

Via apresenta seu plano de transformação de 2025 e resultados do 2T23

Plano de Transformação

Estabilização da operação: geração de caixa e rentabilidade para crescimento sustentável pós 2025

Foco no *core*, em categorias e canais rentáveis e redução de custos e despesas
Disciplina rigorosa na alocação e retorno de capital

Dois frentes compõem o plano: alavancas operacionais e otimização da estrutura de capital

Alavancas Operacionais – Impacto potencial superior a R\$ 1 bilhão no LAIR

- Modelo de gestão baseado em **novas métricas de margem e ciclo de caixa**
- **Redução** significativa de despesa de pessoal
- Otimização do **footprint** de lojas, com potencial redução de **50- 100 lojas**
- Migração de categorias com **margens negativas do 1P para venda exclusiva no 3P, de forma rentável**
- Reduções adicionais de **estoques**, com potencial de até **R\$ 1 bilhão**

Estrutura de Capital

- Mudanças no modelo de *funding* do **crediário** através de **FIDCs** com potencial de liberação de até **R\$ 5 bilhões**
- Acesso a **novos bolsos de liquidez** para diversificação do *funding*
- Monetização de ativos de até **R\$ 4 bilhões** em 2023 (R\$ 2,5 bilhões de créditos fiscais, R\$ 1 bilhão de estoques, entre outros).
- Gestão de liquidez garantindo **sustentabilidade financeira** em todos os momentos de mercado
- Preparação operacional e financeira para **crescimento sustentável a partir de 2025**

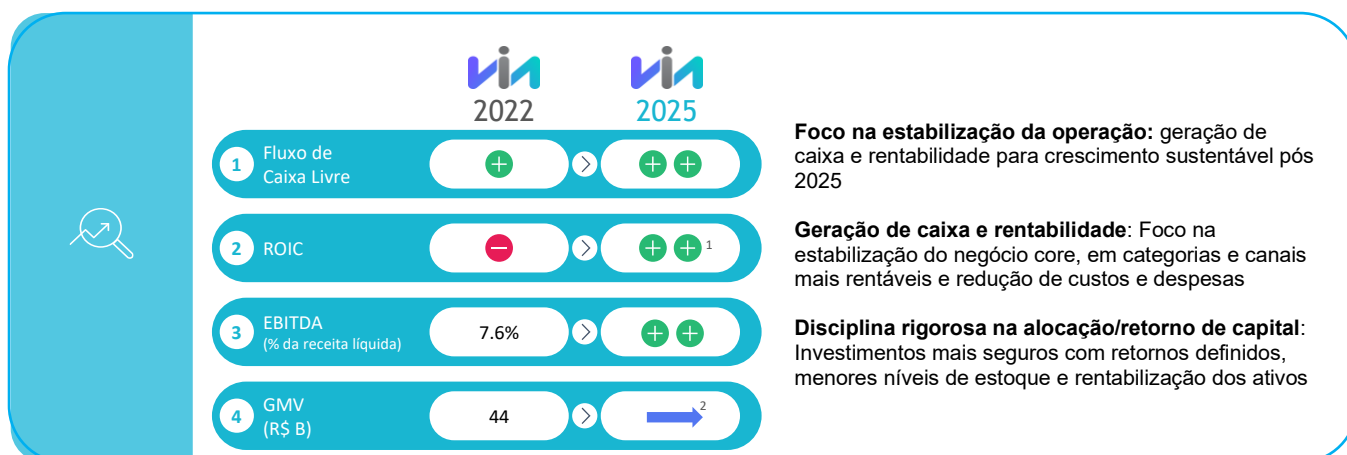
Destaques dos Resultados do 2T23

- GMV total de **R\$ 11,0 bilhões**, estável vs. 2T22
- **Melhorias em todos canais e bandeiras** nos indicadores de nível de serviço e satisfação ao cliente
- EBITDA ajustado de **R\$ 469 milhões com margem de 6,3%**
- Crediário fecha em **R\$ 5,3 bilhões**, com **over-90 de 9,1%** e perda sobre carteira de **4,9%**
- **Prazos de entregas** no 1P, 3P e fulfillment reduziram-se **10%, 20% e 22%**, respectivamente
- Posição de caixa, incluindo recebíveis, **totalizou R\$ 2,8 bilhões no 2T23**
- Redução de estoques de **R\$ 895 milhões no 2T23 vs. 2T22 e de R\$ 763 milhões vs. 1T23**

(R\$ Milhões)	2T23	2T22	%	6M23	6M22	%
GMV Total Bruto	11.008	11.006	0,0%	21.959	21.679	1,3%
GMV Omnicanal (1P)	9.542	9.660	-1,2%	19.030	19.169	-0,7%
GMV Omnicanal (3P)	1.467	1.346	9,0%	2.929	2.510	16,7%
Receita Bruta	8.988	8.988	0,0%	17.776	17.700	0,4%
Receita Líquida	7.488	7.646	-2,1%	14.843	15.045	-1,3%
Margem Bruta	28,5%	31,4%	(2,9p.p.)	30,3%	31,1%	(0,8p.p.)
EBITDA Ajustado	469	690	-32,1%	1.143	1.363	-16,1%
Margem EBITDA Ajustada	6,3%	9,0%	(2,7p.p.)	7,7%	9,1%	(1,4p.p.)
LAIR	(843)	(128)	n/a	(1.396)	(170)	n/a
IR/CS	351	134	n/a	607	194	n/a
Lucro Líquido	(492)	6	n/a	(789)	24	n/a

Plano de Transformação Via 2025

Prioridades – Geração de Caixa e melhora de rentabilidade



1. Acima do custo de capital; 2. não considera possíveis melhorias do cenário macroeconômico

Para implantar essa mudança estratégica, temos duas frentes: alavancas operacionais e iniciativas que otimizam a estrutura de capital.

Alavancas operacionais e seus efeitos anualizados – exemplos não exaustivos

- Métricas focadas em margem e ciclo de caixa: ●
- Footprint de lojas e CDs em revisão, com plano de otimização: ●
 - ✓ Redução potencial de **50-100 lojas em 2023**
 - ✓ Revisão de quadro, renegociação de aluguel, revisão de sortimento ideal e sublocação de espaço ocioso
 - ✓ Estimada redução de **GMV** entre **2%-3%**, com melhora no LAIR de **R\$ 80-150 milhões** e entre **R\$ 100-200 milhões** de redução de estoques
 - ✓ Readequação de ocupação de CDs conforme redução de estoques com melhora no LAIR potencialmente de **R\$ 90 milhões**
- Desenvolvimento de DRE (P&L) por categorias, subcategorias e SKUs: ●
 - ✓ Migração de categorias com margens negativas do 1P para venda exclusiva no 3P, de forma rentável
 - ✓ **23 categorias já migradas** totalmente para 3P e **3 categorias migradas parcialmente** para 3P
 - ✓ Expectativa de redução no GMV entre **1%-2%**, com melhora de **R\$ 50 milhões** no LAIR e **R\$ 150 milhões** de redução de estoques
- Readequação de despesa de pessoal: ●
 - ✓ Redução permanente de posições administrativas e de lojas com impacto previsto no LAIR de **R\$ 370 milhões**
- Otimização de estoque potencial: ●
 - ✓ Saldão para produtos no *online* com redução de **R\$ 100 milhões** de estoques
 - ✓ Saldão para produtos nas lojas físicas com redução de **R\$ 420 milhões** de estoques
 - ✓ Migração para 3P de categorias com margem negativa, com estoque já mencionado de **R\$ 150 milhões**
 - ✓ Footprint de lojas, cujo estoque já mencionado é de **R\$ 100-200 milhões**
 - ✓ Melhorias nos algoritmos de abastecimento com potencial de redução de **R\$ 100 milhões**

Estrutura de Capital

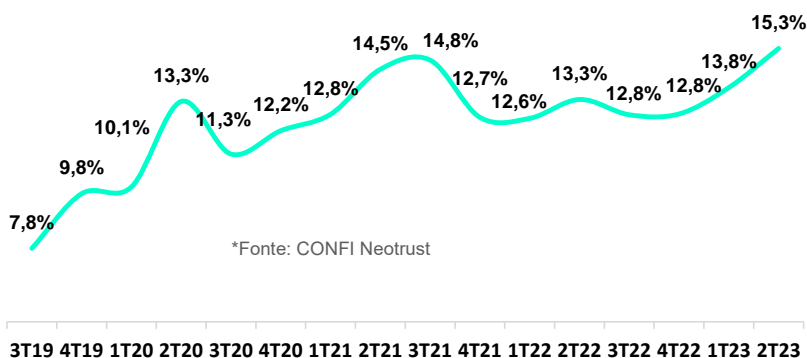
- Aumento da participação do mercado de capitais no endividamento da Companhia: ●
 - ✓ Constituição de **FIDCs** para o produto CDCI (crediário)
 - ✓ Acesso ao mercado de capitais com portfólio de alta qualidade de crédito e risco pulverizado
 - ✓ Liberação potencial de **R\$ +5 bilhões** de limite bancário viabilizando aumento da penetração do crediário (catalisador de vendas)
- Acesso a novos bolsos de liquidez para diversificação do *funding*:
 - ✓ Acesso a maior número de bancos, ao mercado de capitais internacional e agências de fomento / banco de desenvolvimento
- Monetização de ativos e *liability management*: ●
 - ✓ Monetização potencial de até **R\$ 4 bilhões** em 2023, sendo **R\$ 2,5 bilhões** de ativos fiscais recorrentes, **R\$ 1 bilhão** de redução de estoques, entre outros
- Redução e priorização do CAPEX, otimização do capital de giro e alocação de capital entre negócios: ●
 - ✓ **CAPEX: 40% menor vs. 2022**
- Gestão de liquidez garantindo sustentabilidade financeira em todos os momentos de mercado
- Preparação operacional e financeira para crescimento sustentável a partir de 2025

Cliente no Centro do Negócio

Market Share online

A Via obteve, um market share de 15,3% no 2T23 segundo os dados do CONFI Neitrust. O ganho de 1,9 p.p vs. 2T22 e de 1,5 p.p vs. 1T23 está relacionado ao protagonismo da Companhia nas categorias *core* 1P e ao crescimento de GMV do 3P. No 2T23, obtivemos o maior share online histórico da Companhia.

Evolução da Participação de Mercado Online* Trimestral



Satisfação do Cliente

Apesar de momento desafiador de vendas, nossos clientes têm nos avaliado melhor em todos canais e marcas, com destaque para as notas *Ótimo* para o marketplace em todas as bandeiras e lojas físicas, tendo o Ponto atingido o RA 1000.

		2T22		2T23		Variação	
		Nota	Status	Nota	Status	Nota	Status
Online 1P	Casas Bahia	7,3	Bom	7,7	Bom	+0,4	-
	Extra.com	7,3	Bom	7,8	Bom	+0,5	-
	Ponto	7,4	Bom	7,6	Bom	+0,2	-
Online 3P	Casas Bahia	7,3	Bom	8,1	Ótimo	+0,8	↑
	Extra.com	7,2	Bom	8,0	Ótimo	+0,8	↑
	Ponto	7,3	Bom	8,1	Ótimo	+0,8	↑
Loja Física	Casas Bahia	7,7	Bom	8,2	Ótimo	+0,5	↑
	Ponto	8,0	Ótimo	8,5	RA 1000	+0,5	↑
Móveis	Bartira	9,1	RA 1000	9,2	RA 1000	+0,1	-

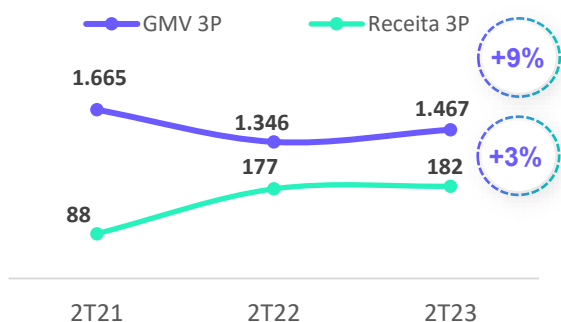
Dados referem-se a 6 meses

Como reconhecimento desse trabalho, a Via recebeu mais três prêmios que evidenciam que estamos no caminho certo: o Prêmio Latam Cliente S.A. de Executivo do ano para o Ted gestor da nossa área de Cliente, o Prêmio com o *case* de Internalização de Atendimento do Órgão de Defesa do Consumidor e o Prêmio CONAREC 2023 na categoria Varejo – E-commerce.

Omnicanalidade 3P

O GMV do 3P no 2T23 alcançou R\$ 1,5 bilhão (+9,0% vs. 2T22). A receita do 3P apresentou crescimento de +3,0%, fruto do aumento da penetração de serviços oferecidos no marketplace com *take rate* atingindo 12,4% no 2T23 e 12,2% no 6M23 vs. 11,5% no 6M22 (+0,7p.p). É esse o papel do marketplace na Via: complementariedade e recorrência para nossos clientes e uma experiência de compra cada vez mais completa, além de alavancar a logística e o crédito.

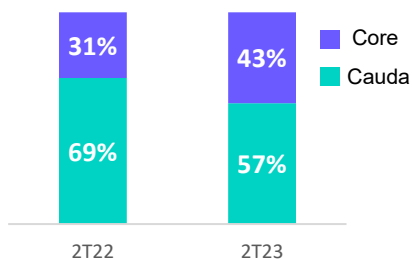
GMV e Receita 3P
(R\$ milhões)



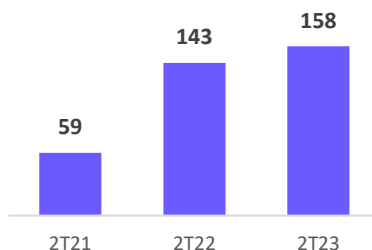
Take Rate
(6M23 vs. 6M22)



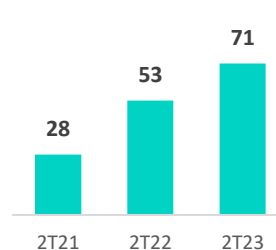
Share de Pedidos
(2T23 vs. 2T22)



de Sellers
(milhares)



de SKUs
(milhões)



No 2T23 o consumidor, espontaneamente, também procurou categorias core no 3P, chegando a 43% do *share* de pedidos vs. 31% no 2T22. Acreditamos que esse crescimento pode ter relação com as recentes mudanças no setor. Ao ampliarmos as ofertas de serviços aos sellers (omnicanalidade, logística, serviços e soluções financeiras) e expandirmos o sortimento, temos maior complementariedade em relação às nossas categorias destino. Adicionalmente, ao elevar o nível de serviço e reduzir o CAC, ativamos a nossa base de clientes. O resultado é aumento de receita, com rentabilidade.

Ecosystema Logístico

Em 2023 nos focamos a crescer receita da logística *as a service*, reduzir o custo de servir e ampliar o nível de serviço (também para os *sellers* do marketplace e parceiros *off-Via*).

Logística – 3P (Envvias)

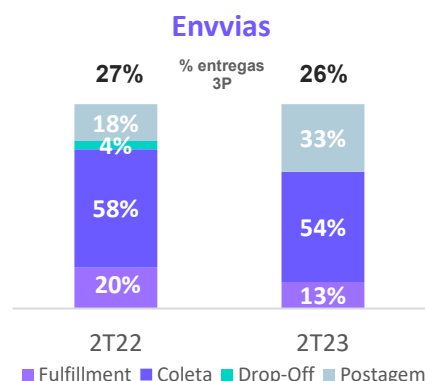
- Entregas no Envvias em relação ao total de entregas no 3P mantiveram-se estáveis no 2T23, atingindo 26%.

Fulfillment Via

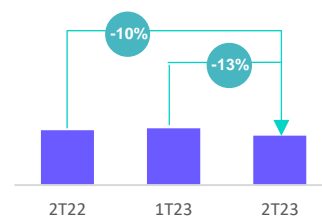
- 10% dos pedidos foram entregues no dia seguinte (*next day*)
- 45% dos pedidos foram entregues em até 48 horas vs. 22% no 2T22
- Clientes e número de pedidos crescem +70% e +18% a/a, respectivamente

Prazos de entrega 1P, 3P e Fulfillment

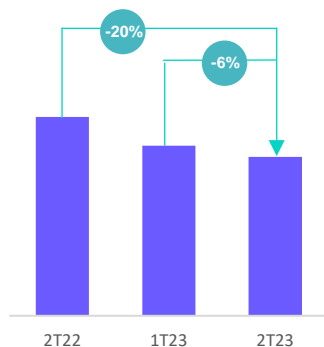
- Prazo no 1P melhorou 10% vs. 2T22 e 13% sequencialmente
- Prazo no 3P não gerenciado pela Via reduziu-se em 20% no 2T23 vs. 2T22
- Igualmente, o prazo no 3P gerenciado pela Via reduziu-se em 20% no 2T23 vs. 2T22
- Prazo do Fulfillment Via reduziu-se em 22% no 2T23 vs. 2T22



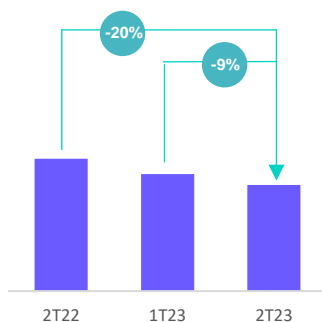
Prazo de entregas 1P



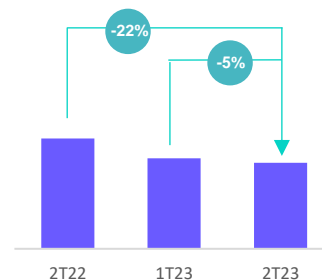
Marketplace Prazo de entregas não gerenciadas pela Via



Marketplace Prazo de entregas gerenciadas pela Via



Prazo de entrega Fulfillment Via



Logística – Mar aberto

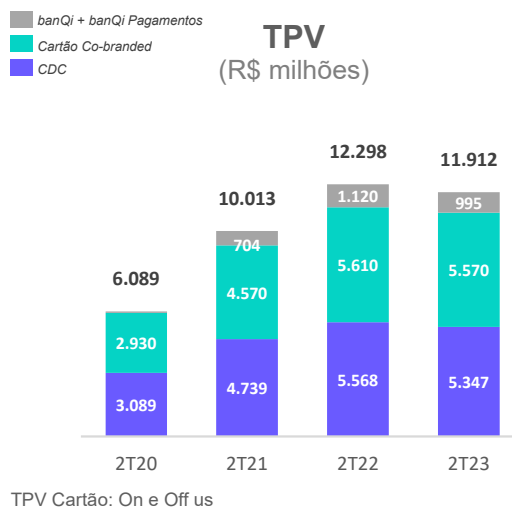
A logística da Via é, também, um negócio. Estamos avançando em variados setores (vestuário, home center, ferramentas etc.). Com isso, não só damos densidade e volume à nossa logística, com consequente redução de custos, como geramos receita incremental rentável para a Via.

- Crescimento de +407% na receita de frete no 2T23 vs. 2T22
- Clientes no mar aberto e número de pedidos crescem +21x e +186%, respectivamente

Soluções financeiras

Grandes Números 2T23

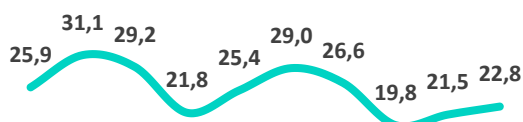
- R\$ 11,9 bilhões de TPV total, recuo de 4% vs. 2T22
- Carteira do crediário fecha em R\$ 5,3 bilhões
- Over 90 em 9,1% e perda sobre carteira de 4,9%
- TPV cartões co-branded atingiu R\$ 5,6 bilhões, estável vs. 2T22, com 3,9 milhões de clientes
- banQi atinge +7,1 milhões de contas abertas, +30,7% vs. 2T22
- EP banQi acumula R\$ 672 milhões, com carteira de R\$ 215 milhões



Crediário – Buy Now, Pay Later

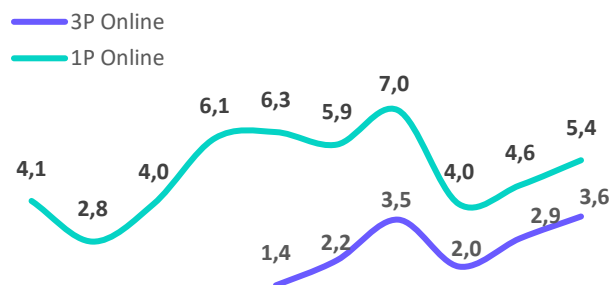
No 2T23 a carteira ativa do crediário recuou (4%) a/a, se mantendo em R\$ 5,3 bilhões ao final do período. A expertise de crédito é uma ferramenta para o aumento de rentabilidade no canal online (1P e 3P) e de oportunidade de compras para a população que não tem acesso a crédito ou limites em cartões. No 1P a participação das vendas no crediário digital foi de 5,4%, enquanto o marketplace participou com 3,6% das vendas online (+1,4p.p vs. 2T22) e está disponível para +2,6 milhões de SKUs. Adicionalmente, por meio da capilaridade do crediário digital, já realizamos vendas em +4.100 municípios sem presença de nossas lojas físicas, reforçando que o crediário nos canais digitais é uma alavanca de crescimento rentável baseada em uma fortaleza da Via.

Participação do CDC nas Lojas Físicas (%)



1T21 2T21 3T21 4T21 1T22 2T22 3T22 4T22 1T23 2T23

Participação do CDC Digital (%)



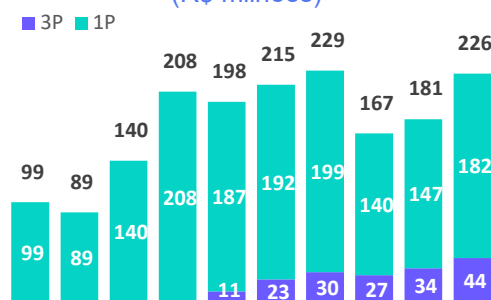
1T21 2T21 3T21 4T21 1T22 2T22 3T22 4T22 1T23 2T23

Produção Crediário - Total (R\$ bilhões)



1T21 2T21 3T21 4T21 1T22 2T22 3T22 4T22 1T23 2T23

Produção Crediário Digital (R\$ milhões)

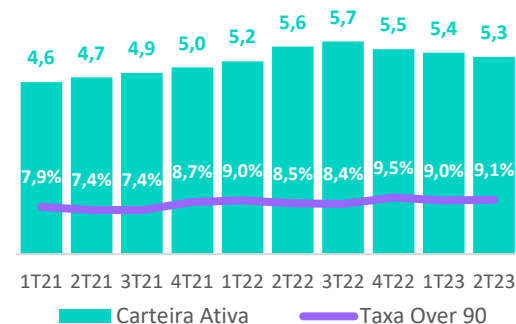


1T21 2T21 3T21 4T21 1T22 2T22 3T22 4T22 1T23 2T23

Aging da Carteira Crediário (R\$ milhões)

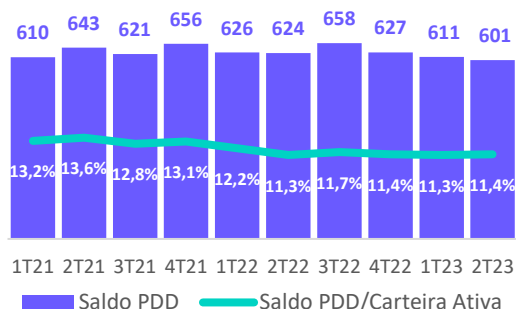
CDCI (R\$ Milhões)	2T22	% total	2T23	% total	Var(%)
Em dia	4.165	74,8%	3.913	73,2%	-6,1%
Vencidos					
Vencidos de 06 a 30 dias	480	8,6%	465	8,7%	-3,1%
Vencidos de 31 a 60 dias	260	4,7%	267	5,0%	2,5%
Vencidos de 61 a 90 dias	195	3,5%	219	4,1%	12,4%
Vencidos de 91 a 120 dias	163	2,9%	184	3,4%	12,9%
Vencidos de 121 a 150 dias	157	2,8%	180	3,4%	14,5%
Vencidos de 151 a 180 dias	148	2,7%	119	2,2%	-19,5%
Total	5.569	100,0%	5.347	100,0%	-4,0%

Evolução da Carteira Ativa* (R\$ bilhões)

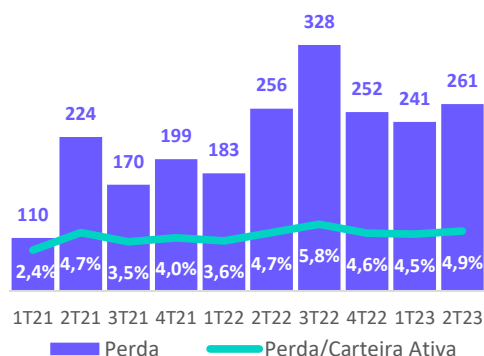


*Carteira ativa = base de cartões sem efeito dos juros a incorrer

PDD (R\$ milhões)



Perda sobre Carteira (R\$ milhões)

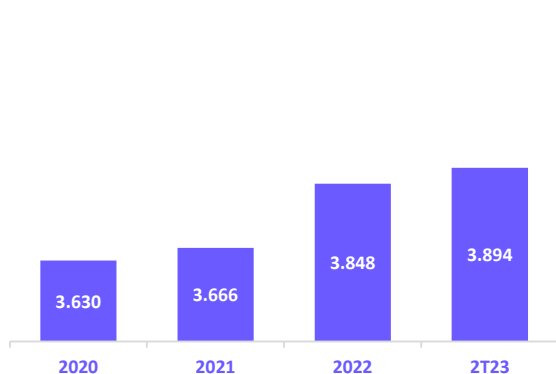


Observamos redução na despesa de PDD em função da retração da curva de over 30 e eficiência na recuperação. A taxa over 90 foi de 9,1%, estável vs. o 1T23, refletindo a tendência na qualidade da carteira. O nível de perda sobre a carteira ativa manteve-se dentro da média histórica, corroborando com os demais indicadores no crediário. Relativamente, apresentamos indicadores abaixo do mercado, mas continuamos atentos ao ambiente econômico e ao momento de nossos consumidores.

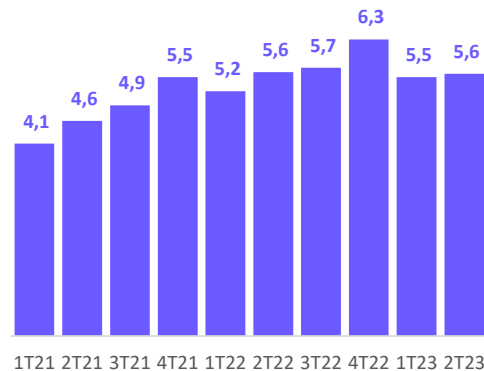
Cartões

Temos parceria na operação dos cartões de crédito co-branded com o Bradesco na Casas Bahia e o Itaú no Ponto. Seguimos fortes na nossa operação de cartões, hoje com 3,9 milhões de clientes. O TPV gerado pela operação de cartões foi de R\$ 5,6 bilhões, estável em comparação ao 2T22.

Total de Clientes - Cartões (#milhares)



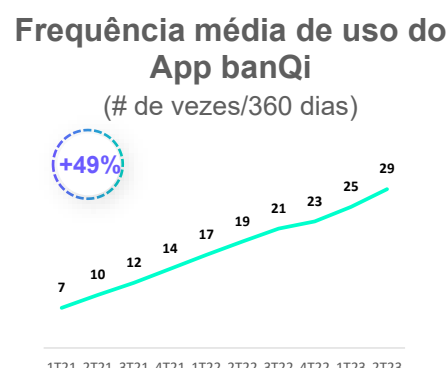
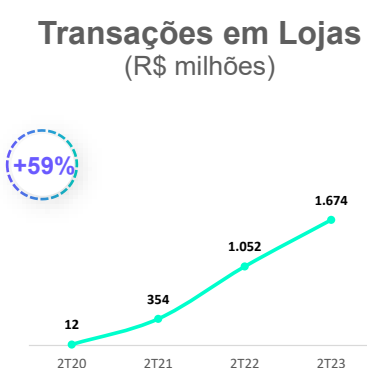
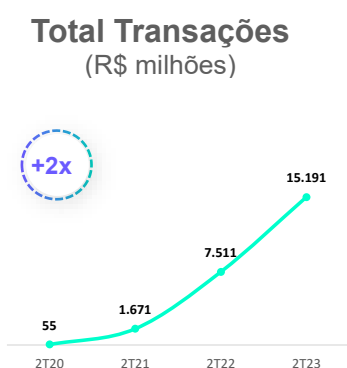
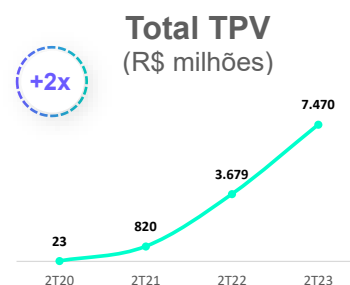
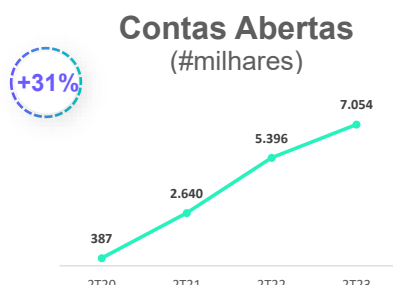
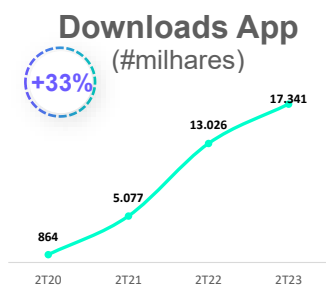
TPV Total Cartões (R\$ bilhões)



TPV Cartão: On e Off us

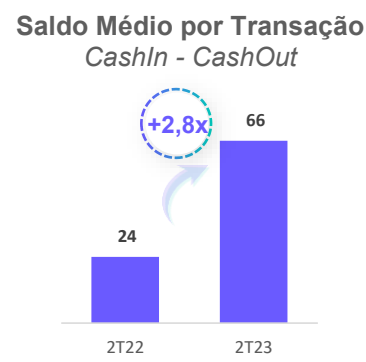
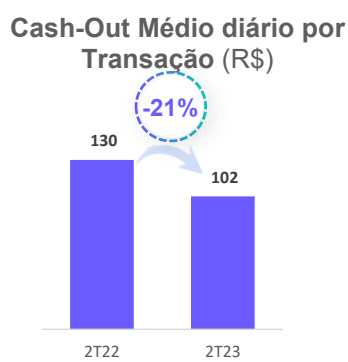
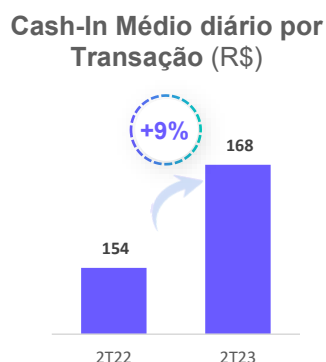
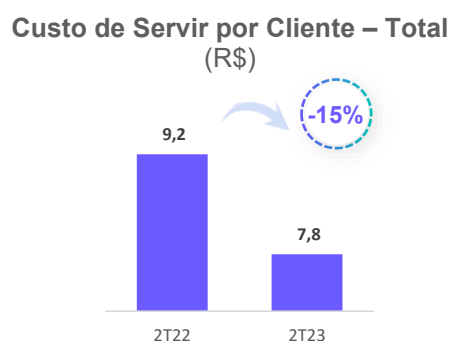
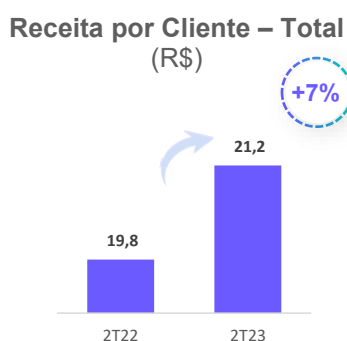


O banQi passará a focar em gerar valor para a Cia, utilizando-se do ecossistema existente. Crescemos +31% a abertura de novas contas vs. 2T22, somando 7,1 milhões. Já os downloads do App acumulam 17,3 milhões. O app está cada vez mais inserido no dia a dia dos clientes, e destacamos: (i) aumento de 2x em transações vs. 2T22; (ii) TPV 2x maior atingindo R\$ 7,5 bilhões; e (iii) a frequência de utilização segue melhorando a cada trimestre, atingindo 29x nos últimos 360 dias.



banQi – KPIs por cliente e foco na rentabilização

Houve crescimento na receita por cliente de +7% e redução do custo de servir por cliente de (15%) no período vs. 2T22, melhorando a rentabilidade na nossa *fintech*. Adicionalmente, os clientes banQi têm aumentado seus saldos médios por transação (+2,8x), diferença entre *cash-in* e *cash-out*, contribuindo para aumento da frequência de uso do app e confiabilidade na plataforma como moeda eletrônica.



Destaques ESG

No 2T23, demos continuidade ao plano de ESG e reforçamos nosso compromisso com a Governança, por meio da publicação dos nossos relatórios anuais. Seguem abaixo os principais destaques do trimestre:

Ambientais

Programa de Reciclagem Via – REVIVA e Energia Renovável

O programa REVIVA destinou **mais de 800 toneladas** de resíduos para reciclagem, beneficiando 12 cooperativas parceiras. Com 530 coletores de eletroeletrônicos distribuídos nas lojas e operações do grupo, **mais de 1,5 tonelada de eletroeletrônicos foi encaminhada para descarte e reciclagem**. Seguimos avançando no uso de energia renovável em nossas operações, com o objetivo de atingirmos 90% até 2025.

Social - Diversidade

Reconhecimento- Pesquisa Ethos/Revista Época

Em maio, a companhia foi reconhecida na pesquisa **Ethos/Época de Diversidade, Equidade e Inclusão**, listada dentro do setor do varejo como uma empresa referência em boas práticas. O estudo é um trabalho coordenado pelo Instituto Ethos em parceria com a Revista Época Negócios.

Dia das Mães e equidade de gênero

Em maio, lançamos a campanha, “**Mães, jeitos e formas**”, que contou com diversas ações relacionadas de sensibilização sobre tema de maternidade e como combater a discriminação de gênero. O momento foi marcado com a inauguração da sala de coleta e apoio à amamentação na fábrica Bartira.

Mês do Orgulho LGBTQIAP+

Para celebrar o Dia do Orgulho (28/jun), lançamos a campanha “**#TenhoOrgulhoEMostro**”, com foco no letramento e reforço do combate a qualquer discriminação contra as pessoas LGBTQIAP+. A iniciativa contou com sensibilizações e evento interno. O grande destaque foi para o filme da Casas Bahia, que contou com a participação de colaboradores, amigos e familiares. Alcance de 9 milhões de views e matéria ao vivo no SPTV1 sobre a atuação da companhia no tema: <https://www.youtube.com/watch?v=CUowJuBNt-8>

Social - Fundação Casas Bahia

A Fundação chega com a renovação de 2 projetos: **Viven, apoiando a formação de jovens em Pernambuco** e o **projeto de Coalizão em Inclusão Produtiva, para aceleração de empreendedores, com a Artemisia**.

No **pilar de protagonismo jovem**, damos destaque para criação do laboratório de informática na AFESU com apoio do banQi. A iniciativa fomenta a **formação em tecnologia e primeiro emprego para 250 jovens mulheres**.

Seguimos fomentando a participação voluntária dos colaboradores do ecossistema da Via, tendo realizado 6 ações de voluntariado, com destaque para tour dos jovens do Instituto Proa e AFESU, realizado na matriz da companhia.

Governança

Reafirmamos nosso compromisso com a transparência e lançamos três relatórios:

Relatório Anual 2022 da Via: inclui as iniciativas ESG e todos os destaques do ano. O relatório foi elaborado seguindo as diretrizes do GRI (*Global Reporting Initiative*), metodologia global de publicação de indicadores.

Relatório de Transparência Fiscal: uma iniciativa inédita no segmento, que tem o objetivo de aumentar a transparência em relação à solidez das nossas operações e a nossa responsabilidade em relação ao recolhimento de tributos.

Relatório de Atividades da Fundação Casas Bahia: destaca a atuação da Fundação na área de investimento social privado.

Resultados 2T23

Omnicanalidade

R\$ milhões	2T23	2T22	%	6M23	6M22	%
GMV Total Bruto	11.008	11.006	0,0%	21.959	21.679	1,3%
GMV Omnicanal (1P)	9.542	9.660	(1,2%)	19.030	19.169	(0,7%)
GMV Lojas Físicas Bruto	6.044	5.974	1,2%	12.111	11.457	5,7%
GMV Bruto (1P Online)	3.498	3.686	(5,1%)	6.919	7.712	(10,3%)
GMV Omnicanal (3P)	1.467	1.346	9,0%	2.929	2.510	16,7%

O GMV total em relação ao 2T22 ficou praticamente estável e apresentou crescimento de 1,3% no 6M23. O GMV omnicanal do 1P (GMV bruto de lojas + GMV bruto 1P online) apresentou redução (1,2%) no 2T23 e estabilidade (0,7%), em comparação com o período 6M22. Já o GMV omnicanal do 3P cresceu 9,0% vs. 2T22 e 16,7% no 6M23.

Desempenho de Receita Bruta por Canal

R\$ milhões	2T23	2T22	%	6M23	6M22	%
Lojas Físicas	5.540	5.455	1,6%	11.076	10.472	5,8%
Online	3.448	3.533	(2,4%)	6.700	7.228	(7,3%)
Receita Bruta	8.988	8.988	0,0%	17.776	17.700	0,4%

No 2T23, a receita bruta consolidada registrou estabilidade frente ao mesmo período em 2022, para R\$ 9,0 bilhões. A variação é explicada pelo avanço de 1,6% na receita das lojas físicas, apesar do decréscimo de (2,4%) na receita das vendas online.

Lojas Físicas – GMV e Receita Bruta

O desempenho do GMV bruto de lojas físicas (R\$ 6,0 bilhões e crescimento de 1,2%) e da receita bruta de lojas físicas (R\$ 5,5 bi e crescimento de 1,6%) no 2T23 reflete a resiliência do canal mesmo diante de um cenário mais restritivo de demanda, de uma forte base de comparação (GMV no 2T22 = +18%) e uma menor disponibilidade de crédito para o consumidor.

O desempenho no conceito mesmas lojas (GMV) foi de +0,6% no 2T23.

Ao longo do trimestre, encerramos 2 lojas por apresentarem performance aquém do esperado, fechando o 2T23 com 1.127 lojas. No acumulado do ano até jun/23, fechamos um total de 6 lojas. Em sua maioria, todos os fechamentos ocorreram em municípios onde havia sobreposição de lojas.

1P e 3P ONLINE – GMV e Receita Bruta

O GMV 1P online apresentou redução de (5,1%) atingindo R\$ 3,5 bilhões em comparação ao 2T22, fruto da queda do mercado e cenário mais restritivo para compras online. Mesmo diante desse contexto, fortalecemos nossa presença e share no 1P, amparado pelas categorias core e atingimos no 2T23 o maior share histórico da Via.

Além do crescimento +9,0% no GMV omnicanal 3P para R\$ 1,5 bilhão, o canal apresentou crescimento de receita, +3,0% no 2T23 para R\$ 182 milhões. No 6M23, o crescimento do GMV foi de 16,7% com a receita crescendo 24,0%, refletindo o fortalecimento da plataforma de marketplace na Via, maior rentabilidade e melhor experiência para os clientes e sellers através do maior número de serviços oferecidos em nossas plataformas, como logística e crédito, além de uma melhora dos prazos de entrega em 20%. Terminamos o trimestre com take rate de 12,4%, (0,7p.p) vs. 2T22 e 12,2% no 6M23, +0,7p.p vs. 6M22.

Abertura da Receita Bruta

R\$ milhões	2T23	2T22	%	6M23	6M22	%
Mercadoria	7.842	7.985	(1,8%)	15.579	15.716	(0,9%)
Serviços de Frete	89	65	36,3%	178	126	41,0%
Serviços	345	370	(6,7%)	682	740	(7,8%)
Crediciário/Cartões	712	568	25,4%	1.337	1.118	19,6%
Receita Bruta	8.988	8.988	0,0%	17.776	17.700	0,4%

A receita bruta de mercadorias, com desempenho mais pressionado pelo recuo do GMV 1P online, apresentou variação de (1,8%) enquanto a receita de serviços recuou (6,7%). Ambas foram compensadas pelo crescimento da receita de frete +36,3% e de soluções financeiras +25,4%.

Composição Consolidada das Vendas	2T23	2T22	%	6M23	6M22	%
À vista	32,0%	27,6%	4,4 p.p.	32,3%	28,0%	4,3 p.p.
Carnê	12,6%	15,7%	(3,1 p.p.)	12,4%	14,9%	(2,5 p.p.)
Cartão de Crédito - Co-branded	7,9%	8,9%	(1,0 p.p.)	8,4%	9,0%	(0,6 p.p.)
Cartão de Crédito - Outros	47,5%	47,8%	(0,3 p.p.)	46,9%	48,1%	(1,2 p.p.)

Nosso crediciário segue sendo uma importante ferramenta de fidelização de nossos clientes e diferencial competitivo, com penetração de 12,6% na receita bruta consolidada. Destacamos, o crescimento nos pagamentos à vista, principalmente por maior participação e atratividade nos pagamentos via PIX.

Lucro Bruto

R\$ milhões	2T23	2T22	%	6M23	6M22	%
Lucro Bruto	2.137	2.399	(10,9%)	4.497	4.674	(3,8%)
% Margem Bruta	28,5%	31,4%	(2,9p.p.)	30,3%	31,1%	(0,8p.p.)
Ajustes Não Recorrentes	65	2	n/a	79	32	n/a
Lucro Bruto Operacional	2.202	2.401	(8,3%)	4.576	4.706	(2,8%)
% Margem Bruta Operacional	29,4%	31,4%	(2,0p.p.)	30,8%	31,3%	(0,5p.p.)

No 2T23, o lucro bruto foi de R\$ 2,1 bilhões, com margem bruta de 28,5%, redução de 2,9p.p. A margem é explicada pelo recuo das vendas líquidas, mix de categorias vendido e início do processo de redução de estoques. Os ajustes não recorrentes por conta dos efeitos trabalhistas (legado) no lucro bruto foram de R\$ 65 milhões no trimestre refletindo numa margem bruta operacional de 29,4%.

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

R\$ milhões	2T23	2T22	%	6M23	6M22	%
Despesas de Vendas, Gerais e Adm.	(1.726)	(1.773)	(2,6%)	(3.476)	(3.437)	1,1%
% Receita Líquida	(23,1%)	(23,2%)	0,1p.p.	(23,4%)	(22,8%)	(0,6p.p.)
Ajustes Não Recorrentes	214	56	n/a	286	111	n/a
Despesas de Vendas, Gerais e Adm. Operacionais Operacional	(1.512)	(1.717)	(11,9%)	(3.190)	(3.326)	(4,1%)
% Receita Líquida	(20,2%)	(22,5%)	2,3p.p.	(21,5%)	(22,1%)	0,6p.p.

As despesas com vendas, gerais e administrativas no 2T23 apresentaram redução de (2,6%) a/a e estabilidade (0,1p.p) para 23,1% em relação a ROL. O resultado é explicado por uma melhora geral na contenção de despesas no período, apesar das pressões inflacionárias. Os ajustes não recorrentes referem-se aos ajustes nas provisões trabalhistas relacionado ao legado no valor de R\$ 214 milhões no trimestre resultando em despesas com vendas, gerais e administrativas de 20,2% da ROL.

EBITDA Ajustado

R\$ milhões	2T23	2T22	%	6M23	6M22	%
EBITDA Ajustado	469	690	(32,1%)	1.143	1.363	(16,1%)
% Margem EBITDA Ajustada	6,3%	9,0%	(2,7p.p.)	7,7%	9,1%	(1,4p.p.)
Ajustes Não Recorrentes	279	58	n/a	365	143	n/a
EBITDA Ajustado Operacional	748	748	(0,1%)	1.508	1.506	0,1%
% Margem EBITDA Ajustada Operacional	10,0%	9,8%	0,2p.p.	10,2%	10,0%	0,2p.p.

O EBITDA ajustado atingiu R\$ 469 milhões no 2T23 e margem de 6,3%, menor em 2,7p.p. vs. 2T22, reflexo principalmente da redução de margem bruta. Os ajustes não recorrentes relacionados à atualização dos processos trabalhistas (legado) foram de R\$ 279 milhões no trimestre resultando em uma margem EBITDA ajustada operacional de 10,0%.

Resultado Financeiro

R\$ milhões	2T23	2T22	%	6M23	6M22	%
Receitas financeiras	18	19	(0,1%)	44	32	38,2%
Despesas financeiras	(882)	(597)	47,8%	(1.740)	(1.099)	58,3%
Despesas Financeiras Dívidas	(145)	(135)	7,4%	(300)	(259)	16,0%
Despesas Financeiras CDCI	(205)	(144)	42,4%	(406)	(260)	56,3%
Despesas com Desconto de Recebíveis	(329)	(196)	67,7%	(605)	(326)	85,6%
Juros de Passivo de arrendamento	(115)	(106)	8,2%	(232)	(211)	10,0%
Outras Despesas Financeiras	(89)	(16)	n/a	(196)	(43)	n/a
Resultado financeiro antes de atualizações	(864)	(578)	49,5%	(1.695)	(1.067)	58,9%
% Receita Líquida	(11,5%)	(7,6%)	(3,9p.p.)	(11,4%)	(7,1%)	(4,3p.p.)
Atualizações Monetárias	63	4	n/a	68	65	4,4%
Resultado financeiro líquido	(801)	(574)	39,5%	(1.628)	(1.002)	62,4%
% Receita Líquida	(10,7%)	(7,5%)	(3,2p.p.)	(11,0%)	(6,7%)	(4,3p.p.)

No 2T23, o resultado financeiro líquido foi de R\$ (801) milhões, 3,2p.p. maior como percentual da Receita Líquida (10,7%). A taxa média de juros da economia aumentou de 12,6% a.a. no 2T 22 para 13,75% a.a. no 2T 23 e seu impacto decorrente nos mercados de crédito.

Lucro Líquido

R\$ milhões	2T23	2T22	%	6M23	6M22	%
Lucro Líquido (Prejuízo)	(492)	6	n/a	(789)	24	n/a
% Margem Líquida	(6,6%)	0,1%	(6,7p.p.)	(5,3%)	0,2%	(5,5p.p.)
Ajustes Não Recorrentes	226	10	n/a	306	78	n/a
Lucro Líquido Operacional (Prejuízo)	(266)	16	n/a	(483)	102	n/a

O lucro líquido (prejuízo) foi de R\$ (492) milhões e margem líquida de (6,6%) no trimestre, com recuo de 6,7p.p frente ao 2T22. Os ajustes não recorrentes relacionados à atualização dos processos trabalhistas (legado) foram de R\$ 226 milhões no trimestre refletindo num lucro líquido (prejuízo) operacional de R\$ (266) milhões.

*No 2T23, houve incentivo de subvenção de R\$ 61 milhões e R\$ 113 milhões no 6M23. No 2T22, houve efeito do incentivo de subvenção de R\$ 79 milhões e R\$ 108 milhões no 6M22.

Ciclo Financeiro

R\$ milhões	2T23	1T23	4T22	3T22	2T22	(+/-) 2T23 vs. 2T22
(+/-) Estoques	5.738	6.501	5.574	6.418	6.633	(895)
Dias Estoques ¹	98	112	95	111	113	(15 dias)
(+/-) Fornecedores sem convênio e não revenda	7.151	7.593	7.078	6.388	6.780	371
Convênio	1.550	1.381	2.463	2.500	2.500	(950)
Não revenda	714	626	830	716	759	(45)
Dias Fornecedores Total ¹	122	130	121	111	116	6 dias
Variação Ciclo Financeiro	24	18	26	-	3	21

⁽¹⁾ Dias de CMV

Encerramos o estoque em 2T23 com redução de R\$ 895 milhões (15 dias) em relação ao 2T22 e redução de R\$ 763 milhões vs. 1T23. A redução é fruto da estratégia de otimização de estoques, que continuará ao longo de 2023, sem prejudicar a disponibilidade de produtos.

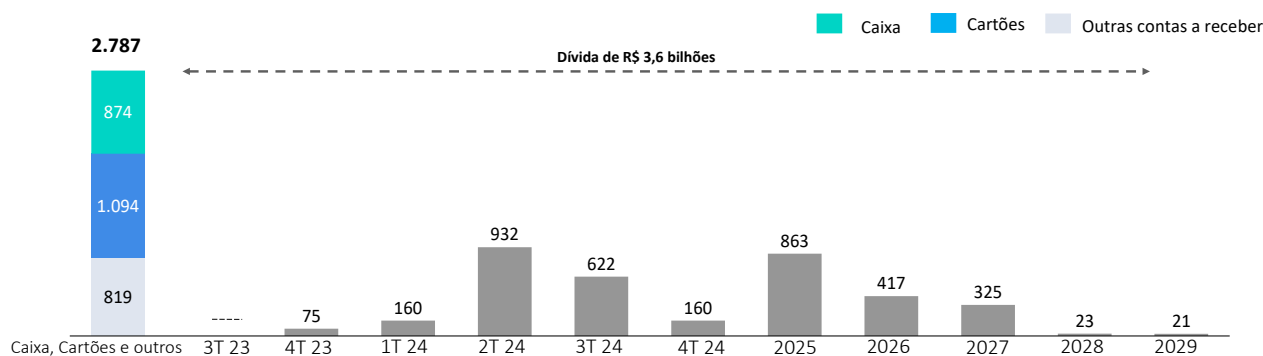
Estrutura de Capital

R\$ milhões	2T23	1T23	4T22	3T22	2T22	(+/-) 2T23 vs. 2T22
(-) Empréstimos e Financiamentos circulante	(1.241)	(1.700)	(1.752)	(1.748)	(1.327)	86
(-) Empréstimos e Financiamentos não circulante	(2.421)	(2.398)	(2.385)	(2.459)	(2.460)	39
(=) Endividamento Bruto	(3.662)	(4.098)	(4.137)	(4.207)	(3.787)	125
Fornecedor Convênio	(1.550)	(1.381)	(2.463)	(2.500)	(2.500)	950
(=) Endividamento Bruto + Fornecedor Convênio	(5.212)	(5.479)	(6.600)	(6.707)	(6.287)	1.075
(+) Caixa e aplicações financeiras	874	1.050	2.019	1.232	1.233	(359)
(+) Cartões de Crédito	1.094	1.594	3.426	1.489	2.370	(1.276)
(+) Outras contas a receber	819	903	708	710	699	120
(=) Caixa, Aplicações, Cartões de Crédito, Antecipações e outros	2.787	3.547	6.153	3.431	4.302	(1.515)
(=) Caixa Líquido Ajustado - Gerencial	(875)	(550)	2.016	(776)	515	(1.390)
(=) Caixa Líquido Ajustado - Gerencial + Fornecedor Convênio	(2.425)	(1.932)	(447)	(3.276)	(1.985)	(440)
Endividamento de Curto Prazo / Total	34%	41%	42%	42%	35%	
Endividamento de Longo Prazo / Total	66%	59%	58%	58%	65%	
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	2.162	2.384	2.382	2.394	1.662	500
Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado	-0,4x	-0,2x	0,8x	-0,3x	0,3x	-0,7x
Patrimônio Líquido	4.610	5.064	5.284	5.505	5.627	(1.017)

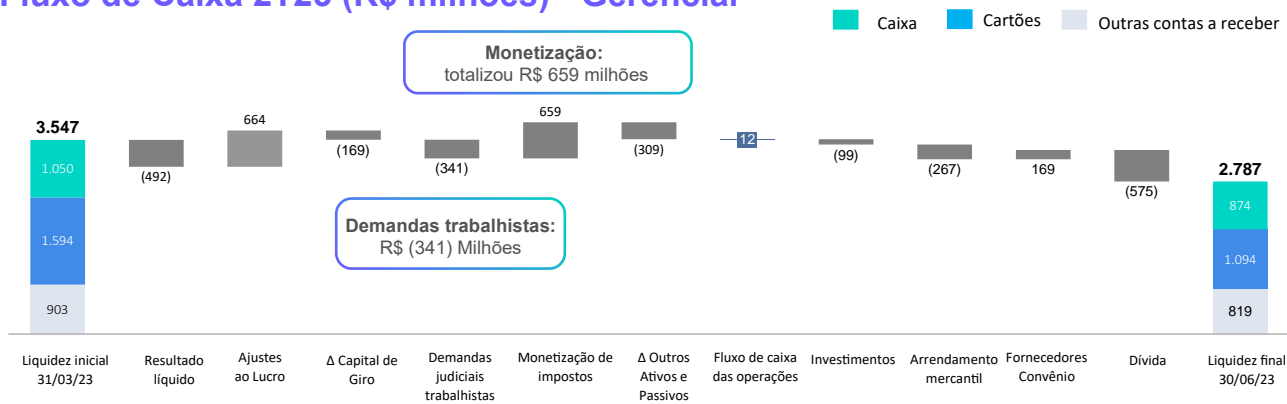
A Companhia apresentou dívida líquida ajustada de R\$ (0,9) bilhão e patrimônio líquido de R\$ 4,6 bilhões, com índices de alavancagem em patamares inferiores aos *covenants* financeiros. No 2T23, o caixa incluindo recebíveis não descontados totalizou R\$ 2,8 bilhões. O indicador de alavancagem financeira, medido pelo caixa líquido/EBITDA ajustado dos últimos 12 meses ficou em (0,4x). Considerando o saldo de fornecedor convênio, a dívida líquida apresenta variação de R\$ (440) milhões.

Cronograma de amortização de Dívidas (Principal)

De R\$ 3,6 bilhões da dívida, temos R\$ 2,4 bilhões (66%) com vencimentos no longo prazo. O custo médio é CDI + 2,6% a/a. A posição de liquidez incluindo recebíveis não descontados totalizou R\$ 2,8 bilhões.



Fluxo de Caixa 2T23 (R\$ milhões) - Gerencial



No 2T23, houve consumo no capital de giro em R\$ (169) milhões, gastos com demandas judiciais trabalhistas de R\$ (341) milhões, enquanto a monetização de créditos tributários somou R\$ 659 milhões. Adicionalmente, tivemos R\$ (99) milhões de investimentos, R\$ 39 milhões menor que o ano anterior, R\$ (267) milhões de arrendamento e R\$ (575) milhões de pagamentos de dívida. Por fim, a posição final de caixa encerrou-se em R\$ 2,8 bilhões no trimestre.

CAPEX

No trimestre, os investimentos da Via totalizaram R\$ 96 milhões, sendo +82% do total direcionado para projetos relacionados à tecnologia para suportar o crescimento, digitalização da Companhia e a experiência do cliente.

R\$ milhões	2T23	2T22	%	6M23	6M22	%
Logística	4	11	(66%)	9	32	(73%)
Novas Lojas	1	40	(98%)	8	119	(93%)
Reforma de Lojas	13	15	(16%)	18	41	(56%)
Tecnologia	78	163	(52%)	168	325	(48%)
Outros	1	29	(97%)	1	53	(98%)
Total	96	258	(63%)	204	571	(64%)

Movimentação de Lojas por Formato e Bandeira

Foram fechadas 2 lojas no trimestre, 2 da bandeira Casas Bahia, totalizando 1.127 lojas ao final do trimestre. Seguimos nosso processo de abertura e fechamentos de lojas, baseado em retorno e margem de contribuição ao negócio.

Casas Bahia	2T22	1T23	Abertas	Fechadas	2T23
Rua	765	788	-	1	787
Shopping	194	186	-	1	185
Consolidado (total)	959	974	-	2	972
Área de Vendas (mil m ²)	887	943	-	2	941
Área Total (mil m ²)	1.406	1.479	-	2	1.477

Ponto	2T22	1T23	Abertas	Fechadas	2T23
Rua	89	88	-	-	88
Shopping	75	67	-	-	67
Consolidado (total)	164	155	-	-	155
Área de Vendas (mil m ²)	89	83	-	-	83
Área Total (mil m ²)	147	139	-	-	139

Consolidado	2T22	1T23	Abertas	Fechadas	2T23
Rua	854	876	-	1	875
Shopping	269	253	-	1	252
Consolidado (total)	1.123	1.129	-	2	1.127
Área de Vendas (mil m ²)	976	1.027	-	2	1.025
Área Total (mil m ²)	1.553	1.619	-	2	1.616

Centros de Distribuição	2T22	1T23	Abertos	Fechados	2T23
CDs	29	29	-	-	29
Área Total (mil m²)	1.269	1.263	-	-	1.263

Consolidado Total	2T22	1T23	Abertas	Fechadas	2T23
Área Total (mil m²)	2.822	2.882	-	2	2.879

Demonstração de Resultados – Visão Contábil

Demonstração do Resultado Consolidado

R\$ milhões	2T23	2T22	Δ	6M23	6M22	Δ
Receita Bruta	8.988	8.988	0,0%	17.776	17.700	0,4%
Receita Líquida	7.488	7.646	(2,1%)	14.843	15.045	(1,3%)
Custo das Mercadorias Vendidas	(5.305)	(5.191)	2,2%	(10.249)	(10.260)	(0,1%)
Depreciação (Logística)	(46)	(56)	(17,1%)	(96)	(111)	(13,1%)
Lucro Bruto	2.137	2.399	(10,9%)	4.497	4.674	(3,8%)
Despesas com Vendas	(1.470)	(1.515)	(2,9%)	(2.946)	(2.908)	1,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(256)	(258)	(0,9%)	(530)	(529)	0,2%
Resultado da Equivalência Patrimonial	11	8	40,6%	26	15	74,1%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(243)	24	n/a	(348)	19	n/a
Total das Despesas Operacionais	(1.957)	(1.741)	12,4%	(3.798)	(3.403)	11,6%
Depreciação e Amortização	(222)	(212)	4,5%	(466)	(439)	6,3%
EBIT - Lucro Operacional antes Impostos e Receita (Despesa) Financeiras¹	(42)	446	n/a	232	832	(72,1%)
Receitas Financeiras	66	76	(12,9%)	150	198	(24,1%)
Despesas Financeiras	(867)	(650)	33,4%	(1.778)	(1.200)	48,2%
Resultado Financeiro Líquido	(801)	(574)	n/a	(1.628)	(1.002)	n/a
Lucro Operacional antes do I.R.	(843)	(128)	n/a	(1.396)	(170)	n/a
IR&CS	351	134	161,9%	607	194	212,7%
Lucro Líquido (Prejuízo)	(492)	6	n/a	(789)	24	n/a
EBIT - Lucro Operacional antes Impostos e Receita (Despesa) Financeiras¹	(42)	446	n/a	232	832	(72,1%)
Depreciação (Logística)	46	56	(17,1%)	96	111	(13,1%)
Depreciação e Amortização	222	212	4,5%	466	439	6,3%
EBITDA - Lucro Operacional antes da Depreciação e Receita (Despesa) Financeiras¹	226	714	(68,3%)	795	1.382	(42,5%)
Outras Despesas e Receitas Operacionais	243	(24)	n/a	348	(19)	n/a
EBITDA Ajustado	469	690	(32,1%)	1.143	1.363	(16,1%)
% sobre Receita Líquida de Vendas	2T23	2T22	Δ	6M23	6M22	Δ
Lucro Bruto	28,5%	31,4%	(2,9 p.p.)	30,3%	31,1%	(0,8 p.p.)
Despesas com Vendas	(19,6%)	(19,8%)	0,2 p.p.	(19,8%)	(19,3%)	(0,5 p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas	(3,4%)	(3,4%)	0,0 p.p.	(3,6%)	(3,5%)	(0,1 p.p.)
Resultado da Equivalência Patrimonial	0,2%	0,1%	0,1 p.p.	0,2%	0,1%	0,1 p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(3,2%)	0,3%	(3,5 p.p.)	(2,3%)	0,1%	(2,4 p.p.)
Total das Despesas Operacionais	(26,1%)	(22,8%)	(3,3 p.p.)	(25,6%)	(22,6%)	(3,0 p.p.)
Depreciação e Amortização	(3,0%)	(2,8%)	(0,2 p.p.)	(3,1%)	(2,9%)	(0,2 p.p.)
EBIT - Lucro Operacional antes Impostos e Receita (Despesa) Financeiras¹	(0,6%)	5,8%	(6,4 p.p.)	1,6%	5,5%	(3,9 p.p.)
Resultado Financeiro Líquido	(10,7%)	(7,5%)	(3,2 p.p.)	(11,0%)	(6,7%)	(4,3 p.p.)
Lucro Operacional antes do I.R.	(11,3%)	(1,7%)	(9,6 p.p.)	(9,4%)	(1,1%)	(8,3 p.p.)
IR&CS	4,7%	1,8%	2,9 p.p.	4,1%	1,3%	2,8 p.p.
Lucro Líquido (Prejuízo)	(6,6%)	0,1%	(6,7 p.p.)	(5,3%)	0,2%	(5,5 p.p.)
EBITDA¹	3,0%	9,3%	(6,3 p.p.)	5,4%	9,2%	(3,8 p.p.)
EBITDA Ajustado¹	6,3%	9,0%	(2,7 p.p.)	7,7%	9,1%	(1,4 p.p.)

(¹) EBITDA, EBITDA Ajustado e EBIT não fazem parte da revisão realizada pela Auditoria externa.

Balanço Patrimonial

Balanço Patrimonial Gerencial

Ativo	30.06.2023	30.06.2022
R\$ milhões		
Ativo Circulante	14.151	16.312
Caixas e Aplicações Financeiras	874	1.233
Contas a Receber	4.419	5.673
Cartões de Créditos	972	2.124
Carnês - Financiamento ao consumidor	4.742	4.821
Carnês - Juros a incorrer	(1.504)	(1.390)
Outros	505	375
Contas a receber B2B	314	324
Provisão para Devedores Duvidosos	(609)	(581)
Estoques	5.738	6.633
Tributos a Recuperar	1.655	1.664
Partes Relacionadas	328	290
Despesas Antecipadas	247	242
Outros Ativos	890	577
Ativo Não Circulante	18.805	17.832
Realizável a Longo Prazo	11.308	10.150
Contas a Receber	531	764
Cartões de Crédito	123	246
Carnês - Financiamento ao Consumidor	606	748
Carnês - Juros a incorrer	(130)	(146)
Provisão para Devedores Duvidosos	(68)	(84)
Tributos a Recuperar	4.917	4.798
Instrumentos financeiros	10	10
IR e CSLL Diferidos	4.183	3.035
Crédito com Partes Relacionadas	189	177
Depósitos para Recursos Judiciais	1.003	808
Despesas Antecipadas e Outros Ativos	476	558
Ativo de Direito de Uso	2.821	3.202
Investimentos	274	240
Imobilizado	1.617	1.796
Intangível	2.785	2.444
TOTAL DO ATIVO	32.956	34.144
Passivo e Patrimônio Líquido		
R\$ milhões		
Passivo Circulante	17.827	18.740
Obrigações Sociais e Trabalhistas	482	470
Fornecedores	7.833	7.539
Fornecedores Portal	32	-
Fornecedores Convênio	1.550	2.500
Empréstimos e Financiamentos	1.241	1.327
Carnês - Financiamento ao Consumidor (CDCI)	4.879	4.757
Carnês - Financiamento ao Consumidor (CDCI) - Juros a apropriar	(382)	(328)
Impostos, Taxas e Contribuições	253	157
Partes Relacionadas	25	15
Receitas Diferidas	139	104
Repasse de Terceiros	409	443
Passivo de arrendamento	640	815
Outros	727	941
Passivo Não Circulante	10.519	9.777
Empréstimos e Financiamentos	2.421	2.460
Carnês - Financiamento ao Consumidor (CDCI)	558	679
Carnês - Financiamento ao Consumidor (CDCI) - Juros a apropriar	(26)	(29)
IR e CSLL Diferidos	34	6
Tributos a Pagar	19	20
Provisão para Demandas Judiciais	2.174	2.212
Passivo de arrendamento	3.096	3.299
Receitas Diferidas	2.234	1.093
Outros	9	37
Patrimônio Líquido	4.610	5.627
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	32.956	34.144

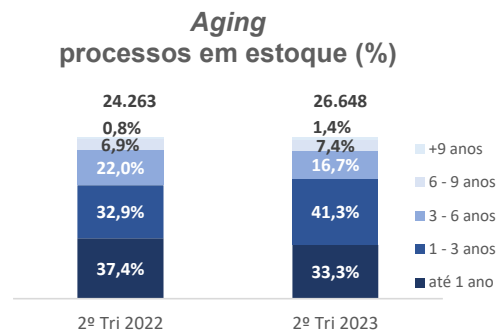
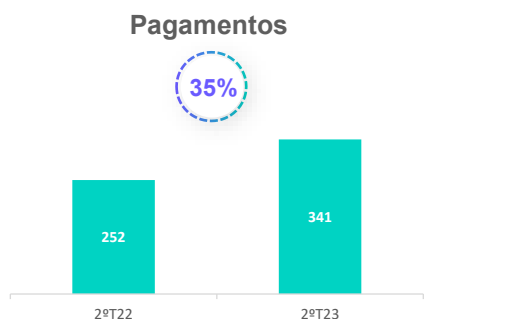
Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa (R\$ milhões)

	30.06.2023	30.06.2022 (reapresentado)
Lucro Líquido (Prejuízo) do exercício	(789)	24
Ajustes em:		
Depreciações e Amortizações	564	550
Equivalência Patrimonial	(26)	(15)
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	(609)	(195)
Juros e Variações Monetárias, não realizadas	986	794
Provisões para demandas judiciais, líquidas de reversões	576	237
Provisão para demandas judiciais trabalhistas, líquidas de reversões	551	209
Provisões para demandas judiciais outras, líquidas de reversões	25	28
Perda estimada com créditos de Liquidação Duvidosa	555	451
Perda com alienação de ativo imobilizado e intangível	14	(57)
Perda estimada do valor recuperável líquido dos estoques	51	7
Receita diferida reconhecida no resultado	(171)	(30)
Baixa de direito de uso e passivo de arrendamento	5	6
Remuneração Baseada em Ações	(5)	12
Outros	(25)	7
	1.126	1.791
(Aumento) Redução de Ativos		
Contas a Receber	2.061	680
Estoques	(215)	516
Tributos a Recuperar	207	(118)
Partes relacionadas	(36)	(46)
Depósitos judiciais	(37)	42
Despesas Antecipadas	(16)	(51)
Outros ativos	(278)	(299)
	1.686	724
Aumento (Redução) de Passivos		
Fornecedores	728	142
Fornecedores Portal	(625)	(288)
Tributos a Pagar	(1)	(75)
Obrigações sociais e trabalhistas	42	(114)
Repasse de Terceiros	(239)	(133)
Receita diferida	-	(4)
Demandas judiciais	(619)	(682)
Demandas judiciais - Trabalhistas	(573)	(644)
Demandas judiciais - Outras	(46)	(38)
Outros passivos	(71)	(168)
	(785)	(1.322)
(Aumento) Redução de Ativo e Passivo - Outros		
Dividendos recebidos de investidas	17	-
Imposto de renda e contribuição social pagos	(2)	-
	15	-
Caixa Líquido gerado nas atividades operacionais	2.042	1.193
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento		
Aquisição de bens do ativo imobilizado e intangível	(351)	(642)
Alienação de bens do ativo imobilizado e intangível	-	69
Aquisição de controlada, líquida de caixa adquirido	-	(18)
Caixa Líquido das Atividades de Investimento	(351)	(591)
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento		
Captações	4.718	3.761
Pagamento de principal	(5.375)	(4.443)
Pagamento de juros	(726)	(433)
Pagamentos de Principal - Arrendamento Mercantil	(308)	(357)
Pagamentos de Juros - Arrendamento Mercantil	(232)	(211)
Aquisição de ações em tesouraria, líquida de alienação	-	(63)
Fornecedores convênio	(913)	596
Caixa Líquido das Atividades de Financiamento	(2.836)	(1.150)
Saldo inicial de caixa e equivalentes de caixa	2.019	1.781
Saldo final de caixa e equivalentes de caixa	874	1.233
Variação no Caixa e Equivalentes	(1.145)	(548)

Atualização dos Processos Trabalhistas e Créditos Tributários

Processos Trabalhistas



Impactos no 2T23 e 6M23

Saídas de caixa:

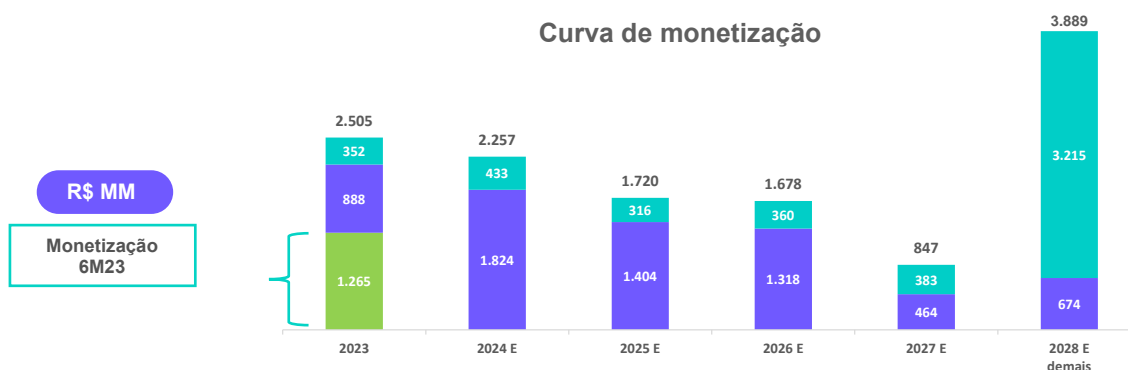
- R\$ 232 milhões de saída de caixa no 1T23
- R\$ 341 milhões de saída de caixa no 2T23
- Total 6M23: R\$ 573 milhões, 11% menor vs. 6M22

Despesas do 2T23:

- Quantidade de entradas de processos: 9,8% maior vs. 2T22
- R\$ 90 Milhões de pagamentos acima de 2022, dado o envelhecimento/encarecimento do estoque

Plano de Monetização de Créditos Tributários

- Monetização de impostos Federais sobre resultado
- Monetização de impostos Federais e Estaduais sobre vendas
- Monetização 2T23



Total de créditos (R\$ milhões)

R\$ 6.572 de impostos Federais e Estaduais sobre venda
R\$ 4.515 de impostos Federais sobre resultado
 R\$ 11.087
R\$ 544 de créditos não reconhecidos
R\$ 11.631 TOTAL

Resultados 6M23

- Monetização 1T23: R\$ 606 milhões
- Monetização 2T23: R\$ 659 milhões

VIIA3 e VIAYY

As ações da Via estão registradas para negociação na B3 sob o código “VIIA3”, admitidas à negociação no Novo Mercado. Desta forma, as ações ordinárias da Via são negociadas em Reais (R\$) no segmento do Novo Mercado da B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão, sob o código de negociação VIIA3.

Para negociação de nossas ações em *OTC Markets*, estamos sob o código “VIAYY”, em forma de ADR. A sigla ‘ADR’ significa *American Depositary Receipt*. São recibos de depósitos, que equivalem a ações da Via e são negociados na Bolsa de Valores de Nova York (NYSE). Dessa forma, investidores estrangeiros que desejam investir na Via podem transacionar os ADRs ao invés das ações diretamente na B3.

Videoconferência de Resultados



10 de agosto de 2023

(após fechamento do mercado)

Simultaneamente, será disponibilizado o vídeo com a apresentação de resultados, com o objetivo de dedicar o tempo da teleconferência no dia seguinte somente para perguntas e respostas.

Vídeoconferência

(Somente Perguntas e Respostas)

11 de agosto de 2023

14h00 (horário de Brasília)

13h00 (horário de Nova York)

Português/Inglês (tradução simultânea)

Vídeoconferência Português:

[Clique aqui](#)

Sergio Leme

Chief People & ESG & IRO

Vídeoconferência Inglês:

[Clique aqui](#)

Gabriel Succar

Gerente Executivo de RI

Daniel Morais

Coordenador de RI