Right-of-use assets	320.088	374.452	(14,5%)
Intangible assets	498.284	506.098	(1,5%)
Total non-current assets	1.300.924	1.333.307	(2,4%)
Total assets	1.811.004	2.031.024	(10,8%)
Liabilities			
Current Liabilities			
Suppliers	131.907	234.195	-43,68%
Structured payable (Risk Sacado)	7.401	6.640	11,5%
Salaries and social charges	49.618	65.135	(23,8%)
Taxes payable	156.989	114.980	36,5%
Customer advances	36.624	33.512	9,3%
Lease liabilities	96.060	105.600	(9,0%)
Provision for contingencies	436	-	NA

Other payables	54.142	34.029	28,7%
Total current liabilities	533.177	594.091	(10,3%)
Non-current liabilities			
Suppliers	8.550	8.550	-
Payables to non-controlling shareholders	75.360	256.825	(70,7%)
Provision for contingencies	69.232	77.678	(10,9%)
Taxes payable	12.787	22.729	(43,7%)
Other payables	-	75.543	NA
Lease liabilities	303.996	354.319	(14,2%)
Deferred taxes	94.115	89.786	4,8%
Loans and financing	656.393	357.833	83,4%
Total non-current liabilities	1.220.433	1.243.263	NA
Equity			
Share capital	1.085.945	1.085.945	-
Reserves (capital and options)	47.171	48.938	(3,6%)
Accumulated losses	(863.042)	(774.872)	11,4%
Equity attributed to shareholders	270.074	360.011	(25,0%)
Non-controlling interest	(212.680)	(166.342)	27,9%
Total equity	57.394	193.669	(70,4%)
Total liabilities and equity	1.811.004	2.031.024	(10,8%)

Appendix III

in BRL thousands		6M25	6M24
Cash flows from operating activities	Loss for the year	(132.713)	(36.306)
	Depreciation	20.702	11.200
	Amortization	17.903	6.138
	Depreciation - right of use	50.394	19.712
	Accrued interest on loans and financing	47.070	3.687
	Lease interest expense	22.795	6.093
	Interest on advance payments on receivables	26.227	6.525
	Other financial income/expenses	11.653	(9.595)
	Provisions for contingencies	(8.010)	2.626
	Gain on disposal of property, plant and equipment, intangible assets, right-of-use assets and lease liabilities	(5.948)	(169)
	Impairment loss on accounts receivable	(37)	385
	Provision for inventory write-downs	1.044	624
	Provision for long-term incentive program	(1.767)	(114)
	Interest on financial investments	(1.127)	
	Deferred taxes	4.329	
	Other	(1.793)	(23)
Changes in operating assets	Trade receivables and other receivables	44.000	24.954
	Inventories	76.068	2.809
	Judicial deposits and frozen accounts	(1.238)	(2.520)
	Other receivables and taxes recoverable	(24.233)	(11.428)
Changes in operating liabilities	Trade and other payables	(87.120)	(22.848)
	Taxes payable and wages and salaries	16.550	3.974
	Advances from customers	3.112	(2.296)
Cash used in operating activities	Cash used in operating activities	77.861	3.428
	Payment of interest on loans and financing	-	(1.401)
	Payment of interest on lease liabilities	(23.917)	(6.045)

	Payment of interest on prepayment of receivables	(26.227)	(6.525)
	Net cash used in operating activities	27.717	(10.543)
Cash flows from investing activities	Interest on financial investments	1.127	-
	Share withdrawal FIDC	34.000	-
	Proceeds from the sale of fixed assets	-	1.571
	Acquisition of fixed assets	(4.032)	(7.359)
	Acquisition of intangible assets	(10.086)	(6.875)
	Net cash used in investing activities	21.009	(12.663)
Cash flows from financing activities	Proceeds from loans	-	26.843
	Payment of loans and financing	-	(36.277)
	Payment of lease liabilities	(48.758)	(19.148)
	Net cash provided by financing activities	(48.758)	(28.582)
	Cash and cash equivalents at the beginning of the year	23.036	152.632
	Cash and cash equivalents at the end of the year	23.004	100.844
	Net decrease in cash and cash equivalents	(32)	(51.788)

Glossary

Company (first-party sales)

WORKING CAPITAL

Calculated as the sum of days of accounts receivable from customers (using GMV as a base) and days of inventory, minus supplier days, considering GMV and COGS in the last 12 months.

SALES, GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES (SG&A)

SG&A adjusted excluding the effects of the consolidation of subsidiary carriers..

NET DEBT (CASH)

Calculated as the sum of short-term and long-term debt, less cash and cash equivalents and credit card receivables net of prepayments.

ADJUSTED EBITDA (EBITDA)

Operating profit before interest, taxes, depreciation and amortization and excluding other operating income/expenses and equity income

FIRST ORDER PROFITABILITY

First Order Profitability: is the comparison of the contribution margin on the first order of new customers with the Customer Acquisition Cost (CAC)

CASH GENERATION (CONSUMPTION)

As a way of capturing all effects, cash generation or consumption is measured by the variation in net debt in relation to the previous quarter, always disregarding possible resources from capital increase operations.

GMV (GROSS MERCHANDISE VOLUME)

Sales of own merchandise, sales made on the Marketplace and other income, before cancellations and taxes. Excludes unpaid bills..

GMV E-COMMERCE (GROSS MERCHANDISE VALUE)

Amount transacted in BRL on our website, including the amounts of 1P and 3P, before cancellations and taxes. Excludes unpaid bills

GMV TOTAL GROSS

Amount transacted in BRL on our website and stores, before cancellations and taxes. Excludes unpaid bills.

GMV TOTAL LIQUID

Amount transacted in BRL on our website and stores, net of cancellations and gross of taxes.

LEAD TIME

Time elapsed between the beginning and end of a process, or that allowed for the process to be completed.

ADJUSTED GROSS PROFIT

Gross profit excluding the effects of consolidation of subsidiary carriers..

CONTRIBUTION MARGIN I

Gross profit. Allows you to see the contribution of a sale after deducting the cost of goods sold.

CONTRIBUTION MARGIN II

Gross profit after deducting expenses linked to logistics (freight and warehouse staff) and means of payment

CONTRIBUTION MARGIN III

Contribution margin II after deducting marketing expenses, expenses with store personnel and after-sales personnel.

MARKETPLACE OR 3P

Partner products ("sellers") sold on online platforms.

NA

Not applicable.

Marketplace fee

Marketplace sales over total consolidated GMV.

REVERSE

Products returned for various reasons, such as damage or

simply due to the customer's decision to return..

SAME DAY DELIVERY

Same day delivery.

SELLER

All those who sell their products on the marketplace.

SELLERCENTER

Service available for sellers to use our marketplace to make their sales.

SALES SAME STORES

Revenue from stores in operation for more than twelve months.