



INVESTOR DAY

2021

O CLIENTE VIA

Ilca Sierra

MARKETPLACE VIA

Helisson Lemos

SOLUÇÕES FINANCEIRAS VIA

André Calabró

LOGÍSTICA VIA

Fernando Gasparini

INOVAÇÃO E NOVOS NEGÓCIOS VIA

Helisson Lemos

PESSOAS & CULTURA VIA

Rosi Balabram

ESG VIA

Amanda Ferreira e Vanessa Romero

VIA 2025

Orivaldo Padilha e Roberto Fulcherberguer

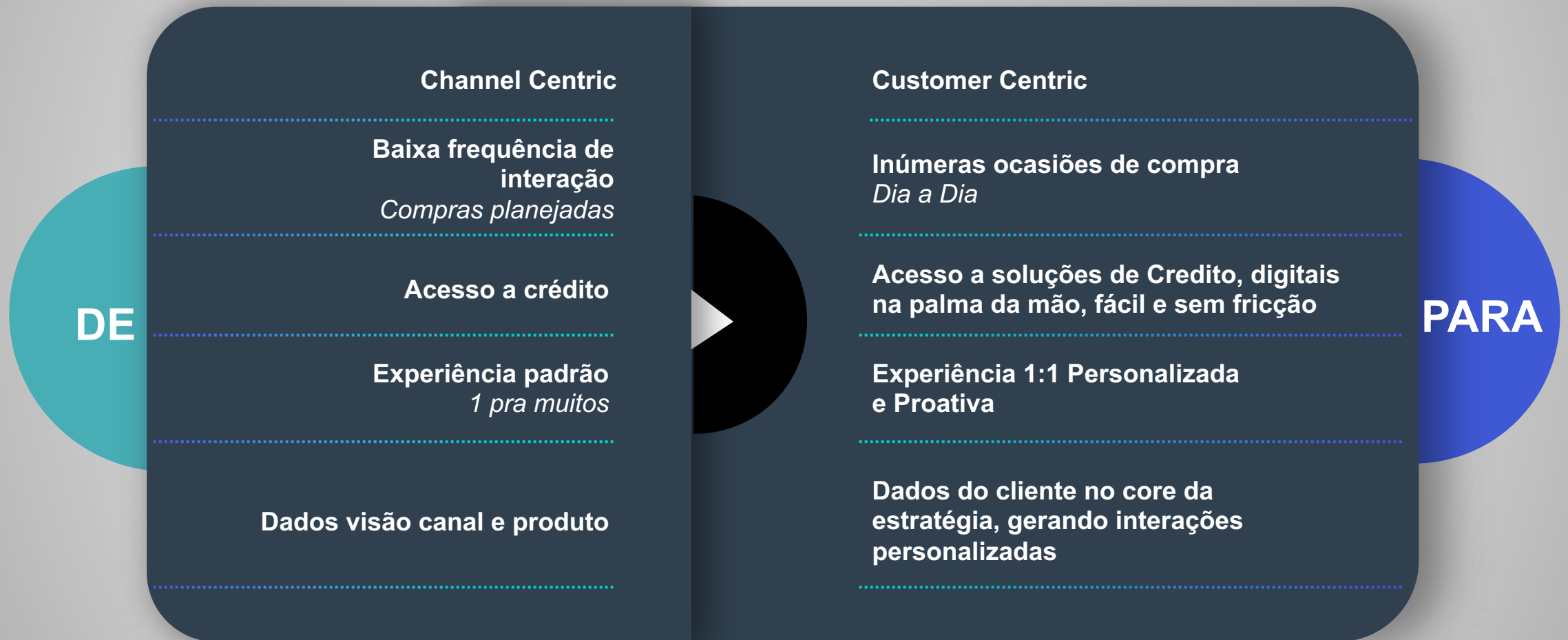


O CLIENTE

VIA

ILCA SIERRA

A Grande Virada para customer centricity



Destravando crescimento



Aumentando
a base ativa
de clientes



Aumento da
fidelização,
ancorado no
aumento de LTV



Melhoria
contínua da
experiência



Base de Clientes Via

97.000.000

Customer Centric

Um novo mindset com cliente no centro

Data driven

30+

indicadores utilizados
para CX

- **NPS** e base ativa de clientes como metas corporativas



Customer Centric

Mudança de patamar



**Modernização
na Captura de
Dados**



**NPS
+11p.p**
Importante
**ferramenta de
gestão**



**Ampliação de Quantidade de
Jornadas**

Permitindo mapear inúmeras
situações do cliente e atuar mais
cirurgicamente onde e como
quisermos



**Criação de Comitê
de Cliente**

Para atuação na loja
física, atuando nível
regional, filial e com a
granularidade de
atuação necessária



**First Call
Resolution**
Melhora de
+20p.p



WhatsApp
participando com
65% e
operando 24x7 por
semana

Grande Evolução na experiência do cliente



Reorganizando o time

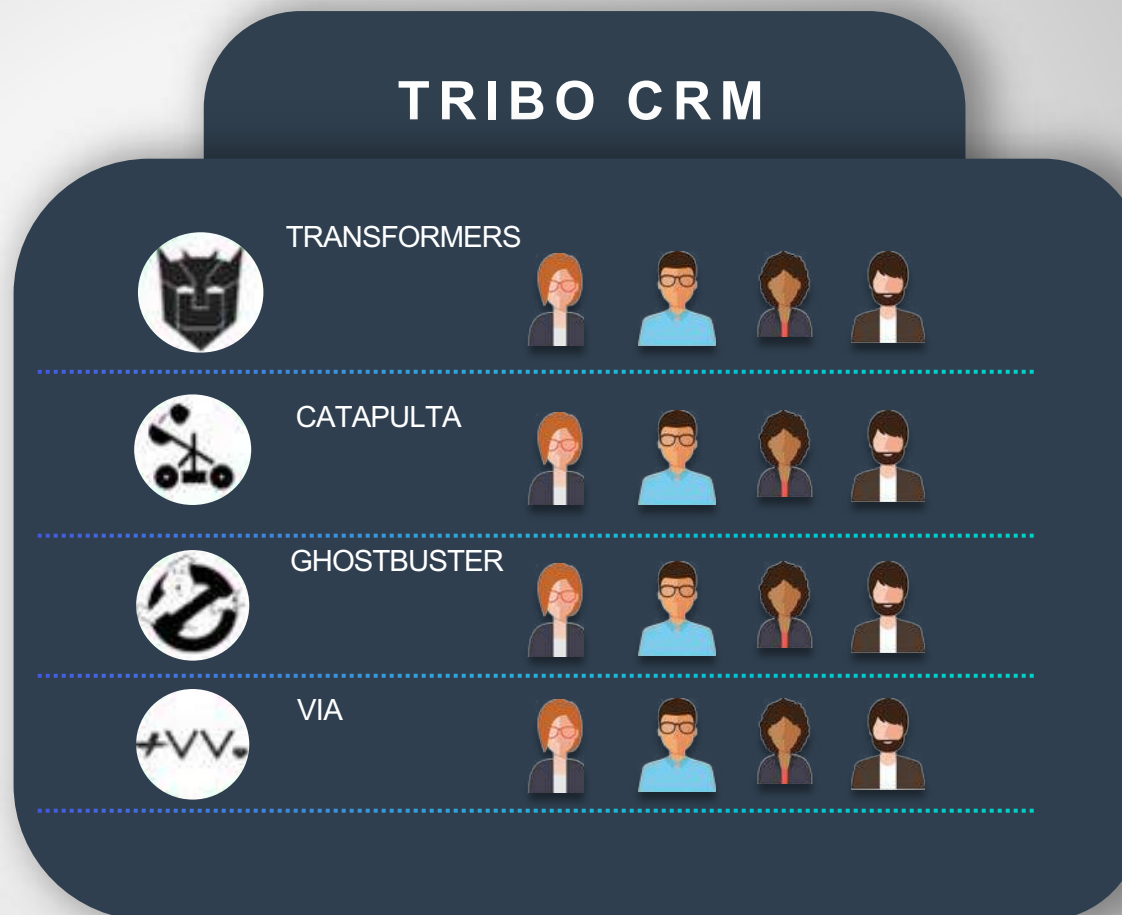
Gerando resultados consistentes

+ 70% na taxa de conversão dos canais proprietários

Chama no ZAP

Redução de CAC

Melhoria constante nos indicadores de conversão



Cada time focado na em uma etapa do cliço de vida do cliente

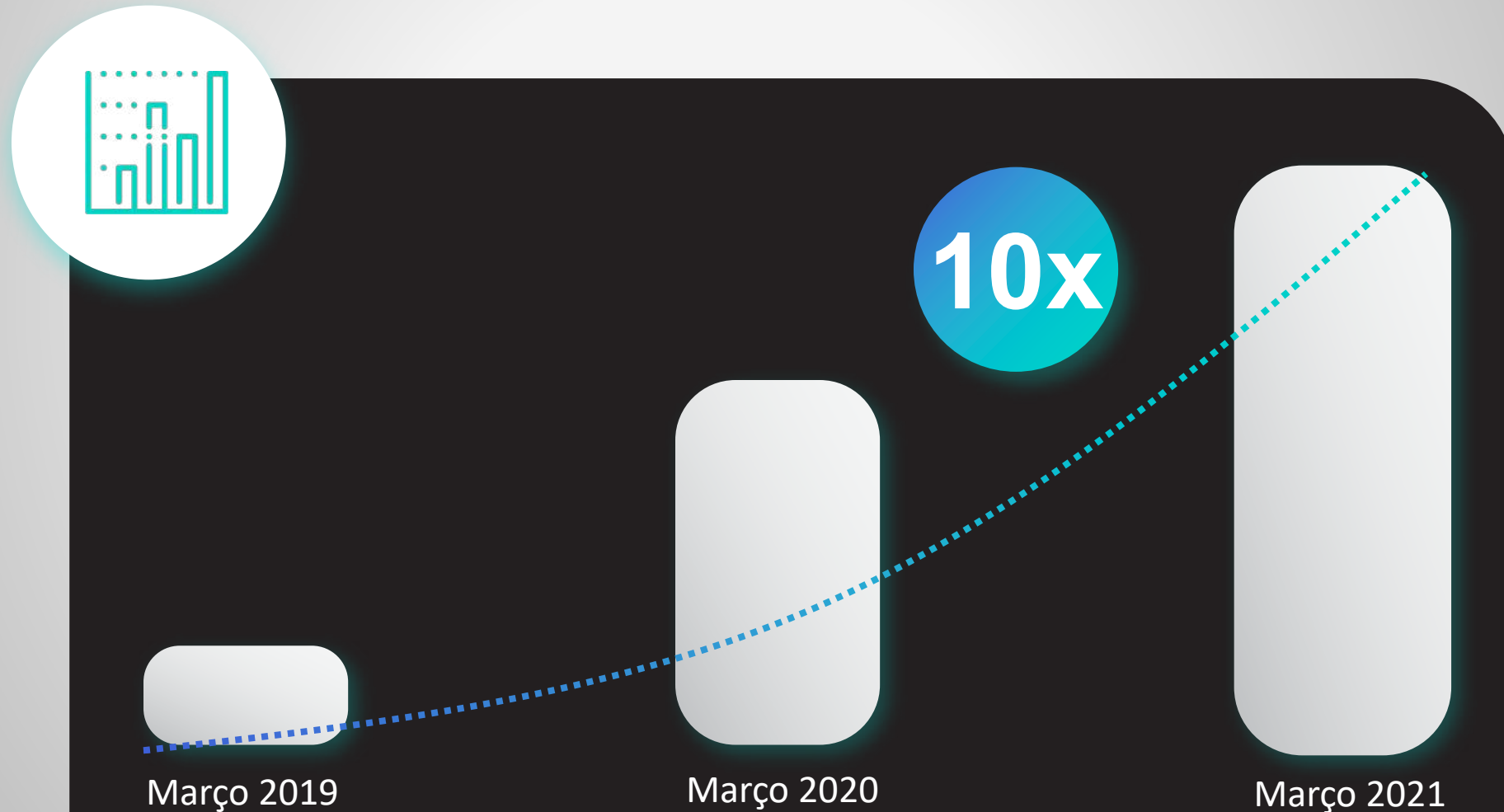
Mudança de patamar nas redes sociais



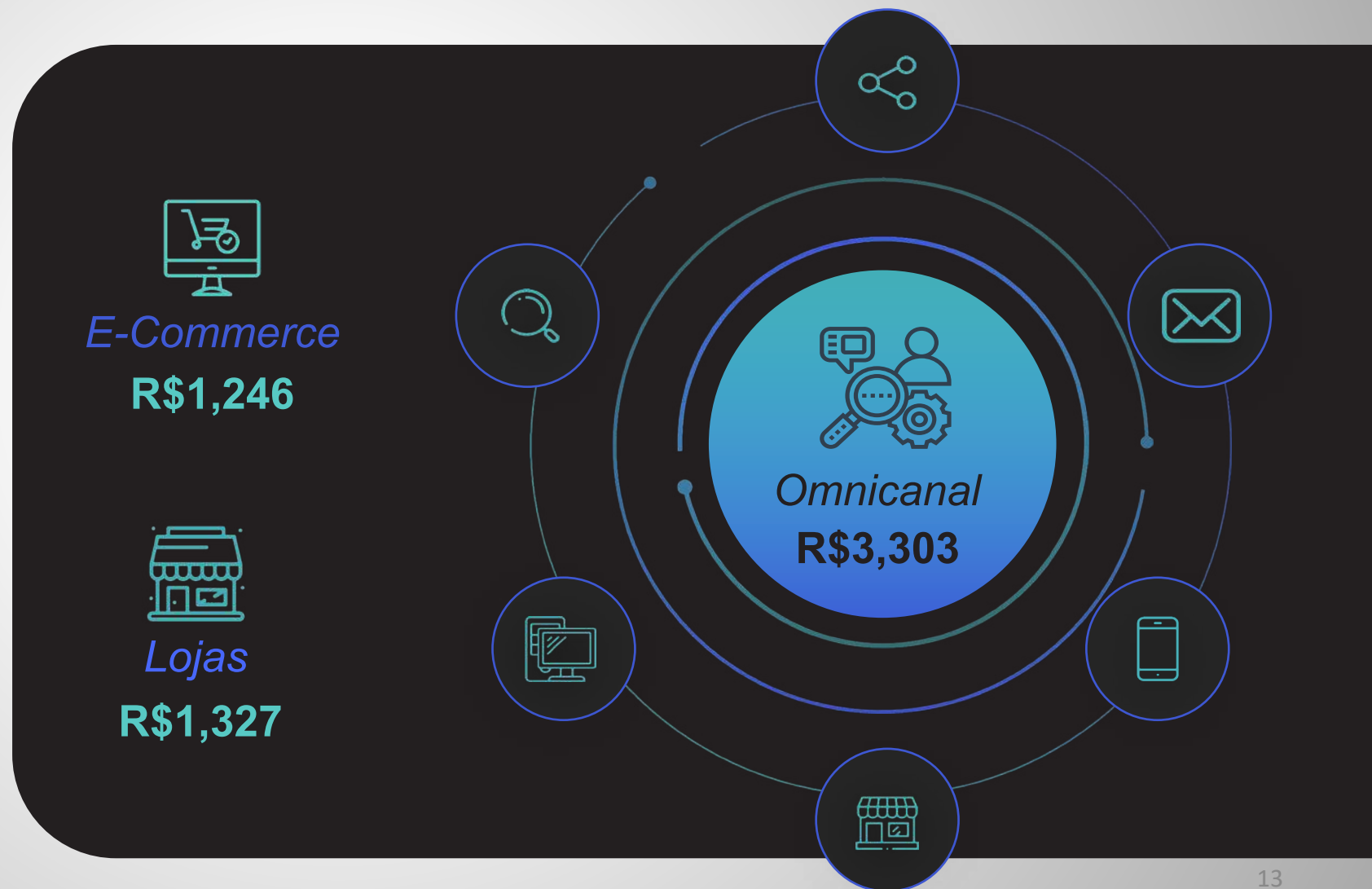
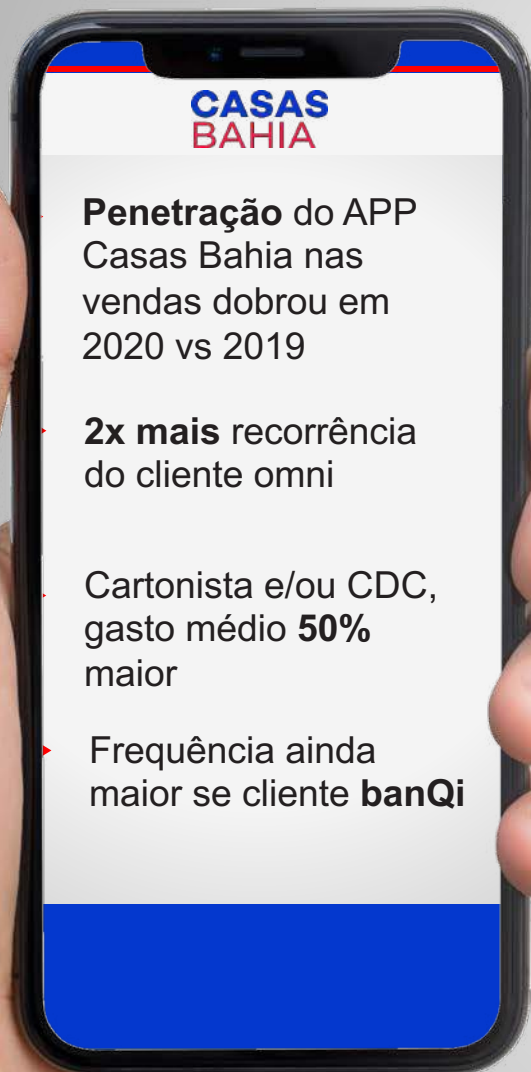
Fonte: Social Bakers, dados 4T2020

Forte aceleração do MAU em 24 meses

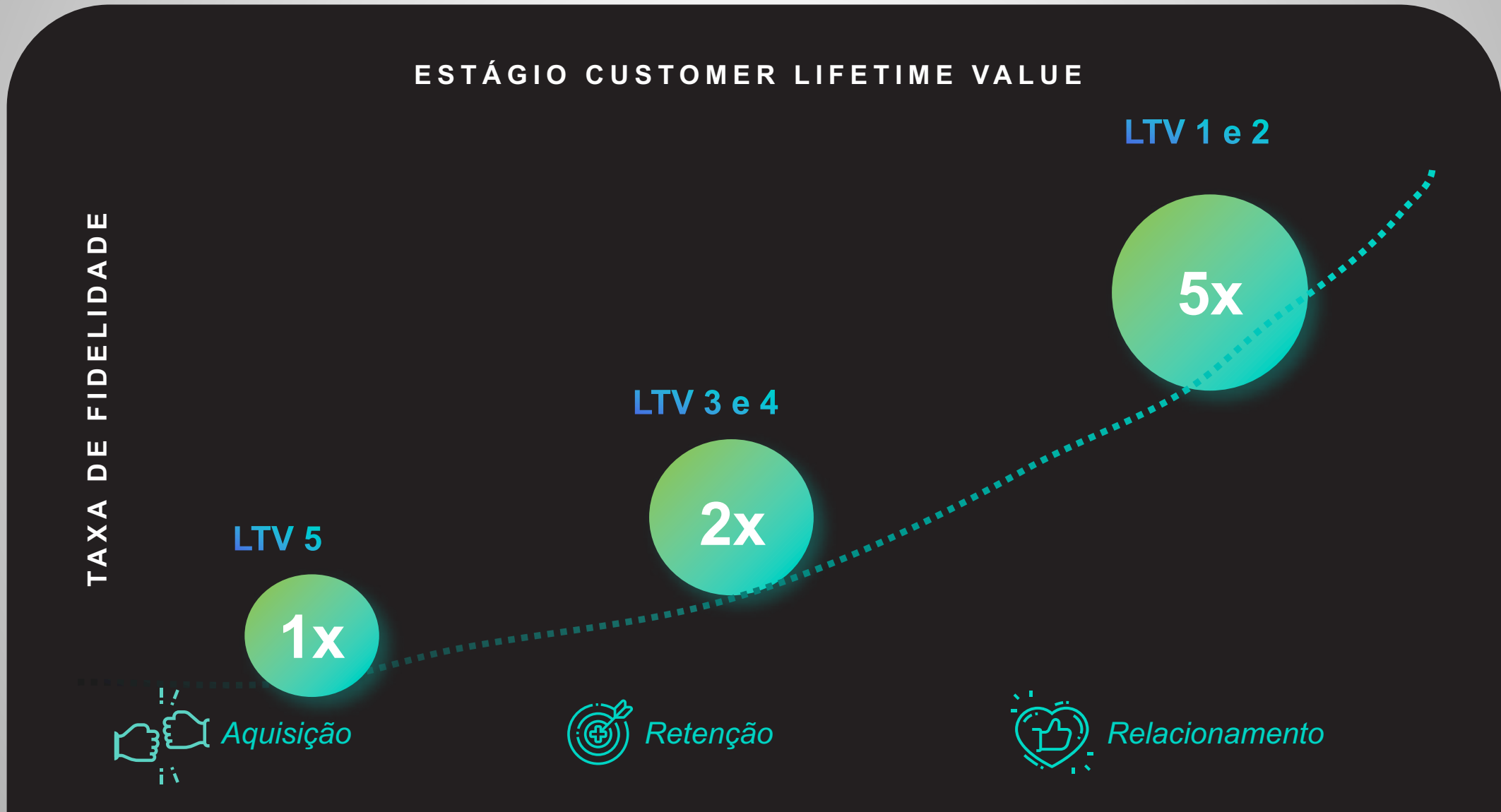
Monthly active users



Cliente omnicanal gasta até 2,3x mais



Quanto mais engajado, maior o LTV



Quem é o cliente fiel da Via ?



Gasto médio/ano

+4,2x

Frequência/ano

4x

Omnicanalidade

60%

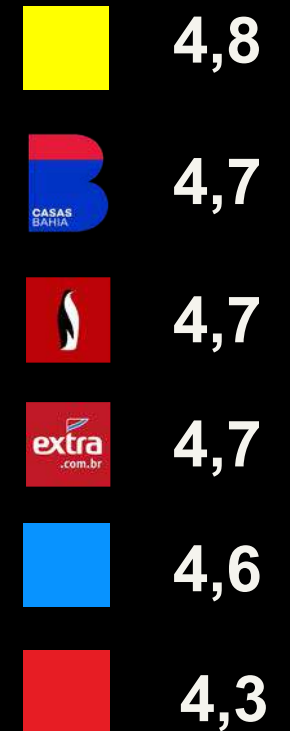
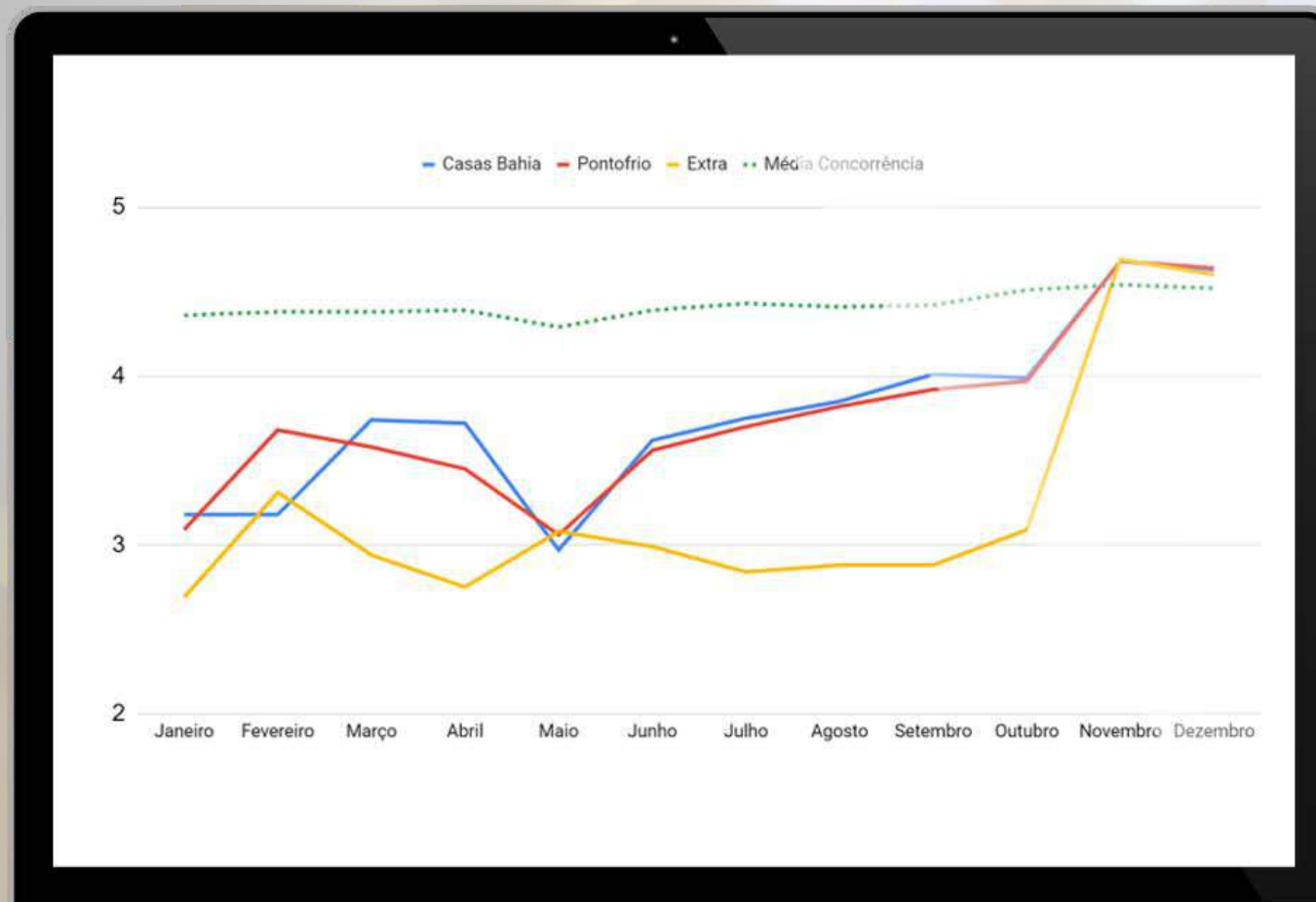
Participação de
Serviços
Financeiros*

60%

15
*Cartão ou CDC ativo

Melhora das notas nos APPs

Aplicativos de nossas 3 bandeiras com as melhores avaliações dos usuários



Fonte: Play Store abr/21

CB Play importante ferramenta de fidelização

O número de downloads do app de Casas Bahia, nos primeiros 30 dias de lançamento aumentou ~50%

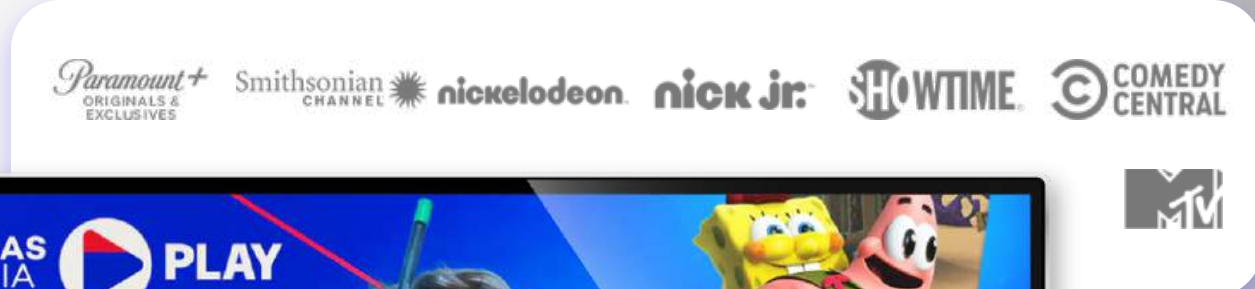
O programa que já nasce com milhões de clientes

É grátis, sem assinatura



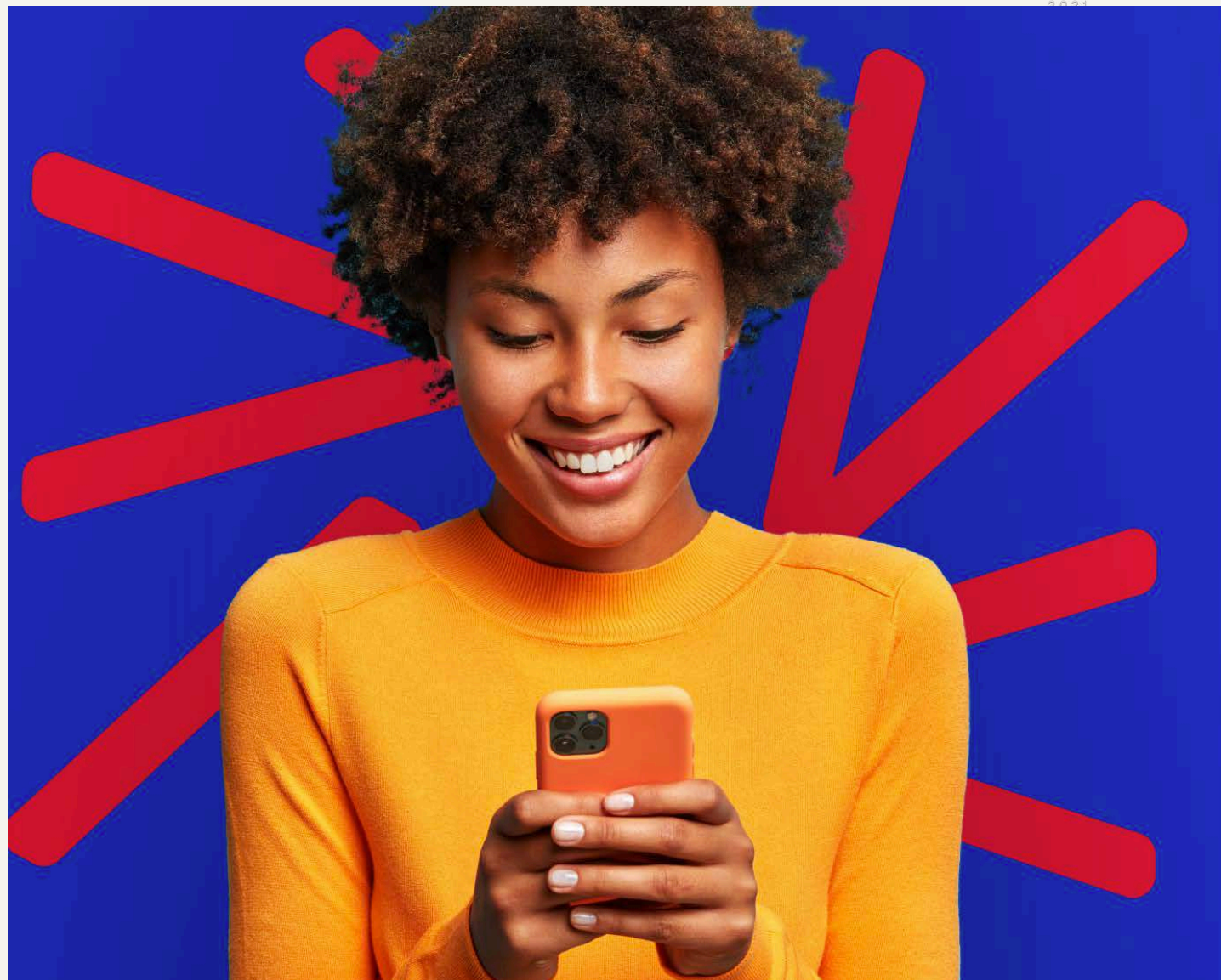
Conversão

do app apresentou melhora de 42% vs. mês anterior



**É vantagem
pra todo
lado.**

Previsão de lançamento no 3T21



Benefícios para os clientes refletem a taxa de fidelidade



Entretenimento

Uma montanha de entretenimento de graça para quem é VIP, com o Casas Bahia Play.



Frete

Benefícios de entrega para o cliente receber tudo. Sem pagar ou até mesmo mais rápido.



Descontos

Descontos nos produtos que os clientes mais querem. Cupons de celebração e muito mais.



Parceiros

Os serviços da Casas Bahia com descontos exclusivos que só quem é VIP tem.



Atendimento

Atendimento VIP 24x7, troca rápida e muito mais!



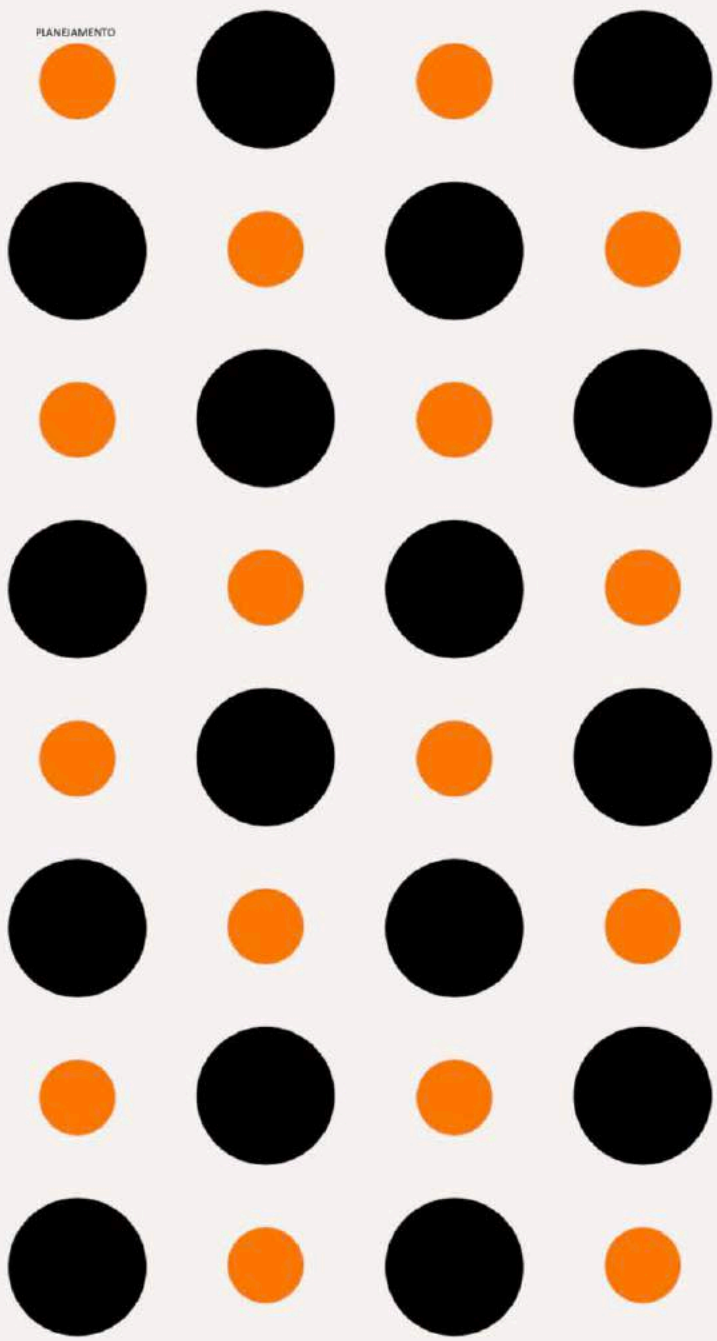
Serviços

As melhores marcas conectadas com os melhores clientes. Isso é ser VIP Casas Bahia.



Direto ao ponto :

com ponto de vista + irreverência + tecnologia



Pontofrio agora é Ponto.

Resumo estratégico

Pontofrio
agora é Ponto.

Diferente das outras em
atitude e em entregas



melhor da tecnologia
(sortimento e especialidade)



digital
(ambiente e transparência)



Comunicação
**DIGITAL
FIRST**

Narrativa, linguagem
inspiração e
(re)descoberta



Mudança da marca com virada das 160 lojas em um único dia.





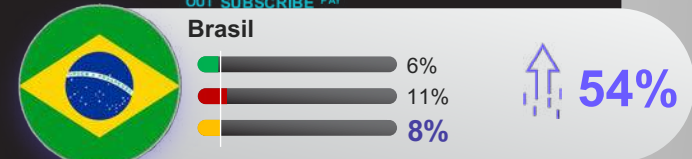
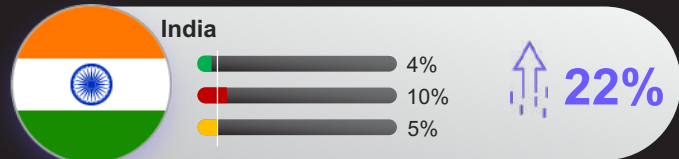
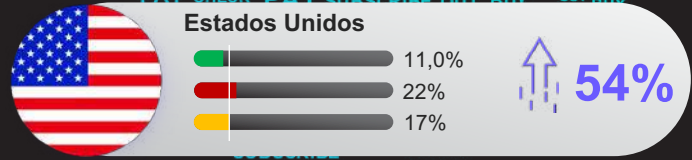
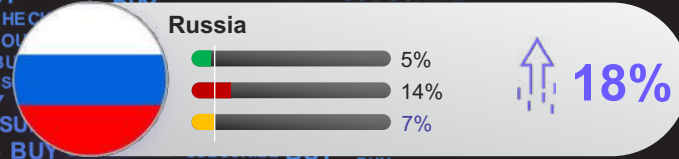
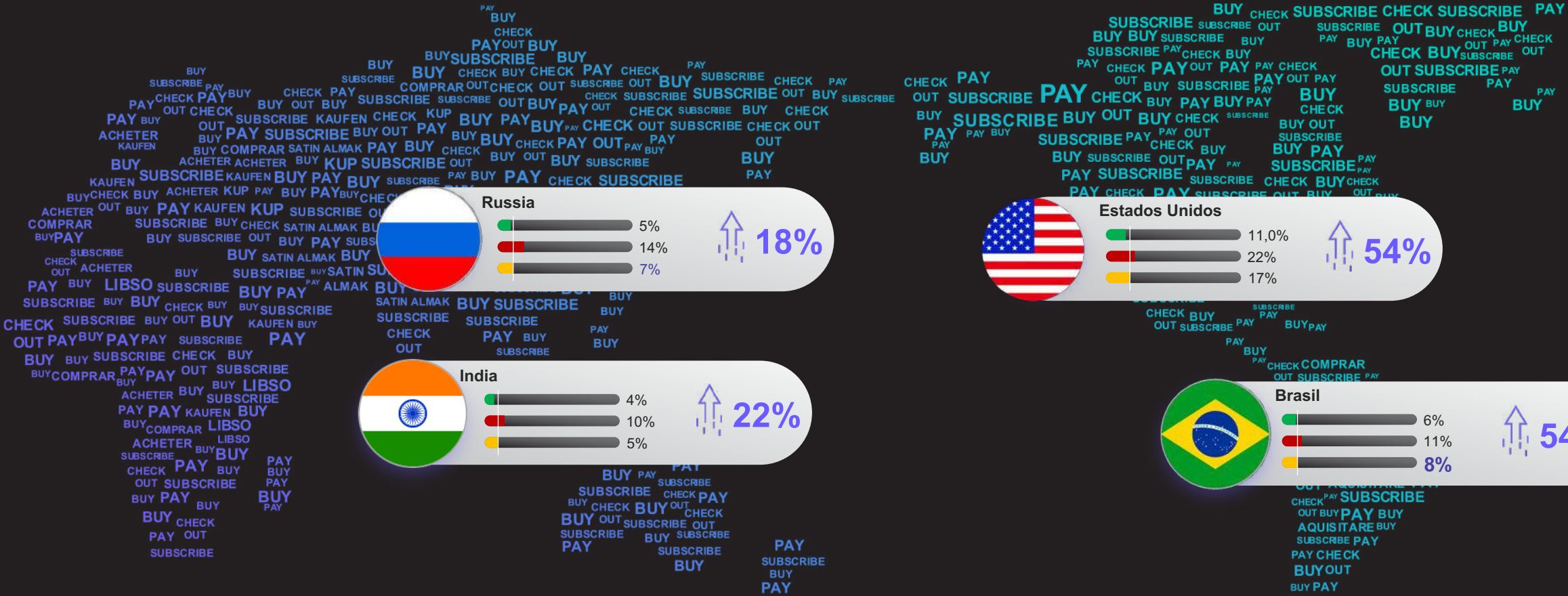
MARKETPLACE

VIA

HELISSON LEMOS



Mercado brasileiro ainda tem muito para crescer



- Pré-Covid
- Pico da Covid
- Atualmente

Fonte: Mastercard Economics Institute Estimates de 31/01/2021

Sortimento
+
Amplitude de
categorias
+
Consumo
repetitivo



Maior
Lifetime
Value



CASASBAHIA pontofrio extra bartira



Varejo Transacional



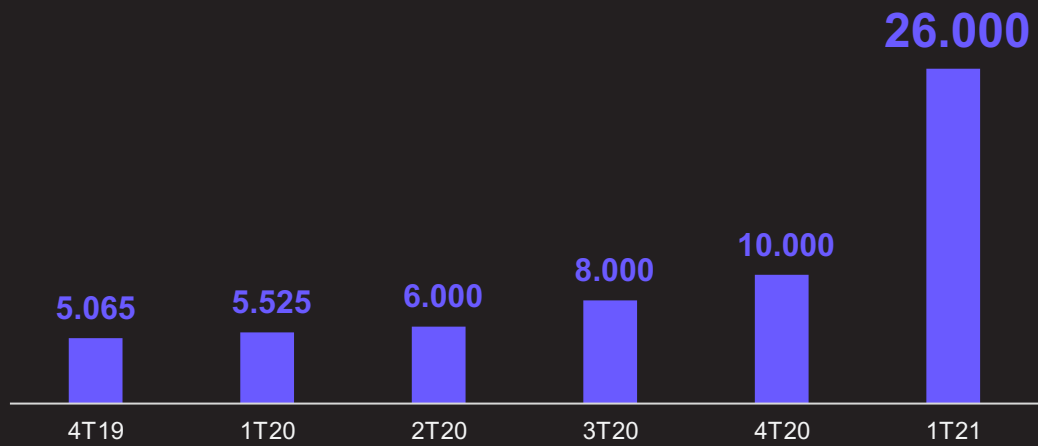
CASASBAHIA CBPlay VIP CASASBAHIA CHAMA ZAP
pontofrio MARKETPLACE banQi CASASBAHIA ASAPLog
extra bartira IQXP

Varejo Relacional

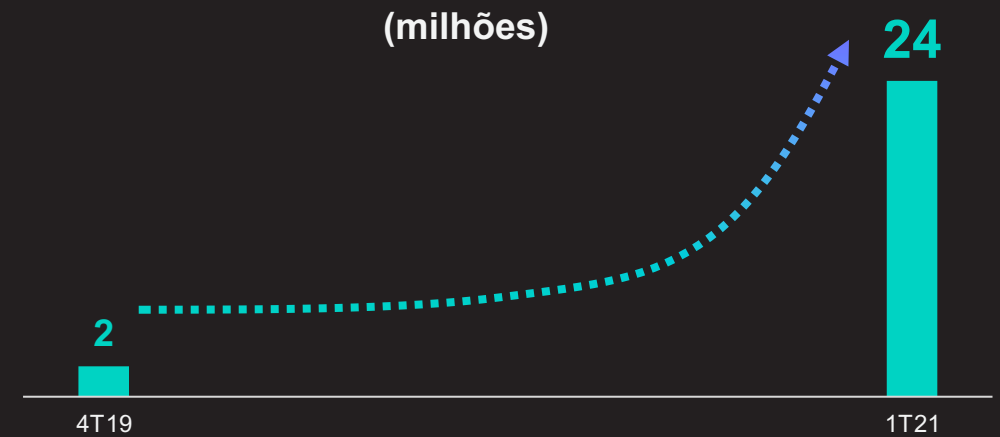
Marketplace Via:

Decolando em 2021

Evolução



Evolução SKUs



Marketplace Via:

Decolando em 2021



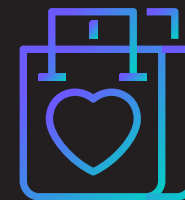
**Amplitude
de Categorias**



**Origem dos Produtos
e Conformidade
dos Sellers**



**Capilaridade
da Oferta**



**Controle
do Pós-venda**



**Criação de Estrutura interna
dedicada especialmente
para o MarketPlace**

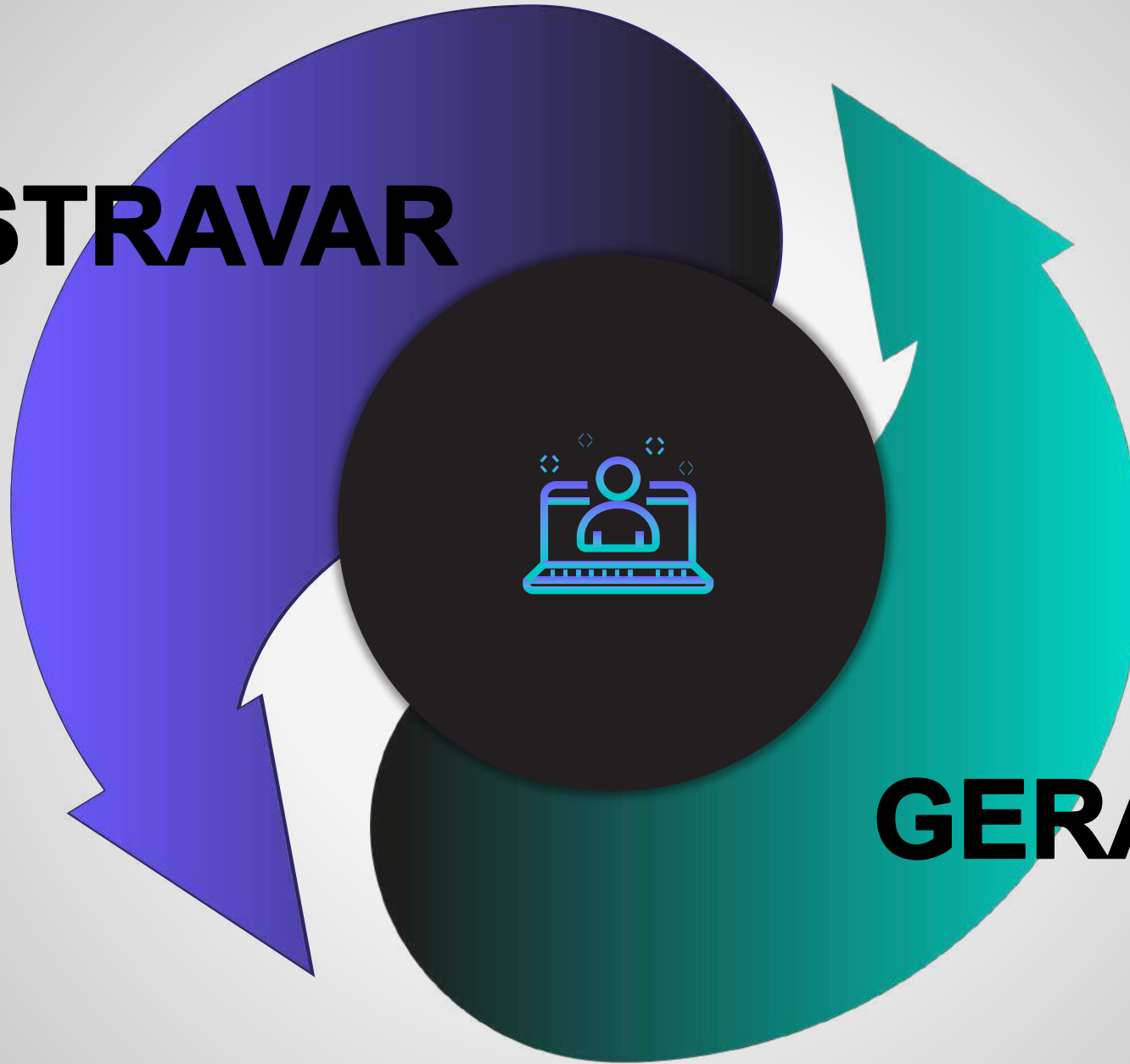


**Visão financeira
Integrada
(1P+3P)**



**Inclusão de meta
de GMV para o Marketplace
no Painel de Bônus**

DESTRAVAR



GERAR

Vantagens competitivas

Destravando ativos estratégicos da Via a favor do Marketplace já a partir de 2021



1. Base de Clientes

- Base robusta de 97 milhões de clientes com 22 milhões ativos. Aumento de 50% no número de novos clientes em 2020.
- Base com forte penetração na classe média brasileira e em 2020 teve aumento importante nas faixas de maior renda e mais jovem.
- A Via é POP! Omnicanalidade no Brasil de verdade, sem bandeiras e sem preconceitos.



2. Marcas

- Marcas reconhecidas nacionalmente há décadas e que foram renovadas recentemente.
- Casas Bahia é Top of Mind há mais de 15 anos consecutivos. Investimentos em TV aberta há décadas com veiculação em todo território nacional, gerando um recall forte a medida que expandimos lojas.
- Boa afinidade com amplitude de produtos de cauda longa que vamos oferecer através do Marketplace.

Vantagens competitivas

Destravando ativos estratégicos da Via a favor do Marketplace já a partir de 2021



3. Sortimento 1P

- Dominância nas categorias core de eletrodomésticos, que realmente pesam no GMV do e-commerce. E somos “destination” com share de até 60% destes segmentos.
- Bartira, maior fábrica da AL e ótimo recall de marca, representa uma grande vantagem competitiva no segmento de móveis que apresenta margem bruta elevada e temos boa penetração de crediário.
- Nossas categorias 1P geram excelente tráfego online, **com mais oferta do 3P agora**, o sortimento completo gerará um ciclo virtuoso de demanda e oferta.



4. Infraestrutura Logística

- 27 CDs estrategicamente posicionados em diversos estados totalizando mais de 1,5 milhão de m2 de armazenagem.
- Mais de 1.000 lojas grandes, que servem de apoio logístico para malha logística e estratégia multicanal com Retira Rápido e mini-hubs.
- Capacidade de realizar entregas same-day-delivery para leves e pesados, bem como serviços de fulfillment para parceiros de marketplace.

Vantagens competitivas

Destravando ativos estratégicos da Via a favor do Marketplace já a partir de 2021



5. Ominicanalidade

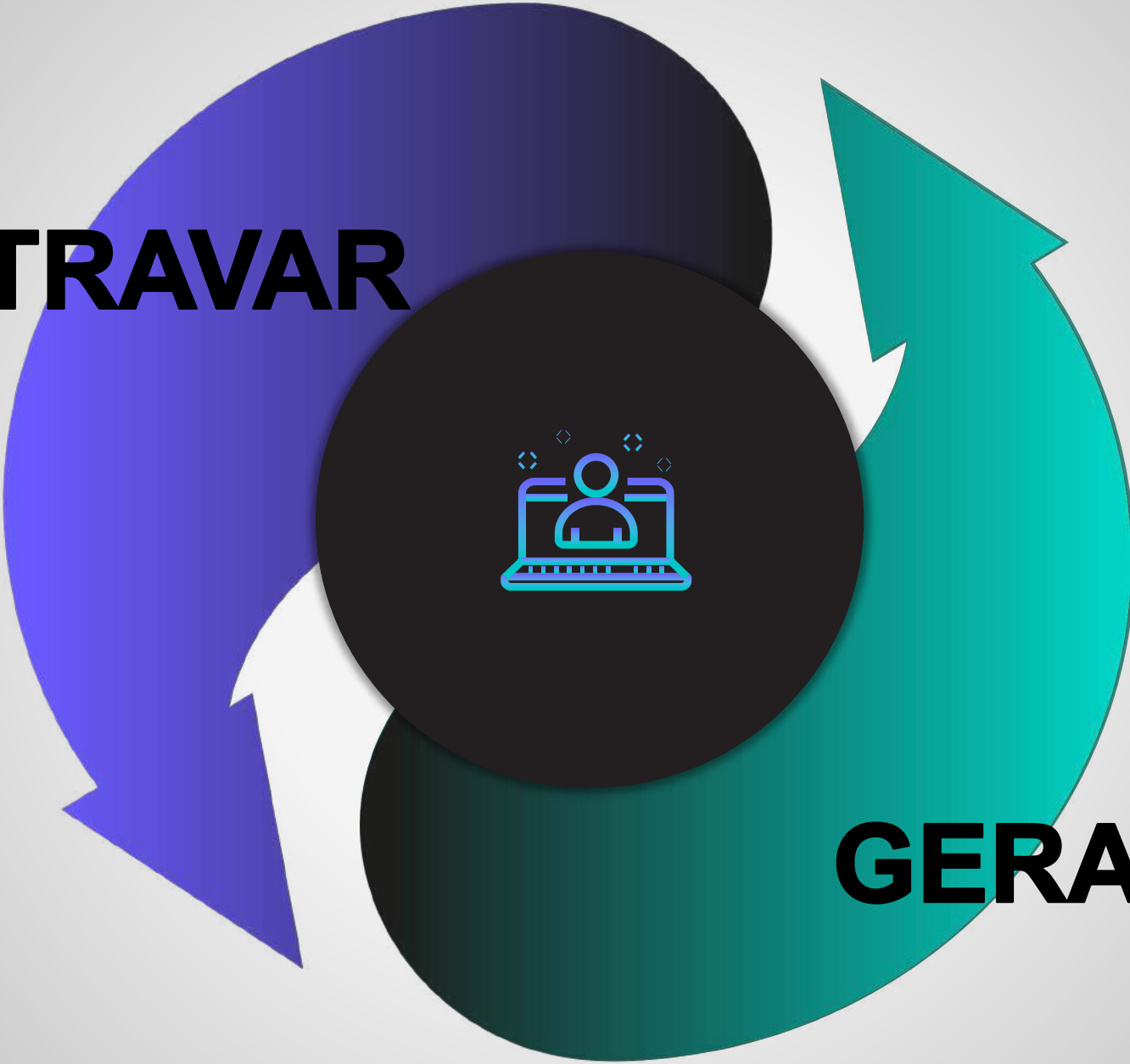
- Vendedor online importante diferencial competitivo com mais de 20.000 e estrutura de comissão com incentivos alinhados.
- Vendedor online estruturado para vender produtos de 1P e 3P.
- Mobile first: 70% de participação de app e msites nas vendas online. Em 2020 aumentamos a participação de clientes multicanal em nossa base.



6. Crediário Próprio

- Carnê das Casas Bahia com boa aceitação na base de clientes e responsável por ~20% das vendas.
- 11 milhões de clientes pré-aprovados no crediário, R\$6,4 bilhões em carteira ao final de dez/20. 500 mil novos clientes/mês.
- 25 milhões de clientes no CDC digital.

DESTRAVAR



GERAR

Gerar Valor



- **Evolução da Plataforma**
- **Via ADs**
- **Clube de Prêmios**
- **Clube de Vantagens**
- **Consultor Virtual por I.A**
- **Universidade do Marketplace**
- **Crédito banQi para os Sellers**
- **Pós-venda do 1P no 3P**
- **B2B do 1P no 3P**
- **Marketplace Internacional (CBT)**

Evolução da plataforma

1. Evolução da Plataforma

- Muitas melhorias pra criar e gerenciar os anúncios, fazer recomendações e reviews, novidades em mensageria, área de perguntas e respostas.

2. Ads “2.0”

- Seguindo a linha de Amazon Ads, vamos lançar uma nova solução de publicidade pros nossos canais online turbinarem as vendas.

3. Clube de Premios

- Os nossos 20 mil vendedores de lojas vendendo 3P. O Clube é um programa gamificado de incentivos, maduro e até com moeda própria.

4 Clube de Vantagens

- É o clube de afinidade dos nossos sellers, que vão receber benefícios pra vender mais com a gente.

5. Gestão Consultiva

- Uso de inteligência artificial para criação de consultor comercial virtual para indicar iniciativas de gestão mercadológica.
- Oportunidades de trabalho com sortimento, precificação e política de frete para vender mais.

6.. Universidade do MarketPlace

- Capacitação do seller para incremento das vendas, gestão comercial e administrativa do seu negócio, profissionalização das pessoas físicas para emissão de notas e MEI. Conteúdo customizado por perfil de seller e com uma pegada de Gamification.

7. Credito e Meios de Pagamento

- Desconto de recebíveis, Oferta de Credito para o seu capital de giro, Oferta de Meios de Pagamentos Offline powered by Banqi.

8. Pós-venda de Marketplace nas Lojas da Via

- Através do Envvias, a funcionalidade de Logística Reversa. Há também uma oportunidade de Serviços de Instalação de Móveis e demais serviços que já fazemos para o 1P hoje e que são replicáveis ao 3P.

9. Canais B2B

- Lançamento da integração do sortimento de determinados sellers 3P (usando meritocracia, gamification, etc) em nossos canais de vendas do B2B, parcerias em que disponibilizamos nosso sortimento diretamente para as maiores empresas do Brasil.

10. Marketplace Internacional (CBT)

- Prospecção de novos sellers na Asia para vender produtos diretamente em nossa Plataforma e praticar drop-shipping, priorizando a segurança e boa experiencia para o cliente.

Retomada da expansão



120 lojas

Foco da Expansão no Norte e Nordeste

Otimização do portfólio de lojas

Logística da Última Milha

Mega loja



- De um modelo de varejo transacional para modelo relacional
- Aumento de sortimento, amplitude de categorias e maior frequência serão ferramentas importantes para aumento do lifetime value do cliente (LTV)
- Estratégia privilegiou vendas de 1P, mas daqui para frente visa crescer no 3P com aumento de SKUs e número de sellers
- Estratégias para decolar o Marketplace incluem amplitude de categorias, conformidade dos sellers (origem do produto), capilaridade da oferta, controle pós-venda, criação de estrutura dedicada ao Marketplace, visão financeira integrada e inclusão de meta de GMV do Marketplace para o painel de bônus.

Gerar Valor

- Evolução da plataforma
- Via Ads
- Clube de prêmios
- Clube de vantagens
- Consultor virtual por I.A.
- Universidade Marketplace
- Crédito banQi para os sellers
- Pós-venda 1P no 3P
- B2B do 1P no 3P
- Marketplace Internacional (CBT)

Destruir Valor

Vantagens competitivas que só a Via tem com relação a:

- 1. Base de clientes,
- 2. Marcas,
- 3. Sortimento 1P,
- 4. Infraestrutura logística,
- 5. Omnicanalidade e
- 6. Crediário próprio.

O papel da loja no futuro

- Otimização do portfolio de lojas, fechamento de lojas de baixa produtividade
- Retomada do plano de expansão de lojas com abertura de 120 novas lojas em 2020, foco nas regiões norte e nordeste
- Nova mega loja em São Paulo: nova experiência para o cliente, experimentação
- Oferta de 3P nas lojas
- Lojas servindo de mini-hubs e apoio para logística de última milha



SOLUÇÕES FINANCEIRAS VIA

ANDRÉ CALABRO

Nossos Clientes

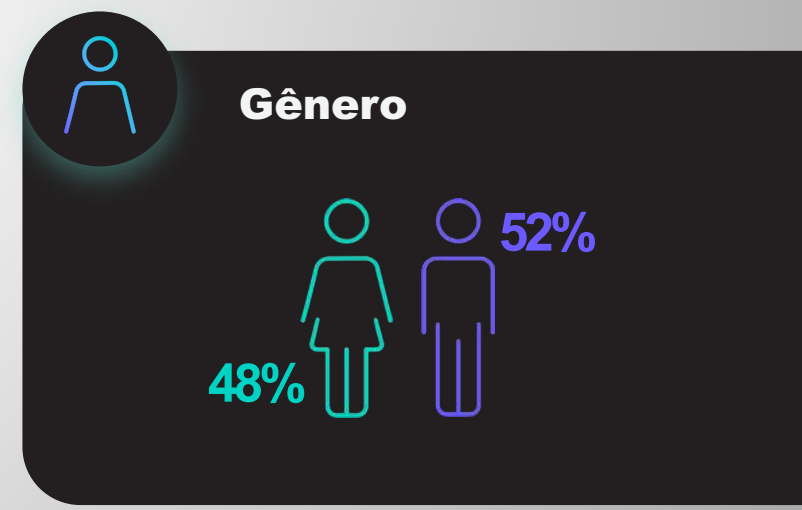
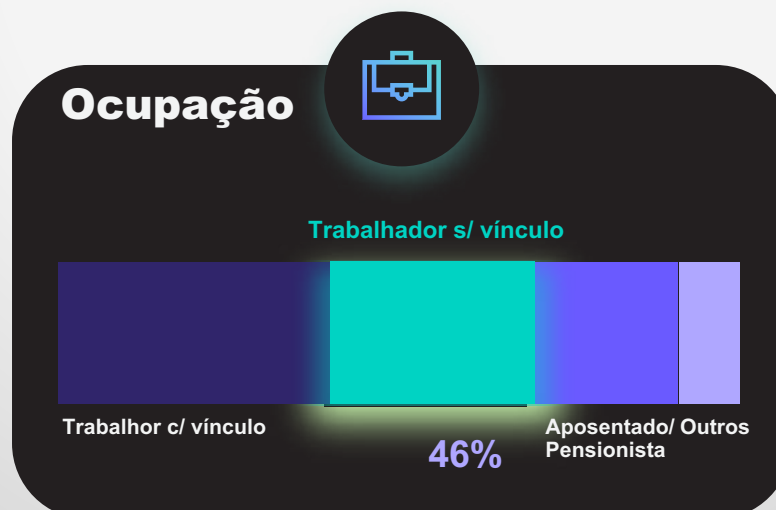
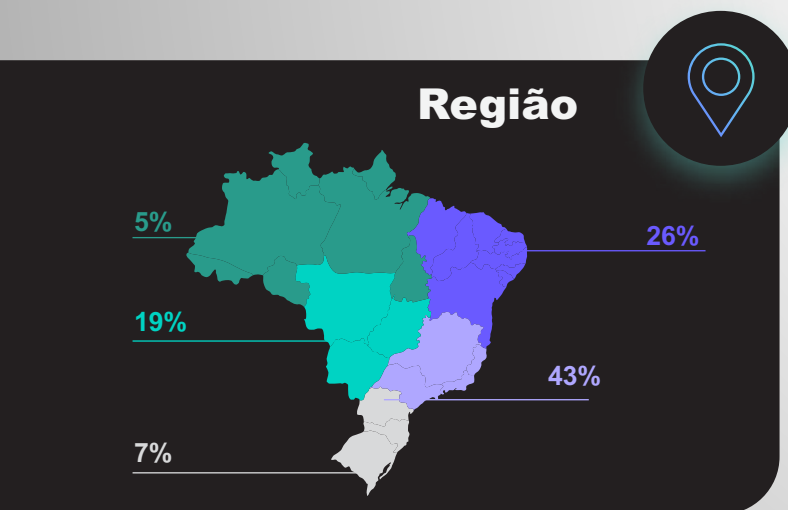
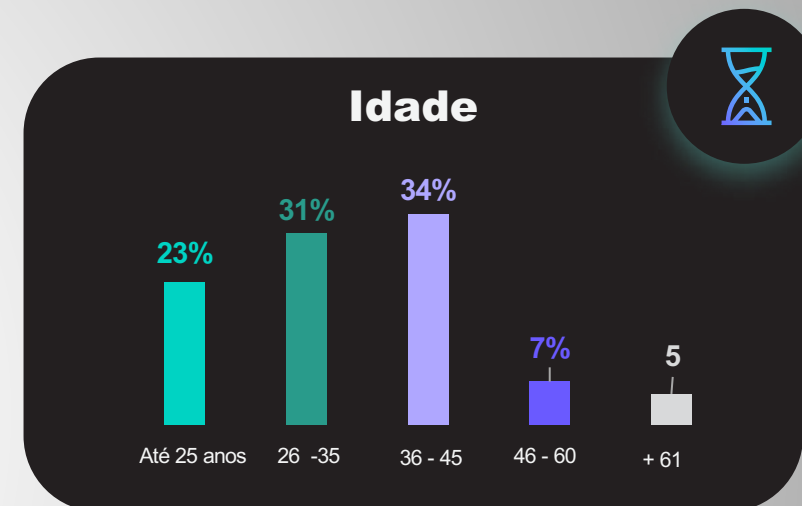
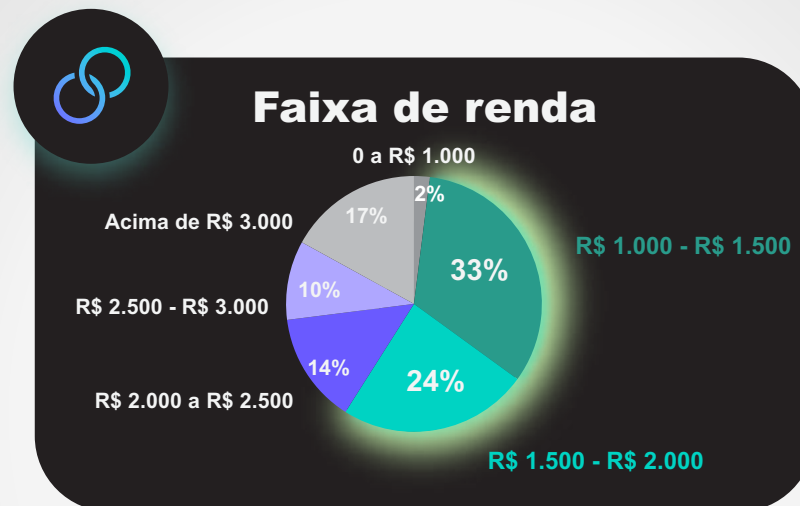
São o retrato do Brasil



Nossos clientes | Perfil demográfico

Somos parte da vida do brasileiro. Com forte participação nas Menores Rendas, Trabalhadores sem Vínculo, Mães de Família, todas Idades e Regiões do País.

Nossa missão é dar acesso financeiro e digital aos brasileiros.



**Já somos
uma plataforma
muito competitiva**



15.000.000

de clientes

**+2.5
milhões**

em cartões co-branded

**11
milhões**

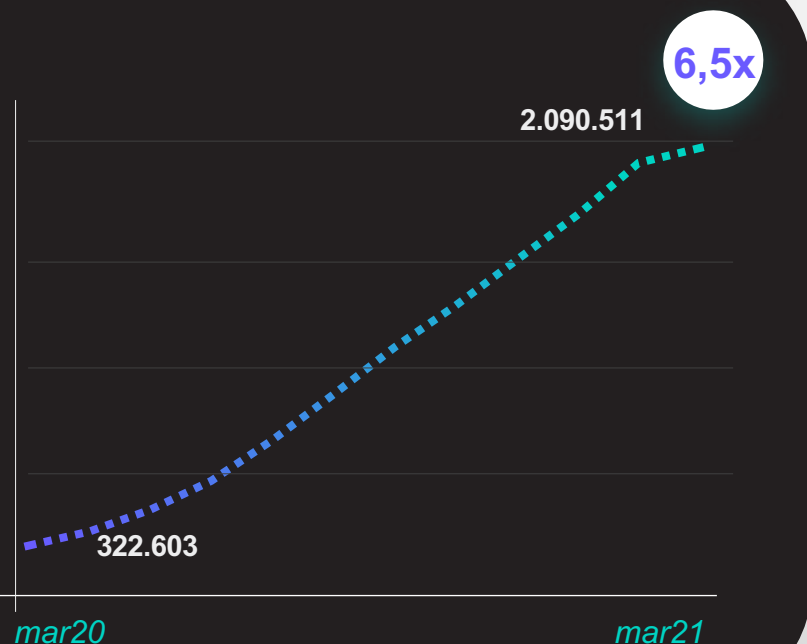
no Crediário

**2
milhões
banQi**

Evolução banQi

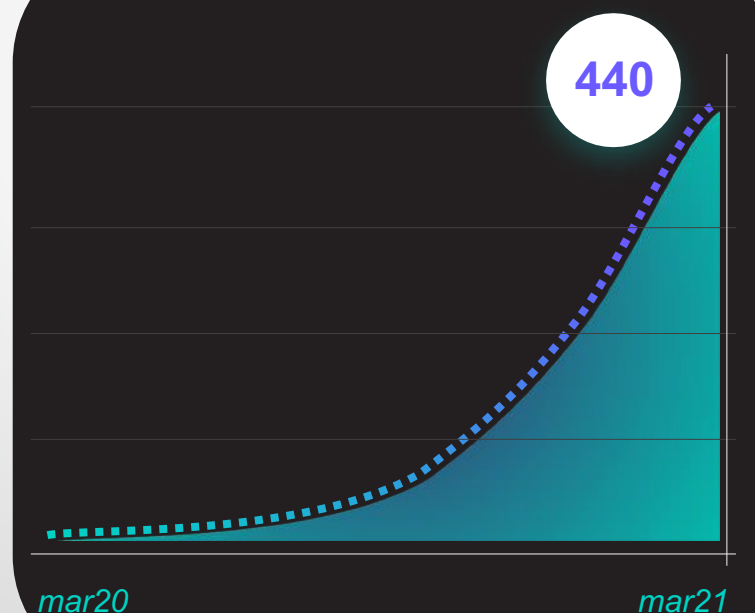
- Forte Crescimento em 12 meses
- Conta Digital Completa e Gratuita
- **Lançamento da jornada de Crédito com Empréstimo Pessoal, Crediário, Conta PJ e Cartão Crédito**
- **Super App completo, com benefícios para o Cliente banQi e Casas Bahia**

Abertura De Contas



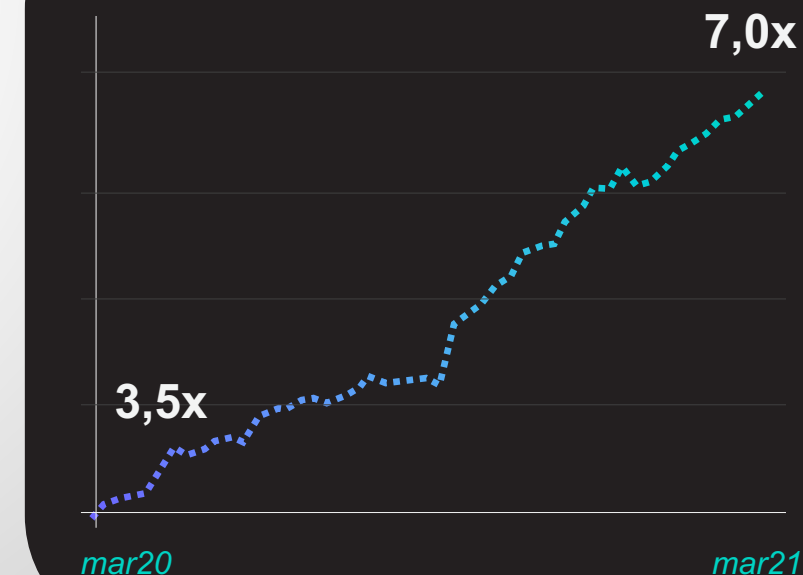
Evolução TPV

R\$ Milhões



Recorrência

últimos 90 dias



O Maior Crediário do Brasil

+ 14MM clientes pré aprovados

- 500 mil Clientes Novos por mês
- 42% dos Carnês emitidos SEM PAPEL integrados no banQi.
- + 25% dos pagamentos realizados de forma Digital (13% banQi e 12% Portal Renegociação)



30% Vendas
Mercantis



+ 750MM
Produção/Mês



Ofertas
Personalizadas



+ 2MM Carnês
Paperless banQi

+ 25MM clientes no Digital

- Solução disponível em Mar Aberto
- Disponível nas plataformas Online Casas Bahia e banQi
- Plataforma Credit as a Service Via



+ 300MM
Produzidos



Expansão além
de Lojas Físicas



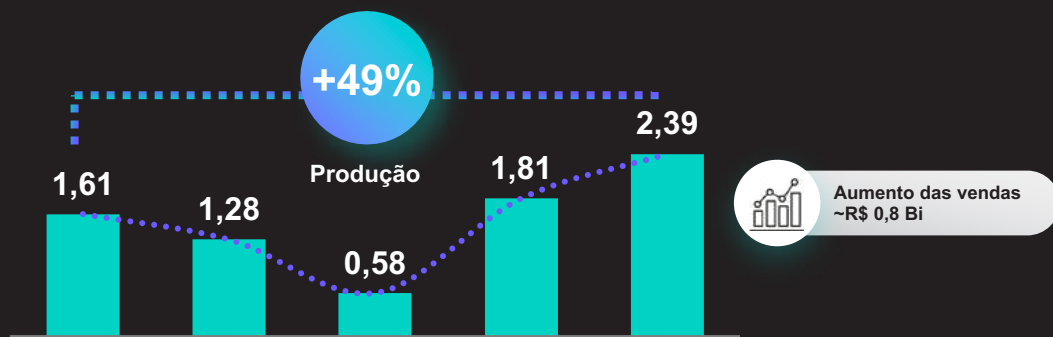
Inclusão Digital
e Financeira



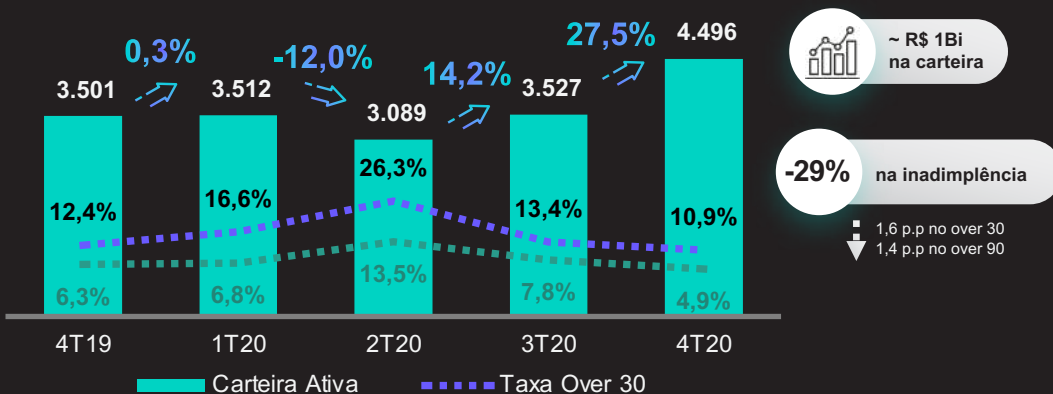
Fidelização dos
Sellers

Maior Crediário do Brasil

Crescimento da produção e inadimplência controlada

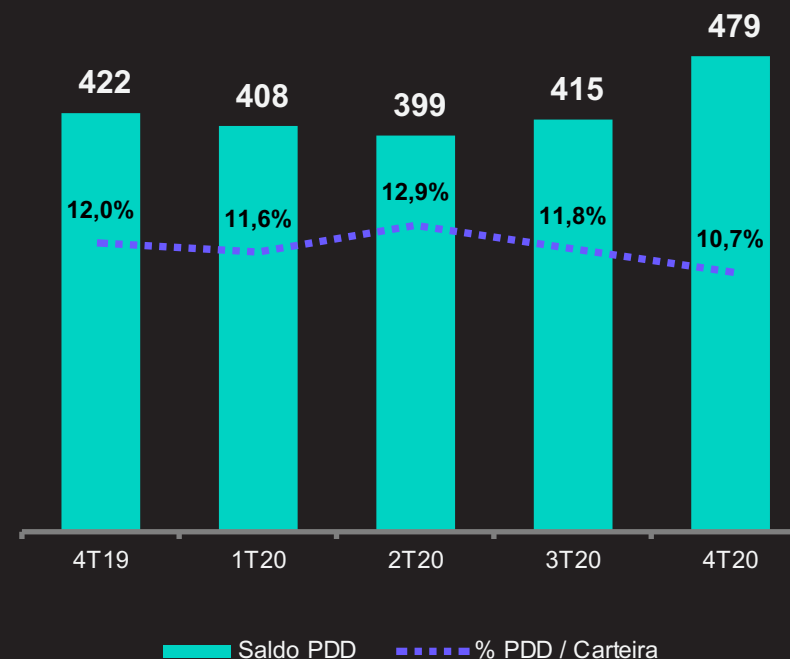


Evolução da carteira Ativa de Crédito



PDD

Taxa de cobertura sobre a carteira do Crediário em patamar abaixo que o período pré-pandemia, decorrente da melhor concessão de Crédito e eficiência da Cobrança.





Cartão Co-branded

1,5 Bilhão

TPV Mensal

2,5 milhões
de clientes



Rede Celer

1 Bilhão

TPV LTM 12 meses

Uma iniciativa que nasce no varejo

e se transforma na MAIOR PLATAFORMA de Soluções financeiras do mercado

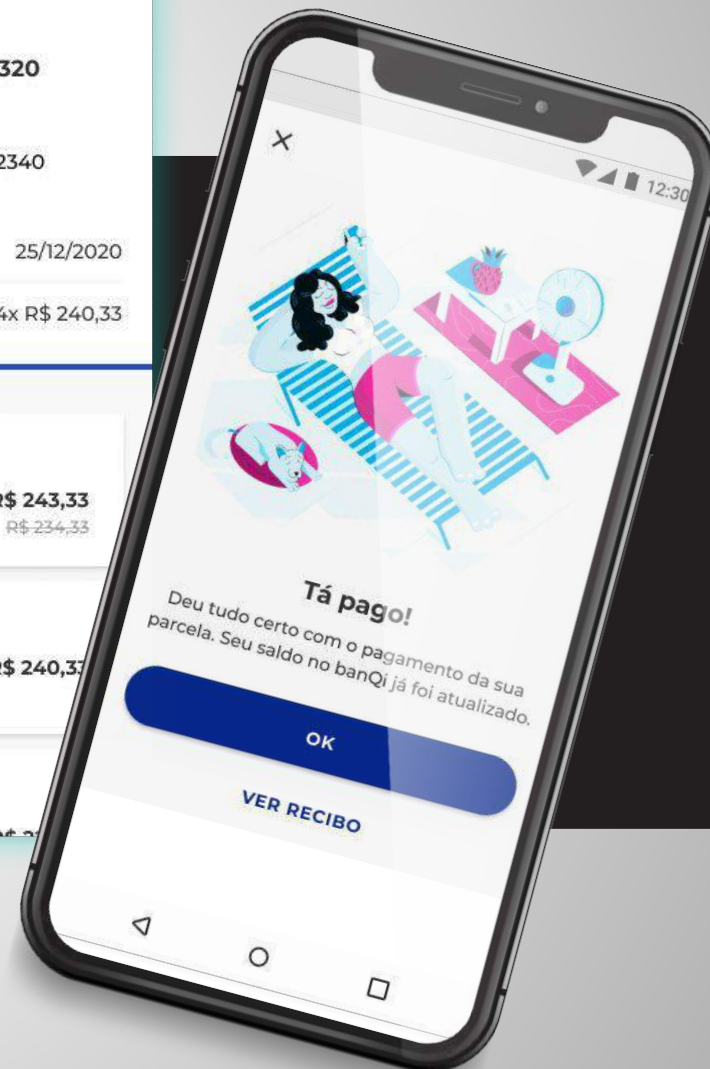
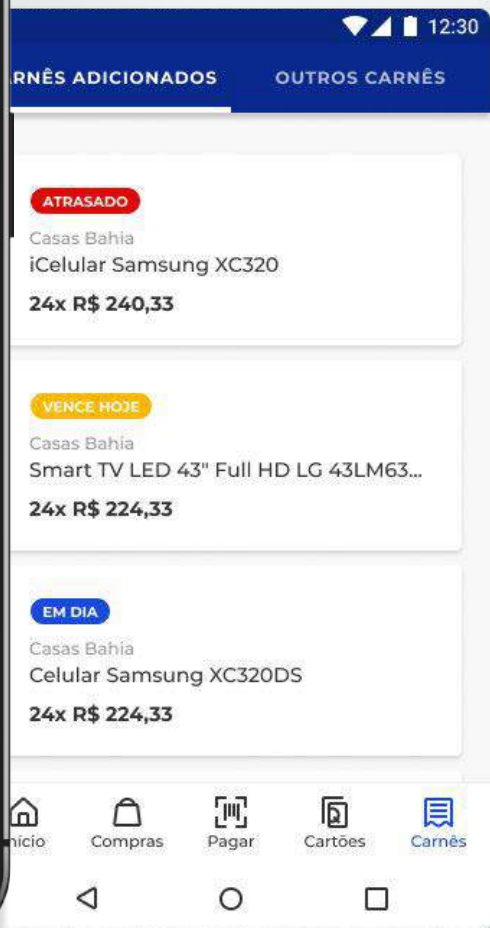
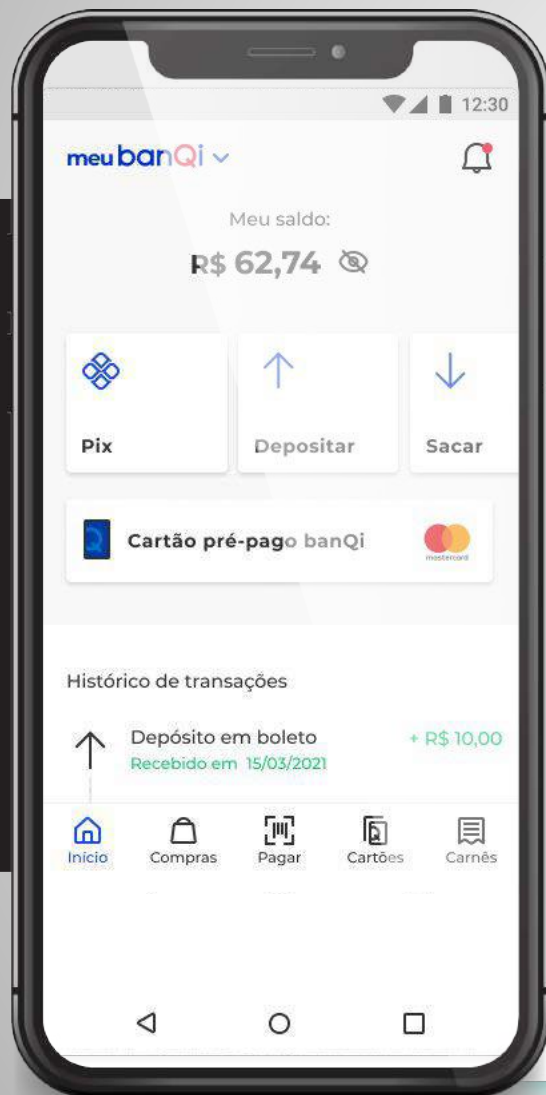
Financiamento direto de produtos ligados ao varejo físico, online e mktplace para pessoas físicas, pequenos Negócios e sellers”

Ofertas de Serviços Financeiros e Não Financeiros para Indivíduos, Empreendedores e Sellers”

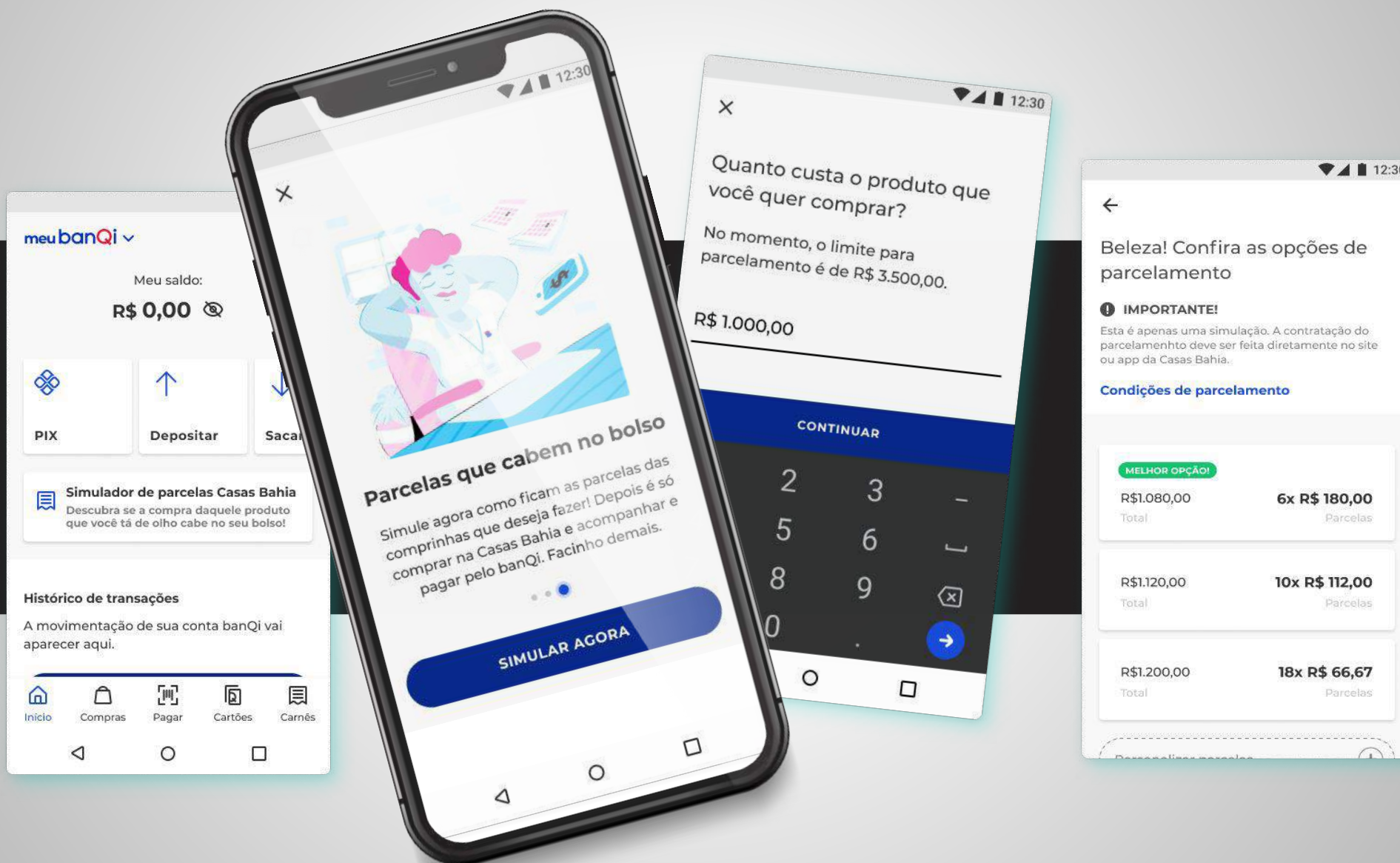
Processamento de pagamentos para plataformas online / offline e provedores de serviços individuais



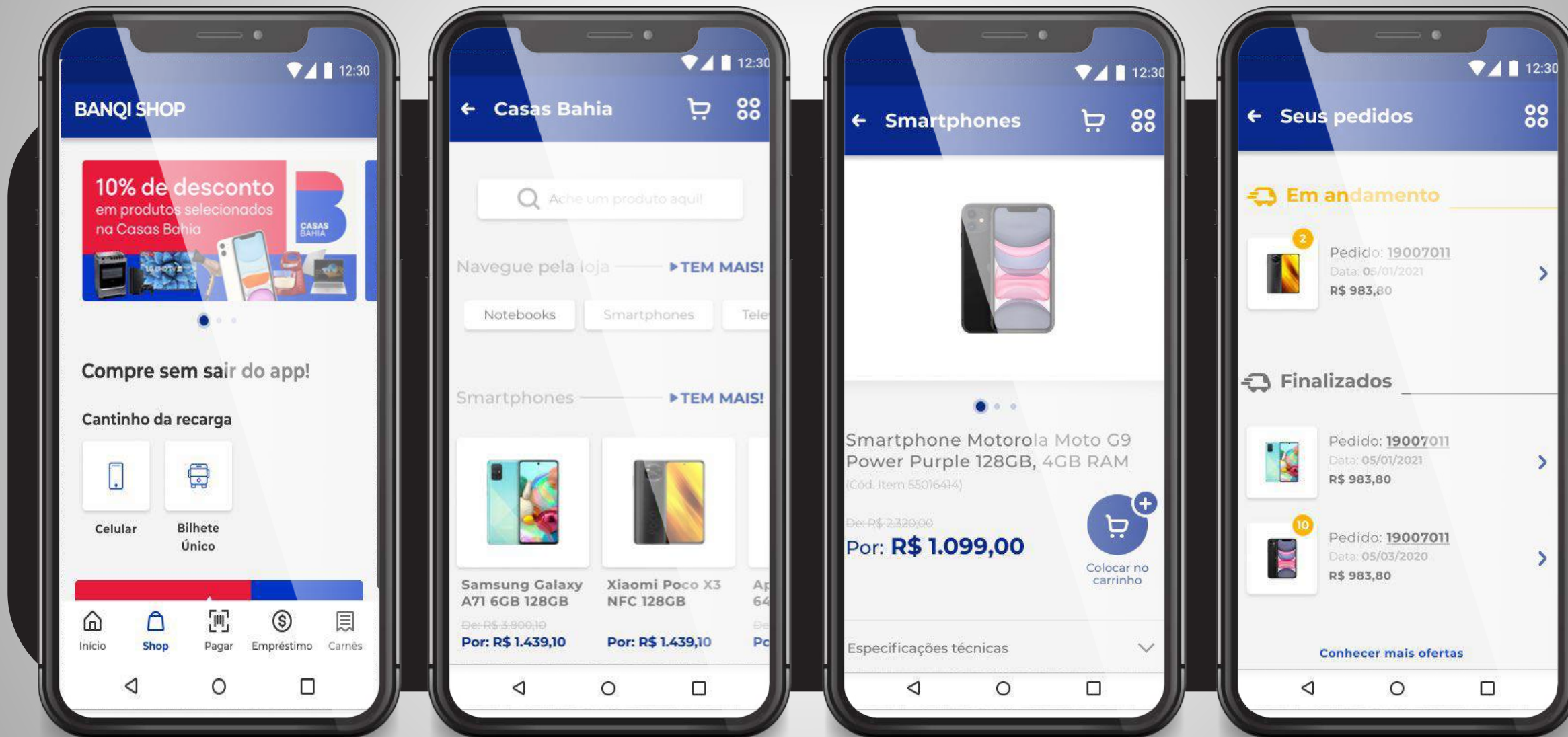
Telas pagamento de parcela



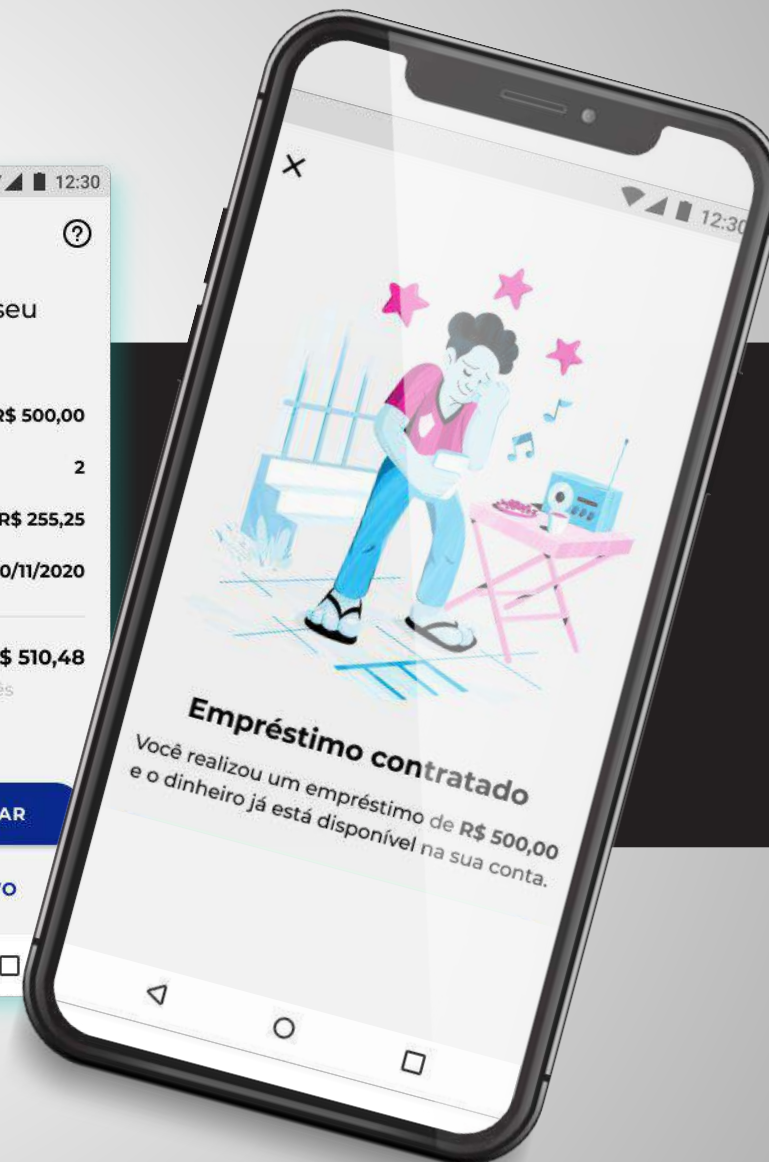
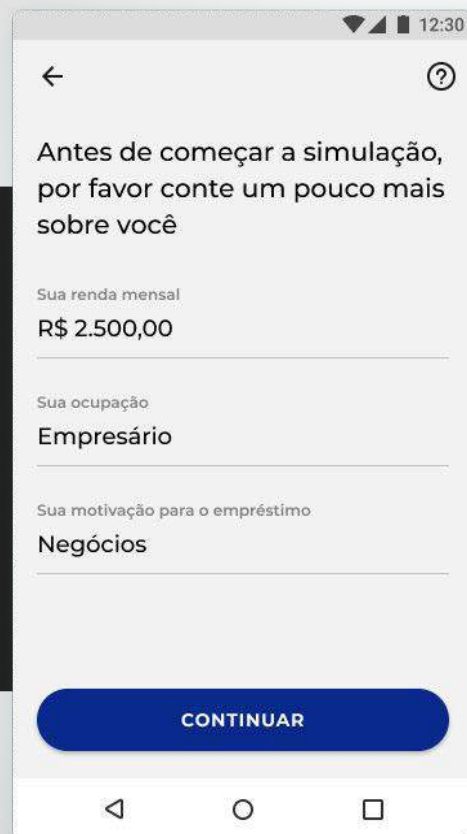
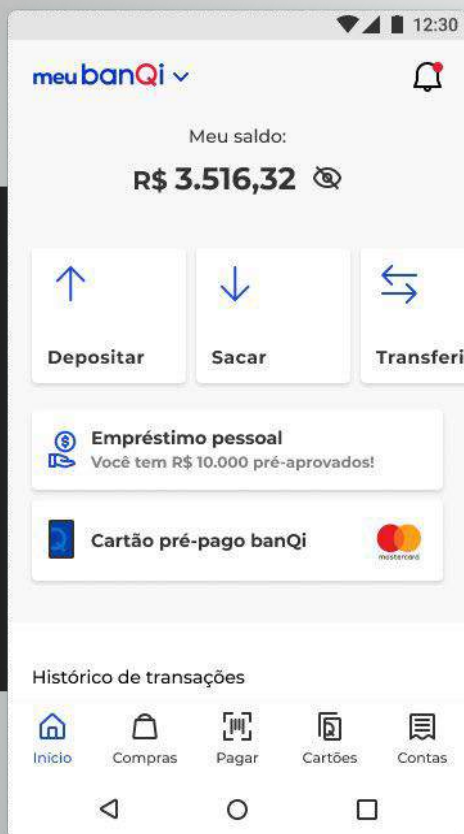
Telas simulação CDC



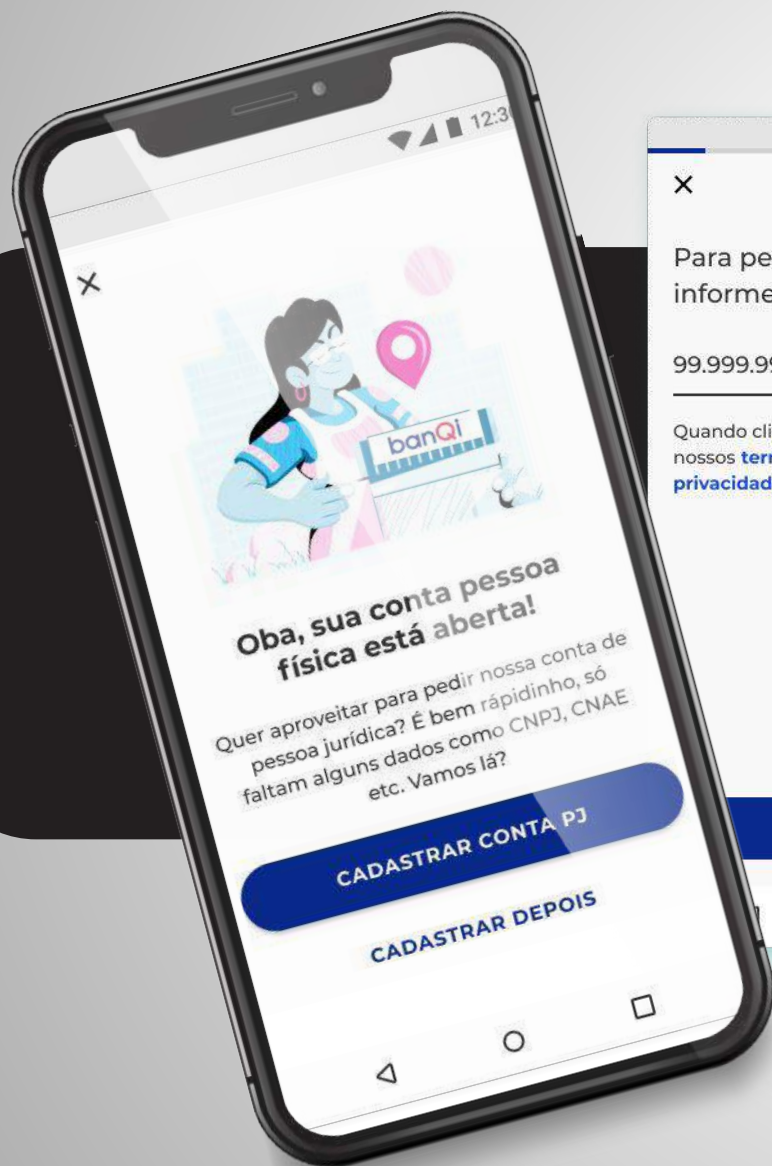
Telas marketplace + CDC



Telas empréstimo



Telas conta PJ



Addressable market

MERCADO BRASIL • TARGET



105MM pessoas
com + 1 salário



43% sem
conta bancária



Somente 33% com
acesso ao Crédito



~R\$486 BILHÕES

EM TPV – 5 ANOS

Retrato do Brasil

Grande % de Clientes não Bancarizados



A população brasileira de baixa renda ainda é carente de serviços financeiros e possui demanda por crédito, que quando atendida, ocorre de maneira informal.

Plataforma de Soluções Financeiras

Oferta de valor | Nosso propósito

**Democratizar as
soluções financeiras
garantindo mais
autonomia,
possibilidades e
controle para os
brasileiros.**

Promover a inclusão no Brasil por meio de ofertas adequadas de serviços financeiros, com tecnologia intuitiva, transparência e informação precisa aos clientes.

Uma plataforma de reconhecimento, de capacitação e educação, de concessão de crédito e de suporte ao consumo

Evolução da plataforma

Escalada

de crediário e crescimento da base de clientes banQi

2020

- Crediário FORTE nas lojas
- Lançamento de crediário digital
- Plataforma de cobrança digital
- Conta digital completa (pagamento de contas, boletos, transferências, cartão pré-pago, saques e depósitos em lojas, PIX e QRCode).
- Recarga celular, bilhete único, vale presentes
- Gestão de carnês CB.
- saque ATM 24h.

2021

- Empréstimo pessoal
- Cartão de crédito
- Crediário banQi
- Crediário para 3P
- Linhas Crédito PJ
- SCD
- banQi Shop
- Rewards
- Captura de sellers

Múltiplas ofertas de crédito, conveniência e aquisição

2022

- Open Platform Credito
- Finanças Pessoais
- Bureau de Credito
- Open Banking

Plataforma conectada em todo Ecossistema Via e além...

2023





INVESTOR DAY
2021

LOGÍSTICA VIA

FERNANDO GASPARINI

Envvias impulsionando logística para 3P

Força no 1P estendida pra servir o marketplace com
suíte de serviços Envvias



Envvias

+50%

dos sellers já
utilizando a
plataforma

Serviços para os sellers
ou parceiros mar aberto

FULFILLMENT

nos nossos CDs.

Novo CD no

3T21 em Extrema/MG.

Vamos operar também
produtos pesados

3P dentro da
nossa malha;

Lojas Hub de 1P, vão
funcionar também
como hub pro 3P

MARKETPLACE,

tanto na entrega como na
coleta e na reversa.

Uso Intensivo de Tecnologia na Logística

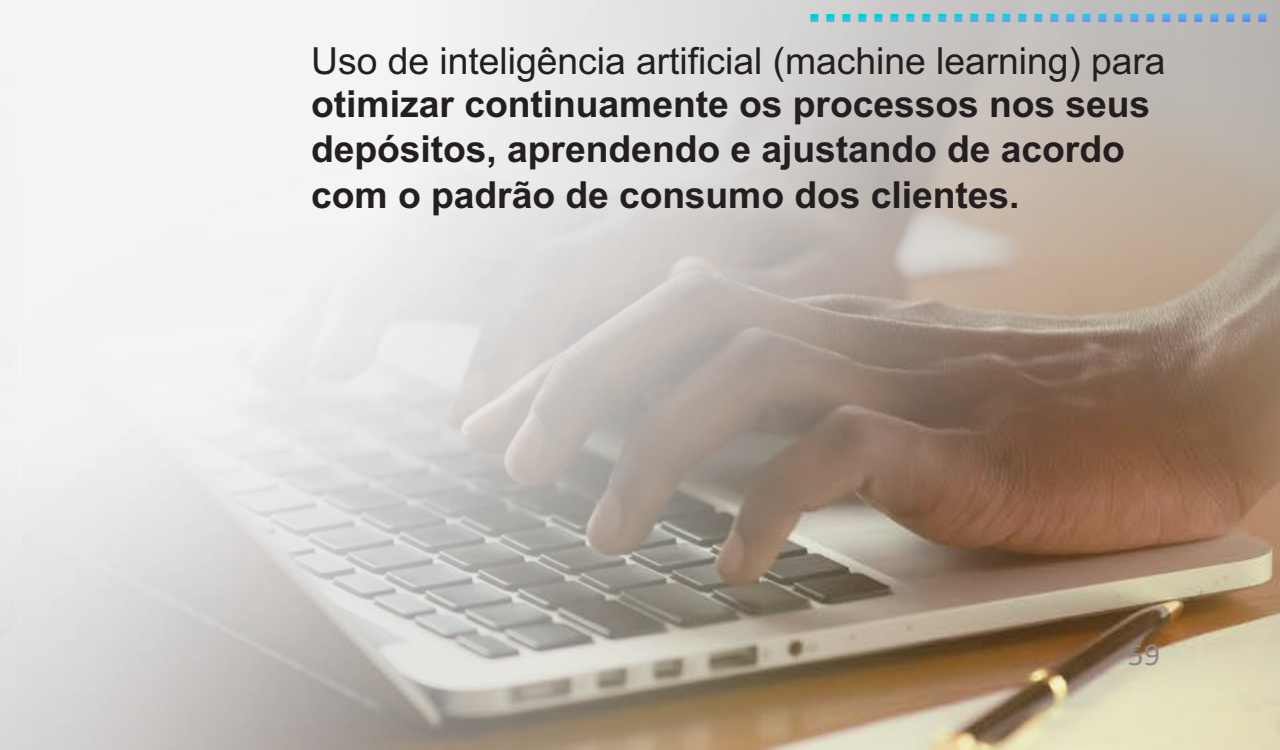
E não dá para imaginar novos caminhos na logística sem **intensidade tecnológica**.

Para nós, logística é muito mais que o físico. É o digital suportando a operação, com total **integração sistêmica**.

São mais de **200 profissionais** de tecnologia dedicados exclusivamente à logística.

WMS implantado na Via em versão nuvem (cloud) e com atualizações remotas constantes (versionless)

Uso de inteligência artificial (machine learning) para **otimizar continuamente os processos nos seus depósitos, aprendendo e ajustando de acordo com o padrão de consumo dos clientes**.



+ de 300 mil entregadores

Maior operadora de última milha (last mile) da Via com quase 300 mil entregadores parceiros cadastrados.

Em abril introduzimos veículos elétricos nas entregas de última milha, fortalecendo o nosso compromisso com o meio ambiente e melhores práticas de sustentabilidade

Novidades em 2021

ASAPLog vai se transformar em um *gateway* de fretes, reforçando compromisso com a eficiência operacional e de custos.

E a partir deste mês estamos aptos para fast-food delivery.



O que vem por aí...

ENTREGA EM HORAS, SAME-DAY-DELIVERY, AGENDAMENTO, FULLFILMENT, C2C...

No 2S21, nossa tecnologia e logística vão oferecer o serviço da entrega em horas.

Iniciaremos a operação de **fulfillment**.

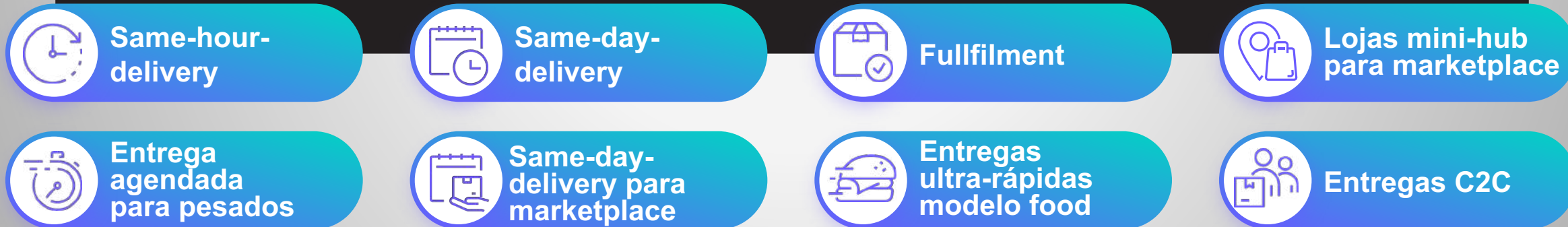
Disponibilizaremos nossas lojas na malha de entregas e logística reversa pra sellers e pro mar aberto.

Pesados: ofereceremos também a opção de entrega agendada pra pesados.

Same-day-delivery também se estenderá aos sellers de marketplace.

Também ofereceremos na nossa plataforma a capacidade de entregas ultra-rápidas no modelo food.

No 2S21 teremos em operação a plataforma de entregas **C2C**, onde o consumidor pode contratar nossos serviços de transporte, seja de pesados ou de leves, pra doar, transportar ou descartar adequadamente um produto.



Snapshot Logística

Via

ASAP_{LOG}
PLATAFORMA LOGÍSTICA DA VIA

se destaca como um dos maiores operadores logísticos do país
300 mil entregadores

Malha Via

100% das cidades com entrega

Retira Rápido e HUB logístico

Leve e/ou Pesado

100% das nossas lojas com retira em 2 horas

até **15%**

das vendas são **Same-Day-Delivery** onde temos lojas e CDs
Pedidos aprovados até as 12 horas

02

Entregas por segundo

50%

dos sellers estão na **Plataforma Envvias**

Precisão Geral

nas entregas no prazo:

98% > 30 kgs

99% < 30 kgs

45%

dos Produtos Entregues tem + de **30kg**

+42% dos pedidos são entregues em **24h**

e +65% em 48h

Somos uma plataforma **logística** cada vez mais aberta ao mercado

2,6 MM m2
4 mil veículos
Inclusive elétricos



TECNOLOGIA VIA

HELISSON LEMOS



Evoluindo 5 anos em 2

DE

Varejo Transacional

Time Tec 900
colaboradores

Monolítica

Ciclos longos

Dados como suporte
analítico

Varejo Relacional

Time Tec 1.800
colaboradores

Aberta, Cloud, inovação contínua

Ciclos mais curtos

Dados no Core da estratégia,
gerando interações
individualizadas em tempo real

PARA

As maiores Black Friday do Brasil



2019

Os bastidores do dia em que a Via Varejo faturou R\$ 1,1 bilhão



2019

2020

Via Varejo bate recorde e vende R\$ 3 bilhões na Black Friday, puxada por e-commerce



Moderninha: vendas online sustentaram desempenho de Via Varejo nesta Black Friday (Imagem: Divulgação/Via Varejo)

A **Via Varejo (VVAR3)** encerrou o ano de 2020 com vendas de R\$ 3 bilhões. O resultado é o novo recorde da companhia, superando a marca anterior, de R\$ 2,2 bilhões, registrada no ano passado.

O desempenho refere-se à semana de 22 a 28 de novembro. Com a pandemia de **coronavírus** ainda assombrando o Brasil, as plataformas digitais tiveram papel fundamental para o desempenho da Via Varejo na Black Friday deste ano.

De acordo com a dona da **Casas Bahia** e do **Ponto Frio**, as vendas online cresceram 99% e responderam, assim, por 62,4% das vendas do período. O aplicativo "Me Chama no Zap", sozinho, representou 18% das vendas online. A opção de comprar pela internet e retirar o produto na loja também cresceu significativamente (142%).

Aceleração digital



CANAL DIGITAL

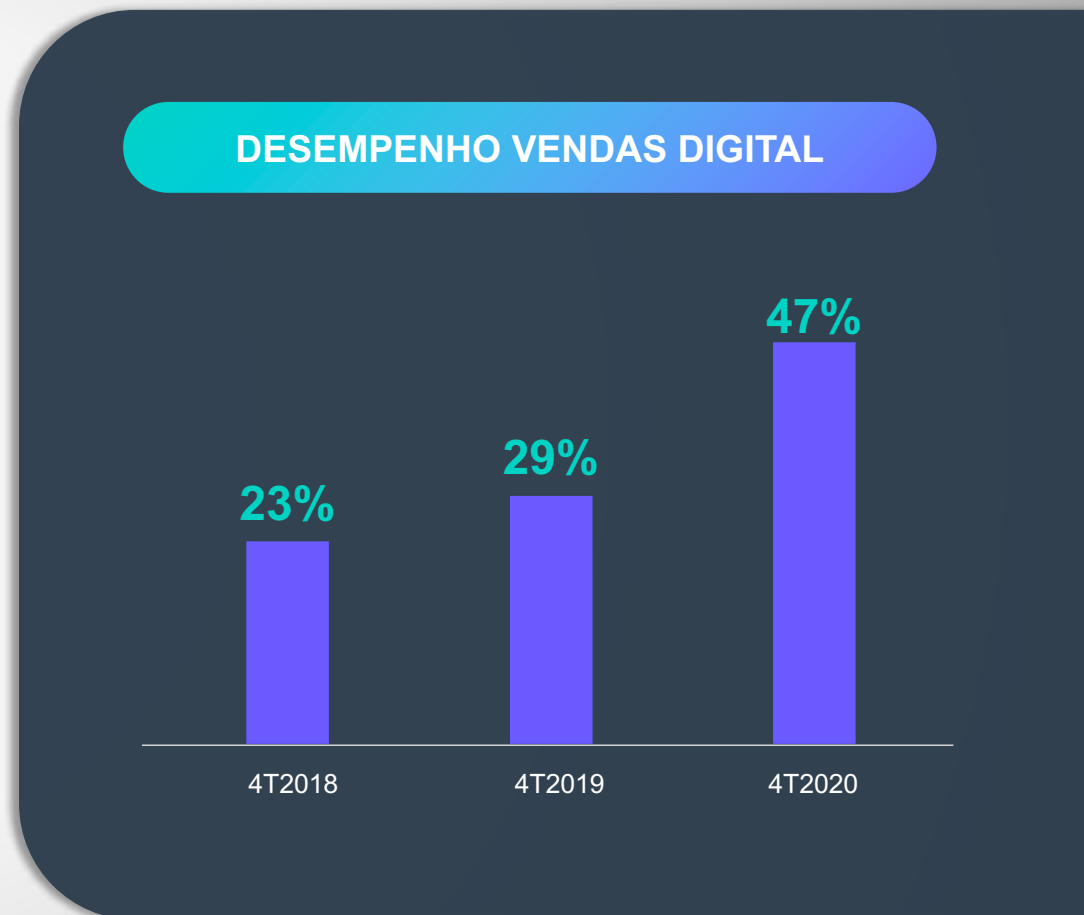
CANAIS DIGITAIS

1P +174% para R\$ 12,8 bilhões em 2020

3P +90% para R\$ 3,2 bilhões em 2020

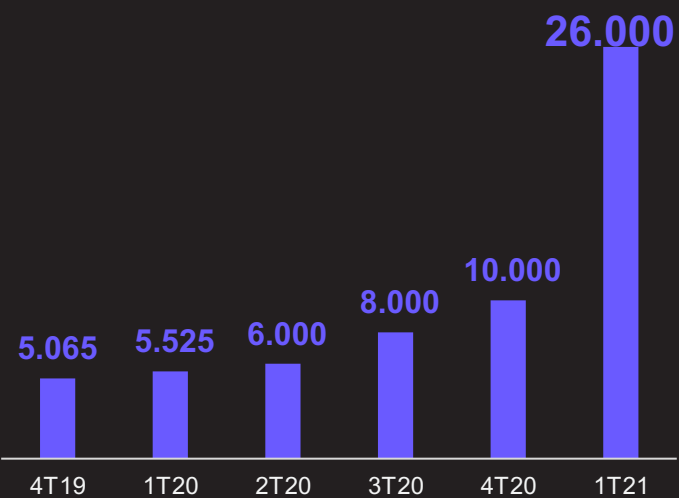
R\$ 38,8 Bi

Logos displayed: CASAS BAHIA, CHAMA ZAP, banQi, pontofrio, extra.



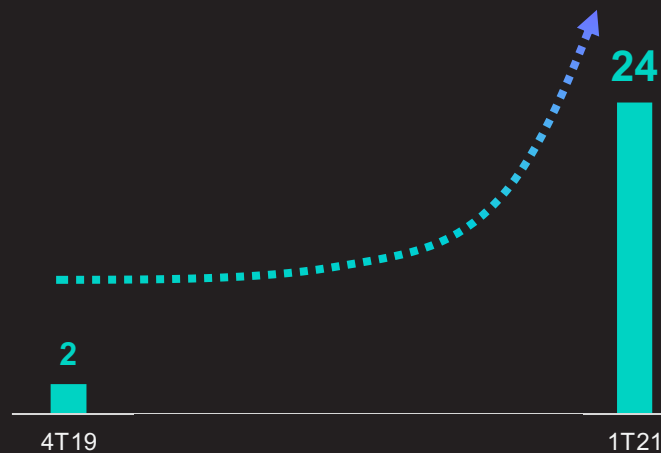
A arrancada do Marketplace

Evolução # de sellers



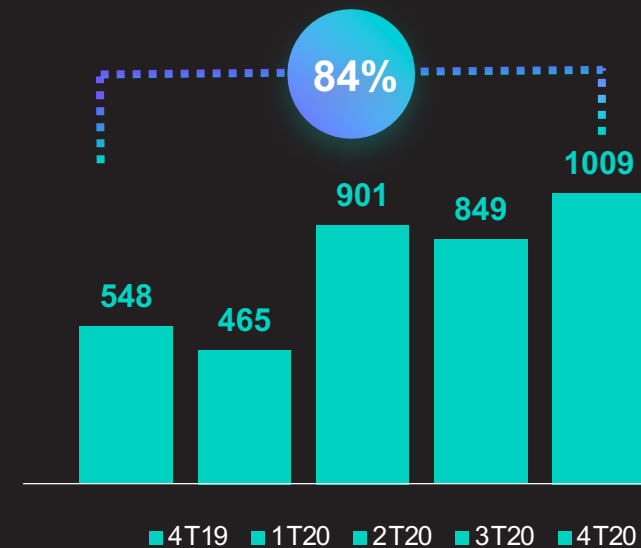
Evolução SKUs

(Milhões)



Evolução GMV 3P

(R\$ Milhões)



O ressignificado do omnicanal



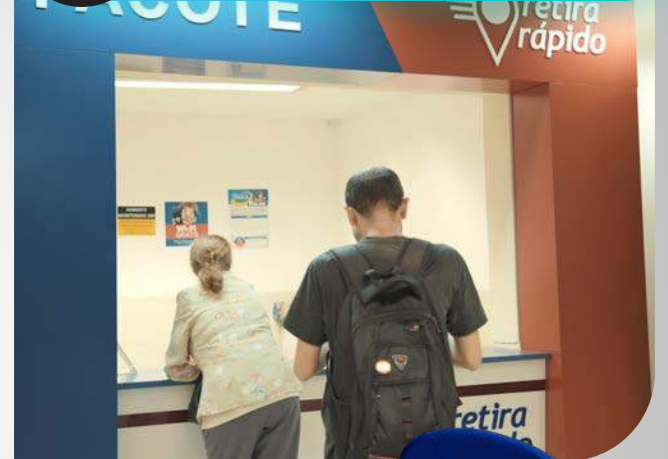
Via + Mobile



Mini-Hubs



Retira Rápido



Vendedor Online



ASAP Log

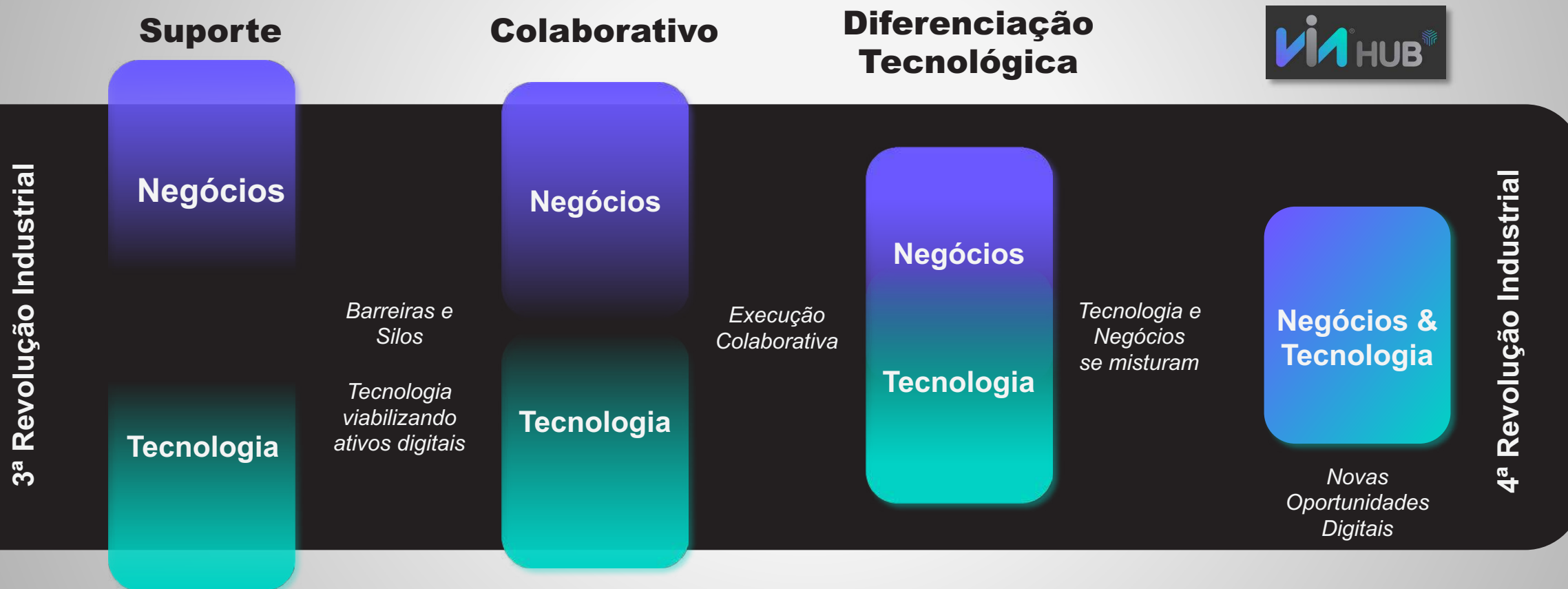


banQi



Negócios e Tecnologia

Agora, uma coisa só!





Via Techies

1.800 colaboradores
+ 600 a contratar
4 Centros de desenvolvimento no Brasil e 1 nos EUA

I9XP

+150 profissionais puro sangue e-commerce.
Novo CTO Edson Tavares

+300 Projetos executados simultaneamente

21 jornadas
57 tribos
180 squads

Principais entregas 2021



+
Conversão
APP



Melhor
marketing
online e CRM



Same-day
Delivery



Ampliação
CDC Online



Evoluções na
plataforma de
Marketplace

E muito mais!

DATA INTELLIGENCE

NA VEIA



INOVAÇÃO & NOVOS NEGÓCIOS VIA

HELISSON LEMOS

Cases de Sucesso



+ de 300 mil entregadores

Maior operadora de last mile da Via com quase 300 mil entregadores parceiros cadastrados.

Novidades em 2021

ASAPLog vai se transformar em um *gateway* de fretes, reforçando compromisso com a eficiência operacional e de custos.



2,0 MM
de clientes



R\$ 2,3BI
em carteira



VIA HUB

Expansão orgânica com desenvolvimento interno entre os times Tec e Negócios para criar soluções mais próximas ao core business.



M & A

É a expansão inorgânica com foco em soluções externas para encurtar caminhos. Foco hoje está em Tecnologia e Capital Humano.



OPEN INNOVATION

É a expansão híbrida, porque aproxima times internos do universo de inovação aberta.

DISTAITO

Maior Hub de inovação da América Latina colaborando com a cultura de inovação da Via, além de **mapear oportunidades de investimentos**.



CVC DA VIA *Powered by*
DISTRITO

R\$ 200.000.000

EM ATÉ 5 ANOS

FINTECH

RETAILTECH

LOGTECH

MARTECH



VIA NEXT

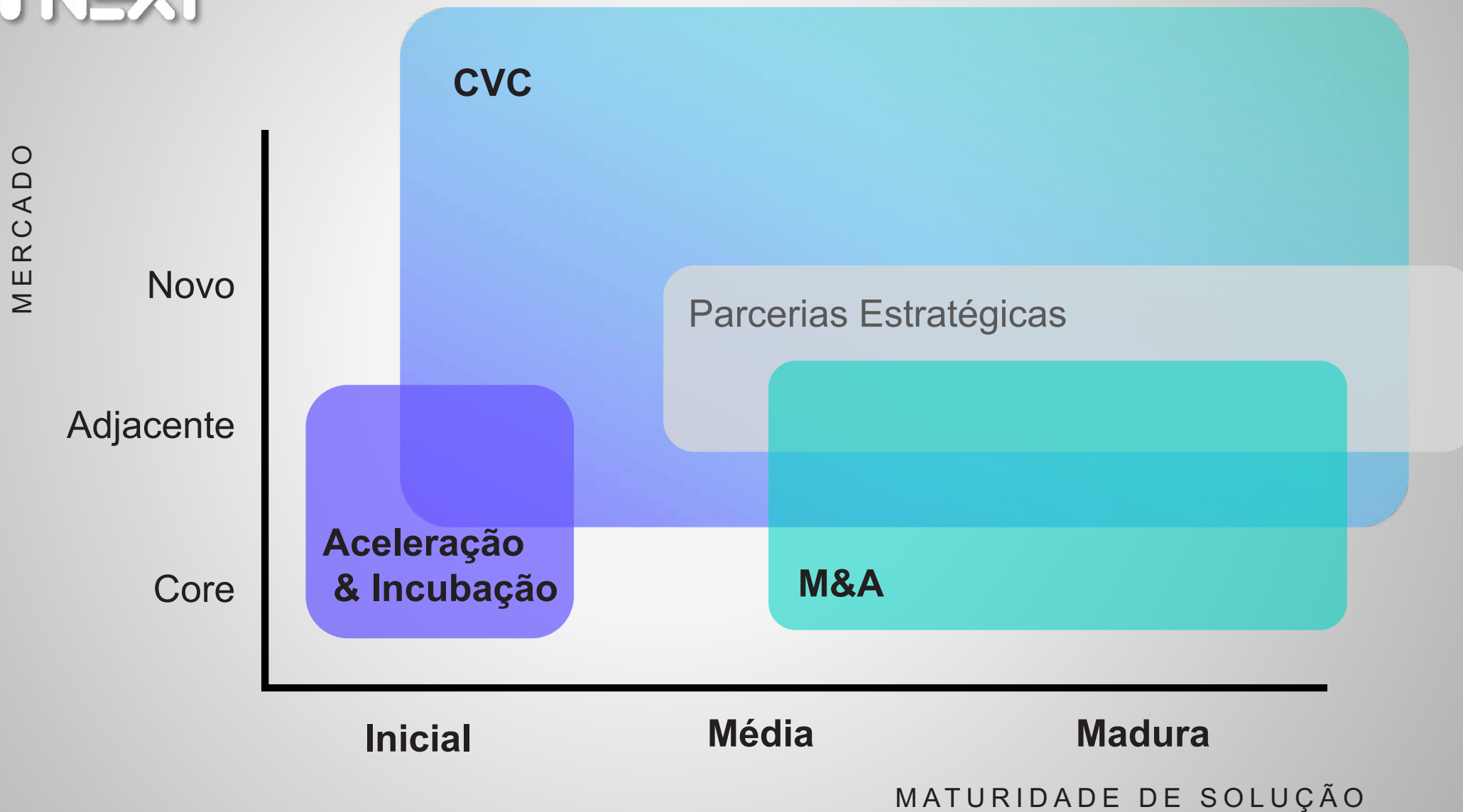
Programa que contempla diversos formatos de inovação aberta e nossos investimentos.

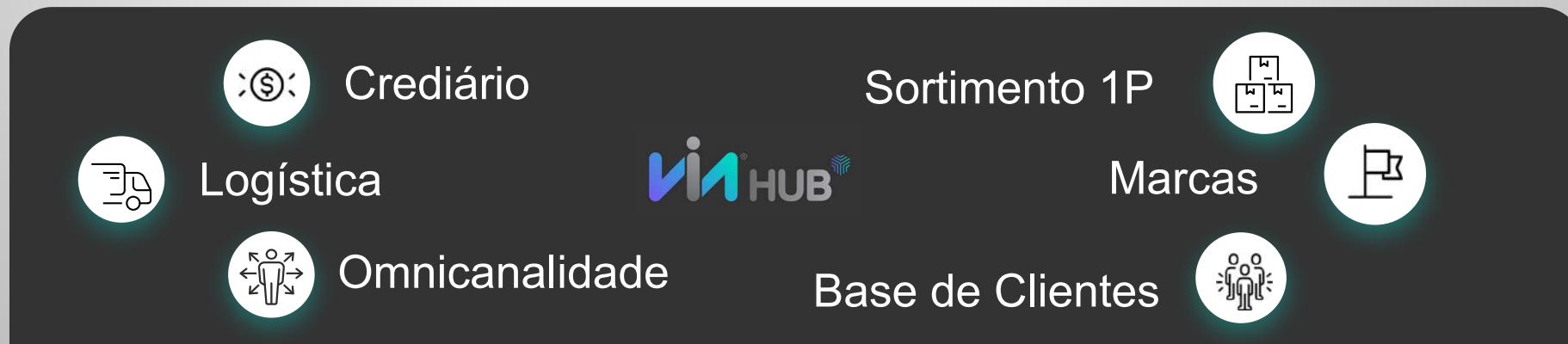
FINTECH

RETAILTECH

LOGTECH

MARTECH







PESSOAS E CULTURA

ROSI BALABRAM



2/3

da liderança
renovada



Pluralidade



Mais de
1.000
novos
especialistas

Valorização – “Prata da casa”

Tem muito valor pra Via

Escola de Liderança

4 pilares



Cultura



Performance



Pessoas



Digital

Ainda em 2021, nossos mais de 3 mil líderes terão passado pelos programas de desenvolvimento.



Programa de trainees nasceu!

25 trainees

entrando na Via nos próximos dias.
Desde a primeira etapa do processo de funil de contratação, nosso programa nasceu com a essência da diversidade e das histórias de vida de cada um.



Censo VIA



54%

negros

51%

mulheres

Em 21 estados brasileiros e DF.

Cultura na Via



**Paixão por
pessoas**



**Simplicidade e
objetividade**



**Inovação
contínua**



**Protagonismo e
colaboração**



**Alta performance e
reconhecimento**



vi
INVESTOR DAY
2021

ESG

ROSI BALABRAM



Conselho de Administração

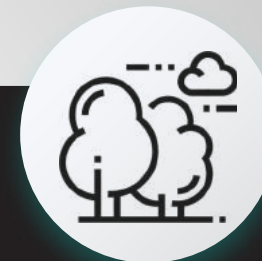
Comitês

Agenda de Governança Corporativa

No ano passado, fizemos toda uma reestruturação da nossa governança:

Remontamos o Conselho de Administração(**),

Estruturamos e estabelecemos diversos Comitês (***) de assessoramento, como o Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance, o Comitê de Pessoas, Inovação e Governança e o Comitê Financeiro.



ESG 2021

Meta de ESG para todos.

Entrada no índice B3.

Além disso, firmamos o nosso compromisso de ESG com duas grandes ações

(*) a partir desse ano: Toda a companhia têm meta de ESG em 2021;

(**) E temos o objetivo de encaminhar nossa entrada no índice de sustentabilidade da B3 ainda esse ano, abrindo caminhos para índices internacionais.

Diversidade



60 anos Fundação Casas Bahia :

411 mil pessoas beneficiadas diretamente

2 mil empreendedoras beneficiadas e 11 mil mulheres capacitadas

Inclusão

46 mil colaboradores treinados

42% de mulheres

45% de negros

Programa de Trainee, Líderes do Futuro e Afinidades

Sustentabilidade

90% de energia renovável até 2025 | Logística reversa

Redução de emissão de CO²



Ampliação da compra de energia de média tensão no mercado livre em 2021.

Usina solar em Minas Gerais, abastecimento de 79 lojas neste estado



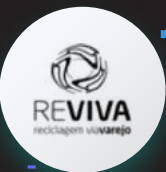
Aquisição da plataforma ENEL X para a gestão de faturas de água e energia.

Ganhos qualitativos em informação, confiabilidade e rastreabilidade dos dados, além de promover eficiência energética e gestão de recurso.



Redução de emissões de gases de efeito estufa

Em 2020 realizamos aquisição da ASAP Log, utilizando modais mais leves. Utilização de veículos elétricos na frota a partir de 2021



+5,2mil

toneladas de resíduos reciclados em 2020



250 famílias

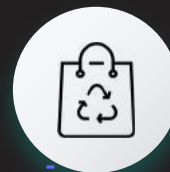
ligadas às 11 cooperativas parceiras.



Logística reversa de eletrônicos nas lojas.

Aumento de 3x nos pontos de coleta de eletroeletrônicos usados

400 pontos de coleta



Recuperação de produtos devolvidos.

Recuperação e revenda de mais de um milhão de produtos e envio de +24 mil peças para o descarte sustentável em 2020

94% índice de recuperação de eletrônicos e eletrodomésticos



VISÃO 2025 VIA

ROBERTO FULCHERBERGUER

CEO

Visão Mercado 2025E*



R\$ 2.6 TRILHÕES
VAREJO TOTAL



R\$ 500 BILHÕES
VAREJO ONLINE



**Penetração
e-commerce**

de **8%** em 2020
para **19%** em
2025



**CAGR
VAREJO TOTAL**

6%
2020-25E




CAGR ONLINE

24%
2020-25E

* Estimativa de crescimento e tamanho do mercado para varejo total e e-commerce com base em diversos relatórios de Research publicados recentemente incluindo Itau BBA de 29/03/2021, Morgan Stanley em 06/04/2021, BTG Pactual em 08/12/2020, Goldman Sachs em 22/03/2021, JP Morgan em 02/03/2021, UBS em 16/03/2021

Evolução do market share online


R\$ 500 BILHÕES
VAREJO ONLINE

2019



2025E


ONLINE
>20%

7.041

Via 2025E

GMV Total 2025E

2/3 ON

1/3 OFF

TPV
R\$440 mm*
2020


Break-even
em 2022E

TPV
20x
2025E

* TPV dos últimos 12 meses

Soluções Financeiras 2025E

Carteira de Crédito **7x**

CDC offline	50%
CDC online	35%
banQi	15%

As estimativas são válidas até sua efetiva concretização ou até a realização de novas análises e/ou revisões pela administração da Companhia que identifiquem valores diversos para as estimativas apresentadas em decorrência de alterações nas premissas utilizadas, observado que a revisão será, no mínimo, anual.

As premissas ora apresentadas são meras estimativas da administração da Companhia, estão sujeitas a riscos e incertezas e de forma alguma constituem promessa de desempenho. Em caso de alteração relevante nestes fatores, as estimativas serão revisadas. As informações sobre as perspectivas dos negócios e estimativas são meras previsões, baseadas nas expectativas atuais da administração em relação ao futuro da Companhia. Estas expectativas dependem das condições do mercado e do cenário econômico brasileiro e dos países em que operamos e dos setores em que atuamos. Qualquer alteração na percepção ou nos fatores acima descritos pode fazer com que os resultados concretos sejam diferentes das estimativas apresentadas.

As Estimativas 2025 têm como premissas o orçamento aprovado pelo conselho para o exercício atual, bem como o plano estratégico para os exercícios sociais posteriores.



INVESTOR DAY

2021

VIA CUSTOMER

Ilca Sierra

VIA MARKETPLACE

Helisson Lemos

VIA FINANCIAL SERVICES

André Calabró

VIA LOGISTICS

Fernando Gasparini

VIA INNOVATION & NEW BUSINESS DEVELOPMENT

Helisson Lemos

VIA PEOPLE & CULTURE

Rosi Balabram

VIA ESG

Amanda Ferreira e Vanessa Romero

VIA 2025

Orivaldo Padilha e Roberto Fulcherberguer



VIA CUSTOMER

ILCA SIERRA

The Great Turnaround to Customer-Centricity



Unlocking growth



Enhancing
active
customer base



Expanding
loyalty,
anchored in
LTV growth



Continued
buying
experience



Via's Customer Base

97,000,000

Customer centric

A new customer-centric mindset

Data driven

30+

metrics employed for CX

- **NPS** and active customer base as corporate goals



Customer Centric

Change of level



Modern techniques to capture data



NPS
11p.p
Relevant management tool



Increase in the number of journeys

Allowing to map several customer situations and precisely act where and how we want



Set up of new Customer committee

To act in the physical store, at the regional branch level and with greater detail as needed.

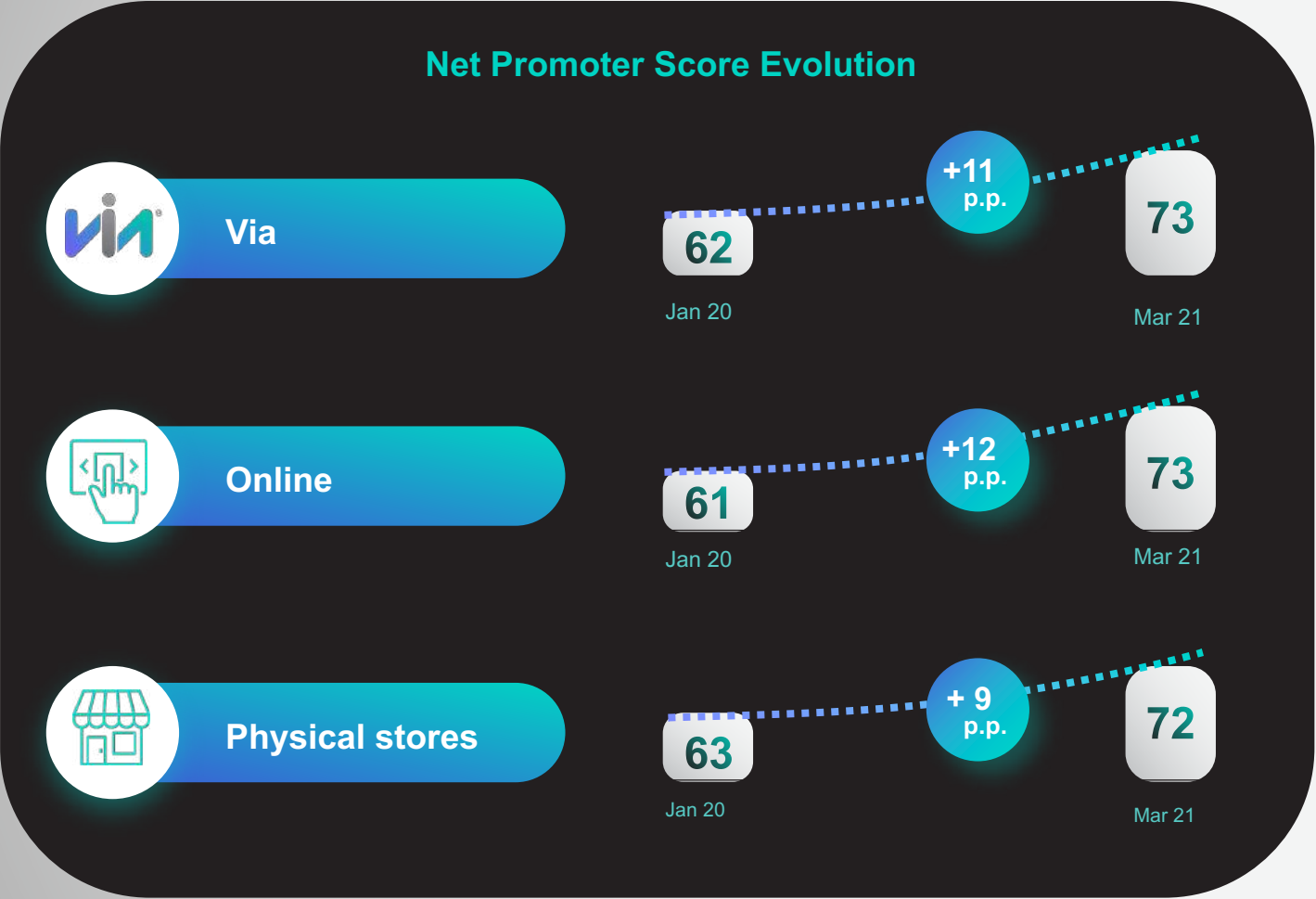


First Call resolution
Improvement of
+20p.p.



What's up participating with
65% and operating 24x7/week

Great evolution of customer experience



Restructuring the team

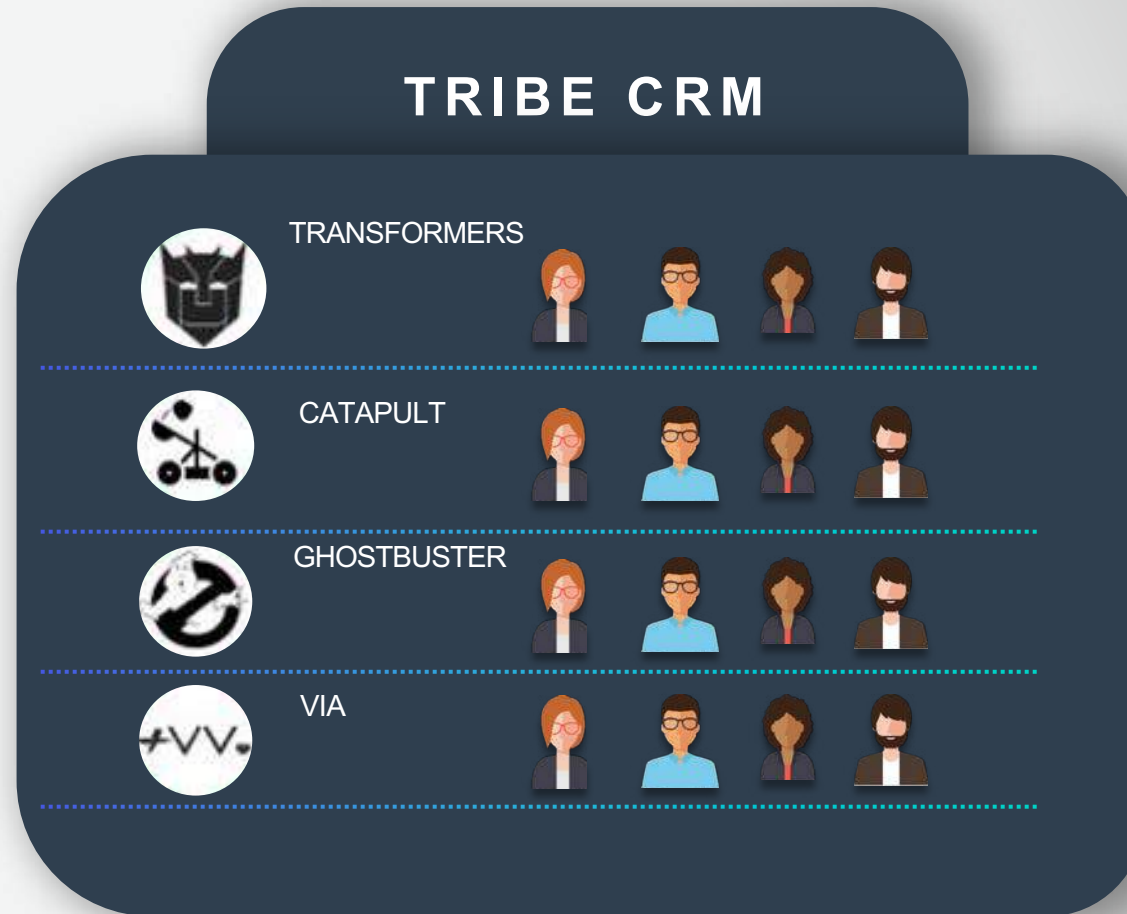
Delivering solid results

+ 70% in conversion rate of proprietary channels

Call me on ZAP

CAC Reduction

Continual improvement in conversion indicators



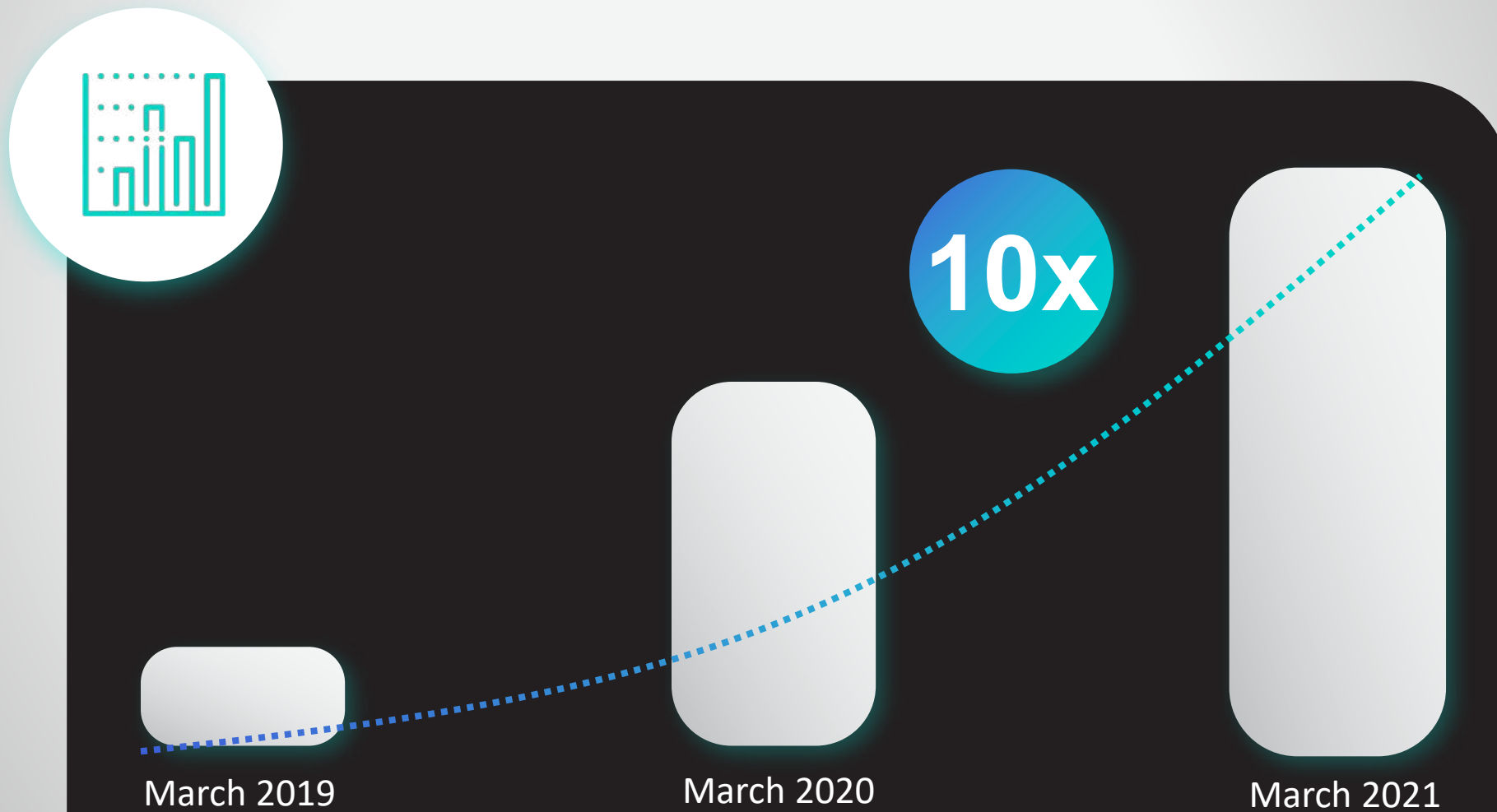
Each team focused in a different stage of the customer's life cycle

Change in level on social media interactions

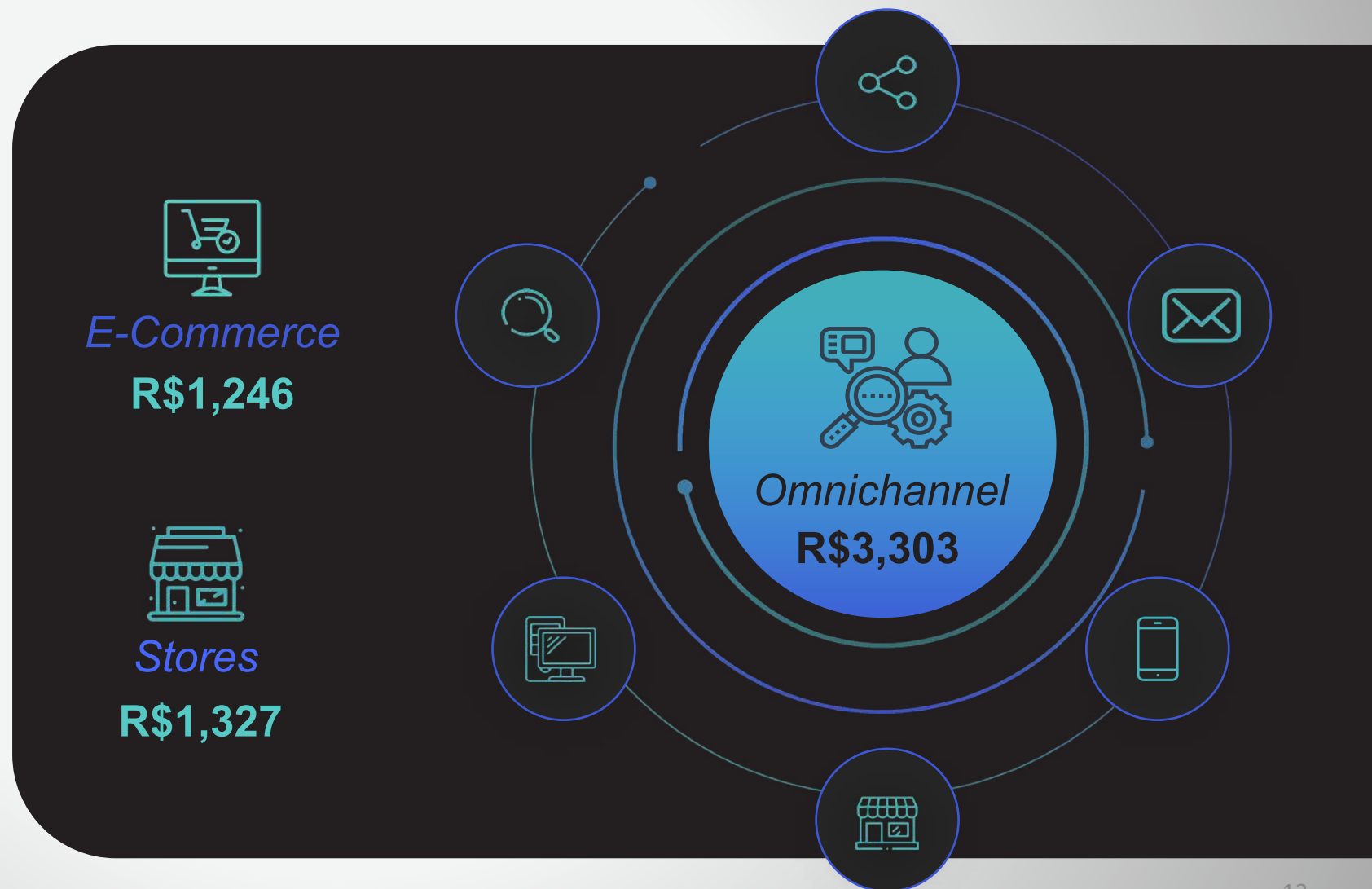
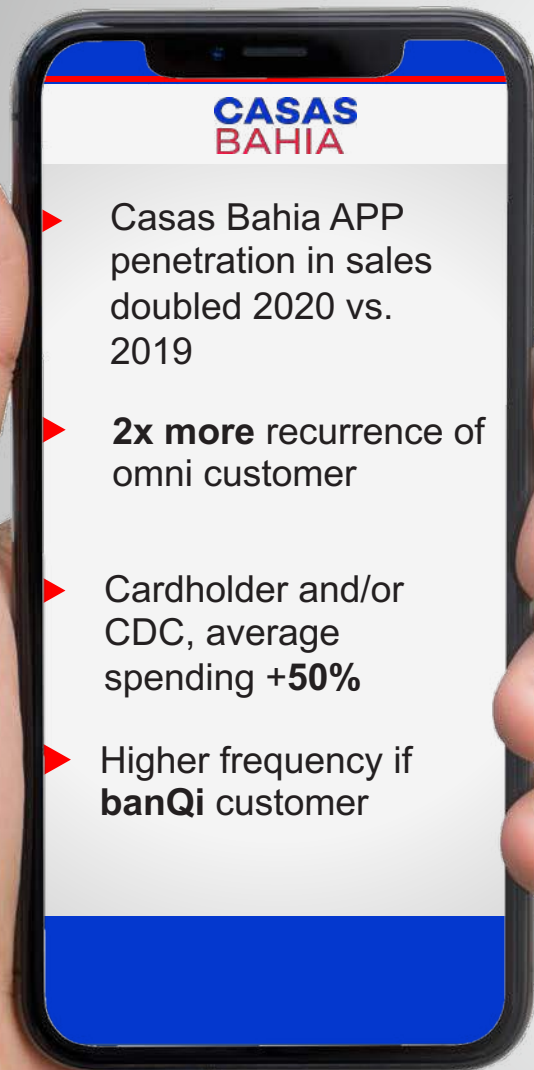


Strong acceleration of MAU within 24 months

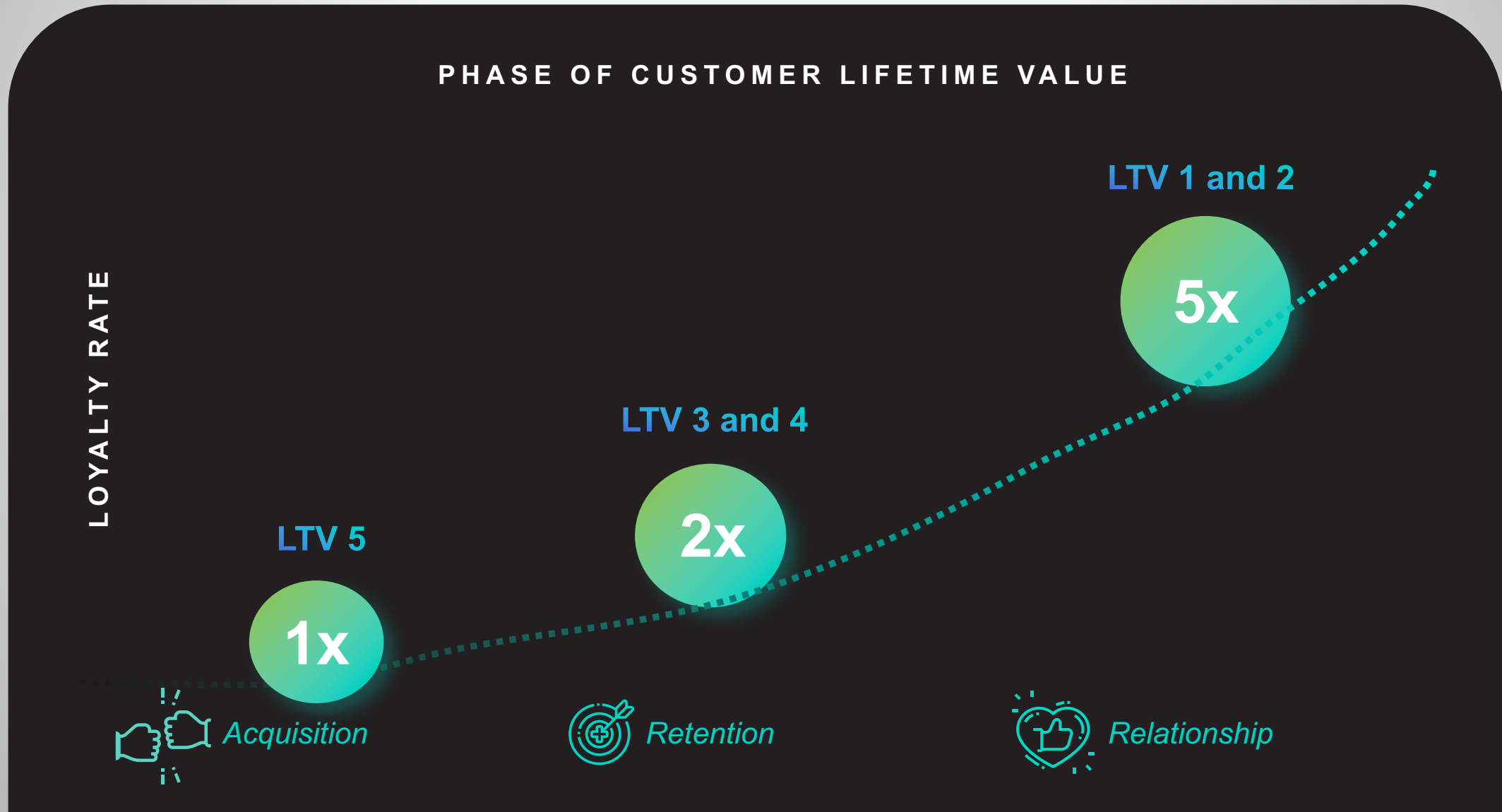
Monthly active users



Omnichannel customer spends 2.3x more



The more engaged, the greater is LTV



Who is the most loyal customer of Via?



Average spending/year

+4.2x

Frequency/year

4x

Omnichannel

60%

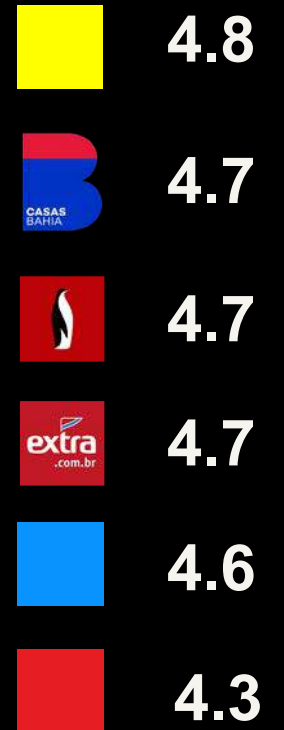
*Share of Financial Services**

60%

*Card or Active CDC¹⁵

Improved rates of APPs

Our 3 banner-apps with best user ratings



Source: Play Store Apr/21

CB Play: relevant loyalty tool

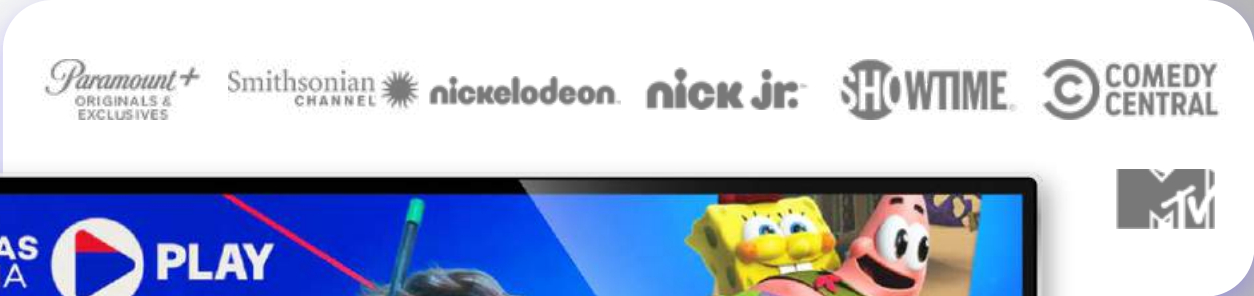
The number of Casas Bahia app downloads during first 30 days of launch increased by **~50%**

The program debuts with millions of customers

Free of charge, no subscription



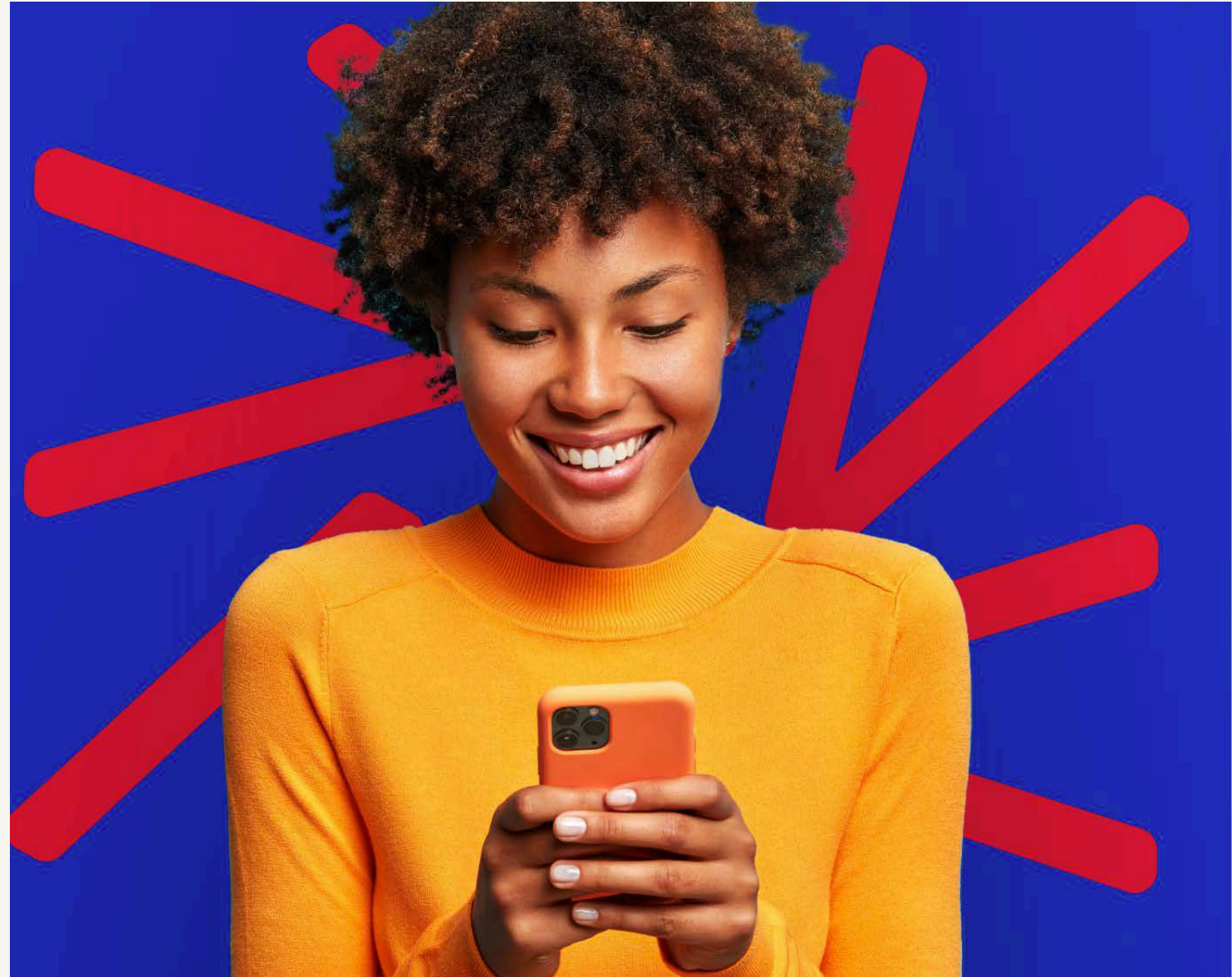
App **Conversion** improved **42%** vs. previous month





Advantage everywhere

Launch estimated in Q321



Benefits For Customers Reflect Loyalty Rates



Entertainment

A pile of entertainment for free for VIP guests, with Casas Bahia Play.



Freight

Benefits of free shipping, customer receives everything, free of charge and even faster.



Rebates

Rebates in customer's most desired products. Coupons of celebration and much more.



Partners

Casas Bahia services with exclusive discounts for VIPs.



Call center

24x7 VIP services, quick exchange of messages and much more!



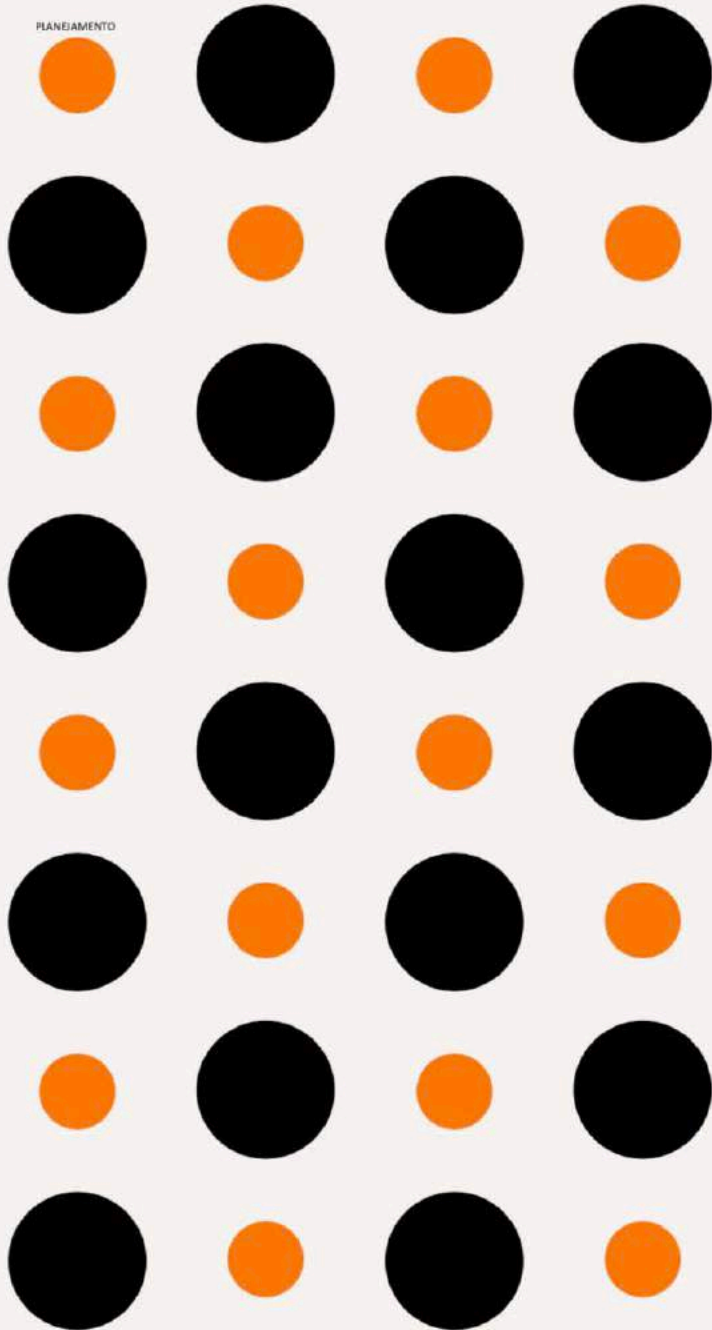
Services

The best brands connected to the best customers. This is what Casas Bahia VIP means!



Direto ao ponto :

com ponto de vista + irreverência + tecnologia



Pontofrio agora é Ponto.

Pontofrio has been rebranded to Ponto

Resumo estratégico

Pontofrio
agora é Ponto.

Diferente das outras em
atitude e em entregas



melhor da tecnologia
(sortimento e especialidade)



digital
(ambiente e transparência)



Comunicação
**DIGITAL
FIRST**

Narrativa, linguagem
inspiração e
(re)descoberta



Brand lift on 160 stores in a single day




INVESTOR DAY
2021

VIA MARKETPLACE

HELISSON LEMOS





CASASBAHIA pontofrio extra bartira



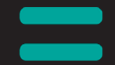
Transactional Retail



CASASBAHIA CBPlay VIP CHAMA ZAP
pontofrio MARKETPLACE banQi ASAPLog
extra bartira IQXP

Relational Retail

Assortment
+
Wide range of categories
+
Recurring consumption

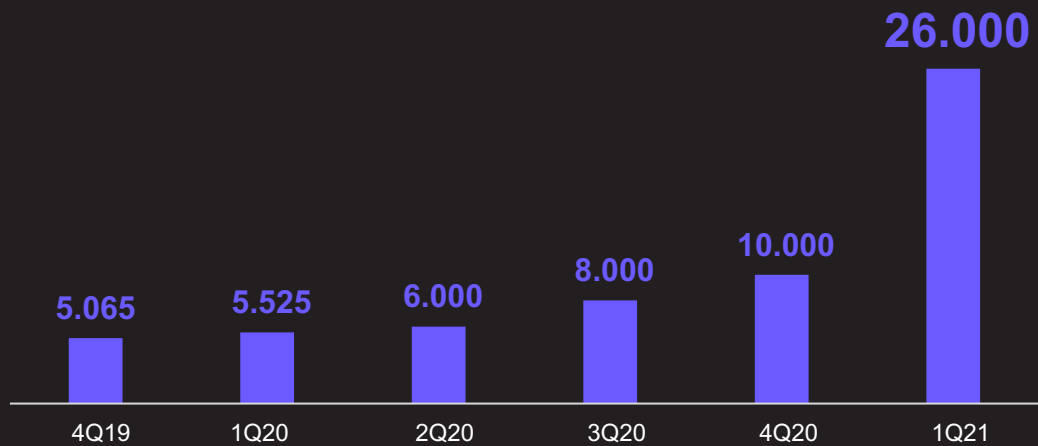


Greater Lifetime Value

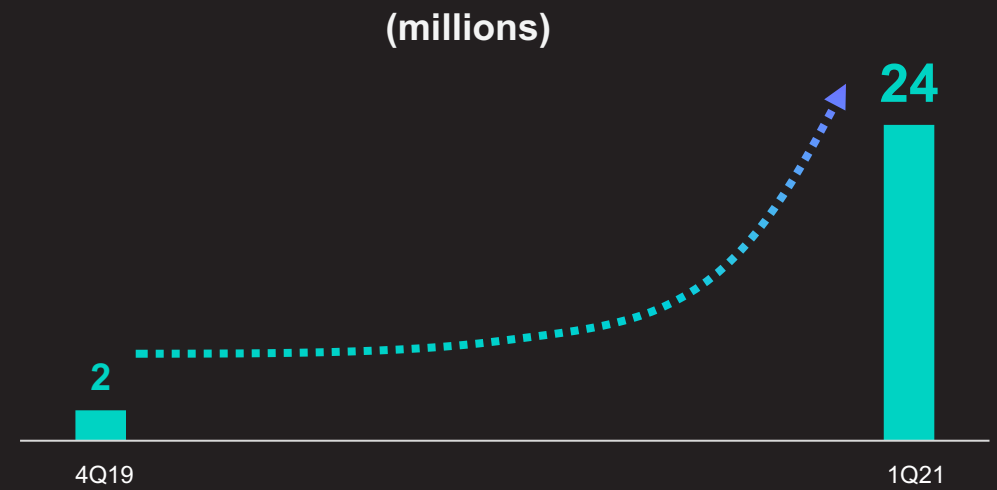
Via Marketplace:

Taking off in 2021

Sellers Evolution



Evolution of SKUs



Via Marketplace:

Taking off in 2021



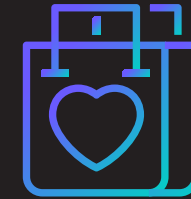
Wide range of categories



Origin of Products and Sellers' Compliance



Wide Distribution coverage



Post-Sale Control



In-house structure dedicated to Marketplace operation

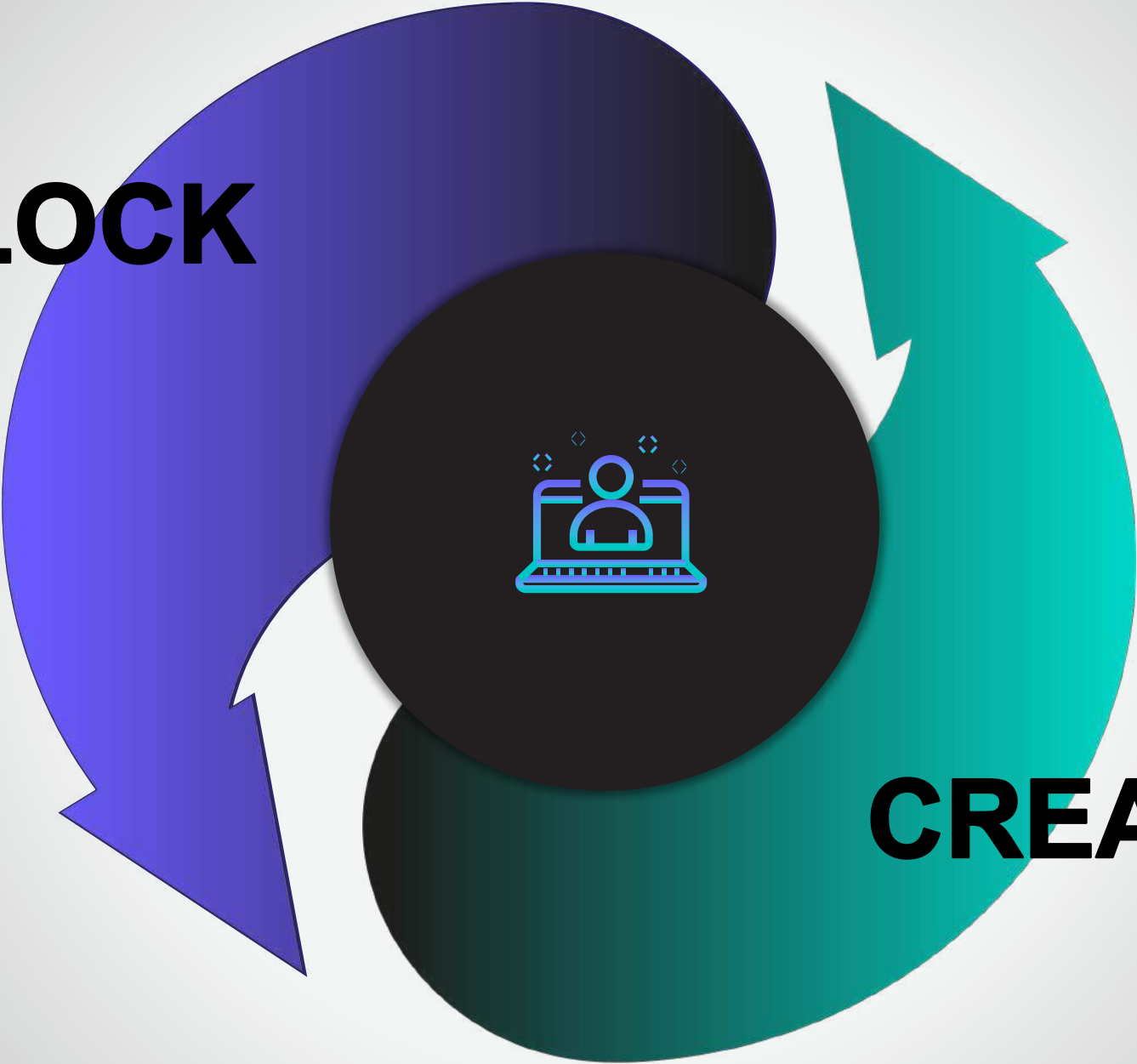


Integrated Financial Vision (1P+3P)



GMV Marketplace target included as part of variable compensation

UNLOCK



CREATE

Competitive advantages

UNLOCK



Unlocking Via's strategic assets to the benefit of Marketplace as from 2021



1. Customer Base

- Solid base of 97 million customers with 22 million active customers.
- 50% increase in the number of new customers in 2020.
- Base with robust penetration in the Brazilian middle class. In 2020 the company experienced a relevant growth in higher-income consumers and younger customers.
- Via is POP! Omnichannel in Brazil is a reality, without ideologies or prejudice.



2. Brands

- Brands recognized nationwide for decades and recently upgraded.
- Casas Bahia is 15 times Top-of-Mind Brand.
- Investment in open TV for decades, broadcasted throughout Brazilian territory, generating a strong recall which is extended to the stores.
- Positive relationship with long-tail products to be offered through the Marketplace.

Competitive advantages

UNLOCK



Unlocking Via's strategic assets to the benefit of Marketplace as from 2021



3. 1P Assortment



- Relevance in home appliances core categories, which carry a relevant weight on e-commerce GMV. We are a destination alternative, with share of up to 60% in core categories.
- Bartira, is Latin America's largest factory and has great brand recall. It represents a strong competitive advantage in the furniture segment which records high gross margin and good installment plan penetration.
- Our 1P categories generate excellent online traffic, **now with 3P it will also generate strong demand**, which will in turn create a virtuous cycle of supply and demand.



4. Logistics Infrastructure



- 27 DCs strategically located in various Brazilian states, totaling 1.5 million m² of storage area.
- Over 1,000 large stores, working as a logistics support for the distribution network and multichannel strategy with Click&Collect and mini-hubs.
- Same-day-delivery capacity for light and heavy products, as well as fulfillment services for marketplace sellers.

Competitive advantages

UNLOCK



Unlocking Via's strategic assets to the benefit of Marketplace as from 2021



5. Omnichannel



- Online seller, relevant competitive advantage with 20,000 and commission with aligned incentives.
- Online seller structure to sell 1P and 3P products.
- Mobile first: 70% app share and m-site sales. In 2020, we increased multichannel customers share in our base.



6. Own installment plan



- Casas Bahia payment booklet with good acceptance at the customer base and accounting for ~20% of sales.
- 11 million in pre-approved customers in the installment plan, R\$6.4 billion in portfolio at the end of Dec/20. 500,000 new customers/month.
- 25 million customers in digital CDC.

UNLOCK



CREATE

Create Value



- Platform Evolution
- Via ADs
- Rewards Club
- Loyalty Club
- Virtual Consultant via A.I.
- Marketplace University
- banQi Credit for Sellers
- 1P Post-Sale on 3P
- 1P B2B on 3P
- International Marketplace (CBT)

Create value

1. Platform evolution

- Lots of improvements to create and manage ads, make recommendations, reviews, novelties in messaging services, questions & answers area.
-

2. Ads “2.0”

Following the line of Amazon Ads, we will launch a new advertising solution for our online channels boost sales.

3. Rewards Clubs

- Our 20,000 stores salespeople selling 3P. The Club is an incentive gamification software, mature, with its own currency.
-

4 Loyalty Club

- This is our sellers’ relationship club, where they will receive benefits to sell more with us.

5. Advisory Management

- Artificial intelligence used to create a virtual commercial consultant to make merchandising recommendations and management initiatives.
 - Job opportunities with assortment, pricing and shipping policy to sell more.
-

6. MarketPlace University

- Seller’s training to increase sales, commercial and administrative management of business, individuals’ professionalization to issue invoices and MEI (individual micro entrepreneur). Customized content by seller’s profile, including gamification.
-

7. Credit and Means of Payment

- Discount of receivables, credit offered for seller’s working capital needs, offer of offline means of payment powered by Banqi.

8. Marketplace post-sale at Via’s Stores

- Reverse logistics option through Envvias. Furniture assembly services as an opportunity, and other services for 1P today will be replicated to 3P sellers.
-

9. B2B Channels

- Integration of assortment of certain 3P sellers launched (applying meritocracy, gamification, etc.) in our B2B sales channels, partnerships in which we make available our assortment directly to Brazil’s largest companies.
-

10. International MarketPlace (CBT)

- New sellers’ prospect in Asia to sell products directly in our Platform and practice drop-shipping, prioritizing customer’s security and positive experience.

Expansion resumes



120 stores

Expansion focuses on the North and Northeast regions

Optimization of stores portfolio

Last-mile logistics

Mega store



- From a transactional retail to the relational retail model
- Greater assortment, wide range of categories and higher frequency will be relevant tools to increase customer lifetime value (LTV)
- Strategy privileged 1P sales, but from now on, it aims 3P growth by increasing the number of SKUs and customers
- Strategies to boost Marketplace include a wide range of categories, sellers' compliance (origin of product), offer wide distribution, post-sale control, creation of a Marketplace-dedicated structure, integrated financial vision and inclusion of Marketplace GMV target to the panel of bonus.

Create Value

- Platform evolution
- Via Ads
- Rewards Clubs
- Loyalty Clubs
- Virtual consultant via A.I.
- Marketplace University
- banQi credit for sellers
- 1P post-sale on 3P
- 1P B2B on 3P
- International Marketplace (CBT)

Unlock Value

Competitive advantages that only Via has in relation to:

- 1. Customer base;
- 2. Brands;
- 3. 1P Assortment;
- 4. Logistics infrastructure;
- 5. Omnichannel; and
- 6. Own installment plan.

Store's role in the future

- Store portfolio optimization, closure of low-productivity stores.
- Stores' expansion plan to resume with 120 new stores opened in 2020, with a focus on the North and Northeast regions.
- New mega store in São Paulo: new customer experience, experimentation.
- 3P offered at stores.
- Stores working as mini-hubs and support to last-mile logistics.



VIA FINANCIAL SOLUTIONS

ANDRÉ CALABRÓ

Our Clients

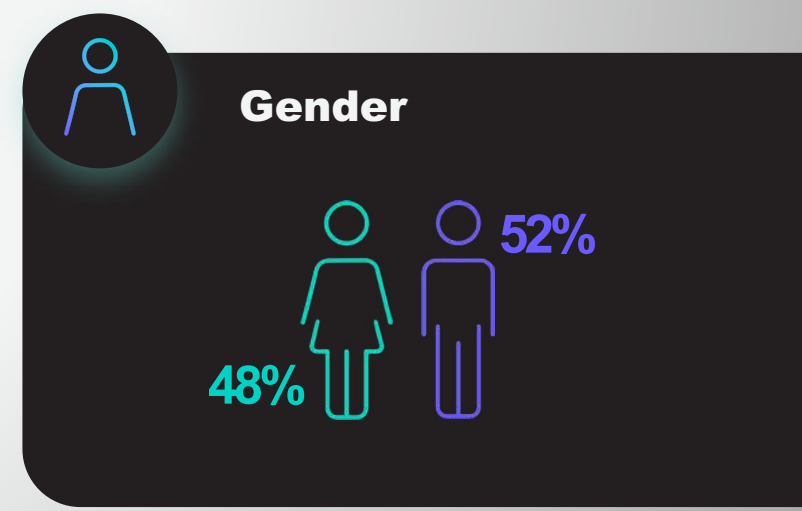
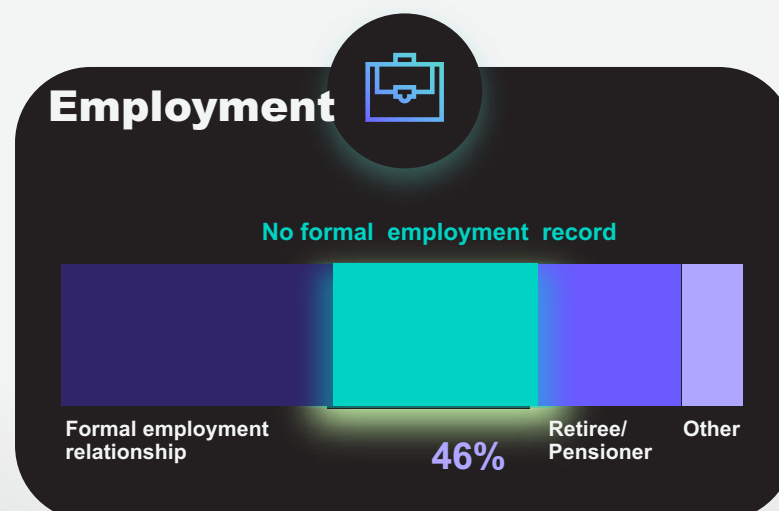
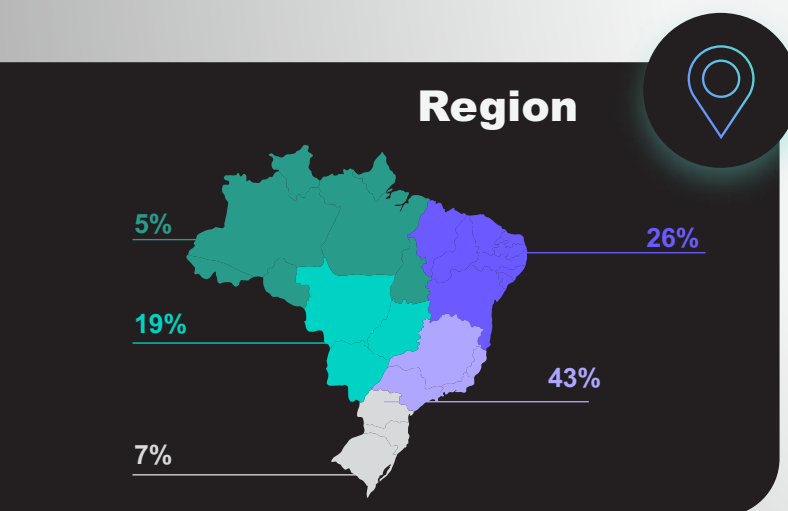
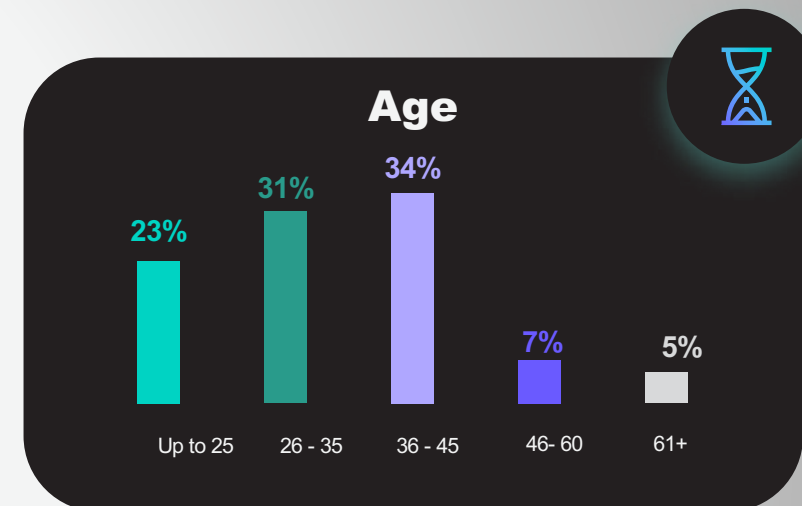
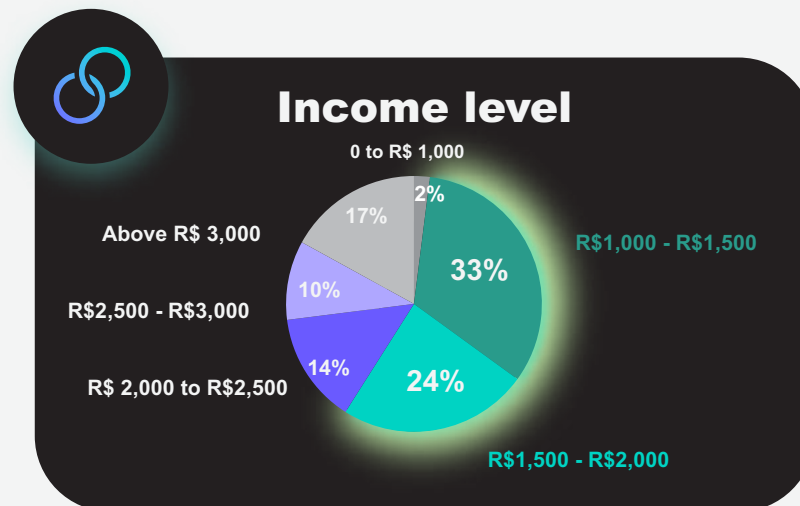
Are the portrait of Brazil



Our clients | Demographic Profile

We are present in Brazilians' lives. With a strong share in low-income households, workers with no formal employment record, single moms' households, all ages and regions in the country.

Our mission is to provide financial and digital access to Brazilians.



We are a very competitive platform



15,000,000

customers

**+2.5
million**

co-branded cards

**11
million**

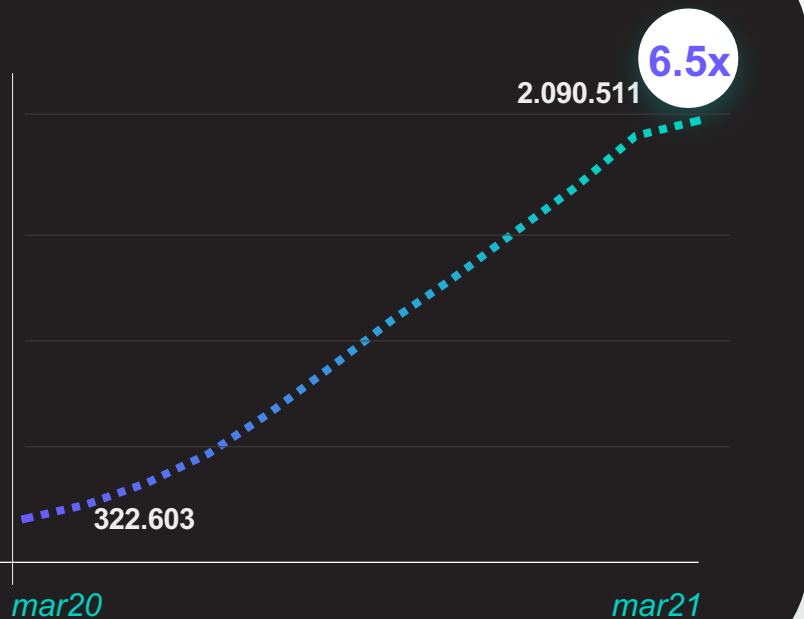
installment plans

**2
million
banQi
accounts**

banQi Evolution

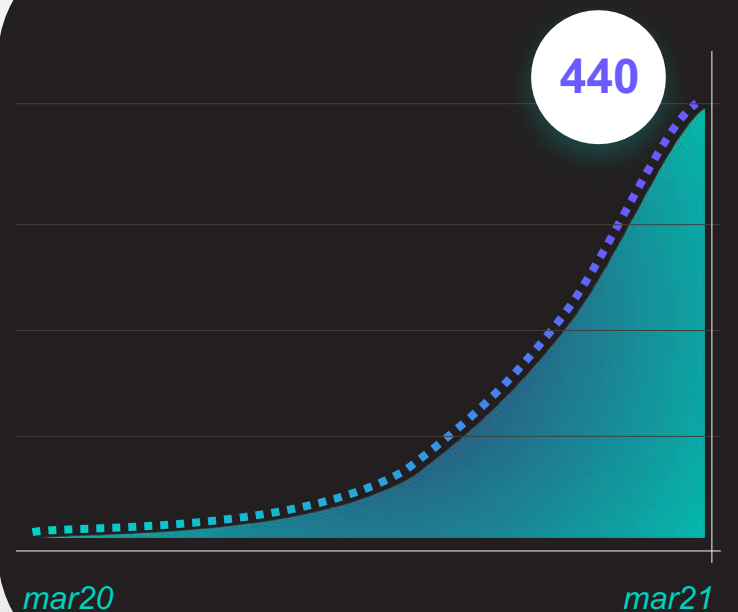
- Solid growth within 12 months
- Complete and Free Digital Account
- **Launch of credit journey with personal loan, installment plan, corporate account and credit card**
- **Complete Super App, with benefits for banQi and Casas Bahia customers**

Account opening



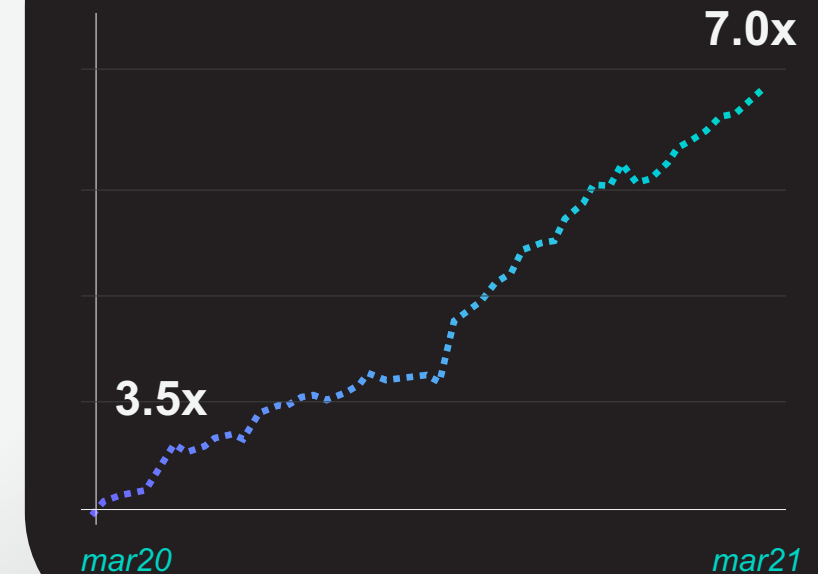
TPV Evolution

R\$ Million



Recurrence

Last 90 days



Brazil's largest installment plan

+ 14MM pre-approved customers

- 500,000 new customers/month
- 42% PAPERLESS payment booklets issued, integrated to banQi.
- + 25% of payments were digitally made (13% banQi and 12% Renegotiation Portal)



30% trade sales



+ 750MM
Production/month



Customized
offers



+ 2MM banQi
paperless booklets

+ 25MM customers in Digital

- Solution available in Open Sea
- Available in Casas Bahia and banQi online platforms
- Credit platform as Via services



+ 300MM
Produced



Expansion beyond
physical stores



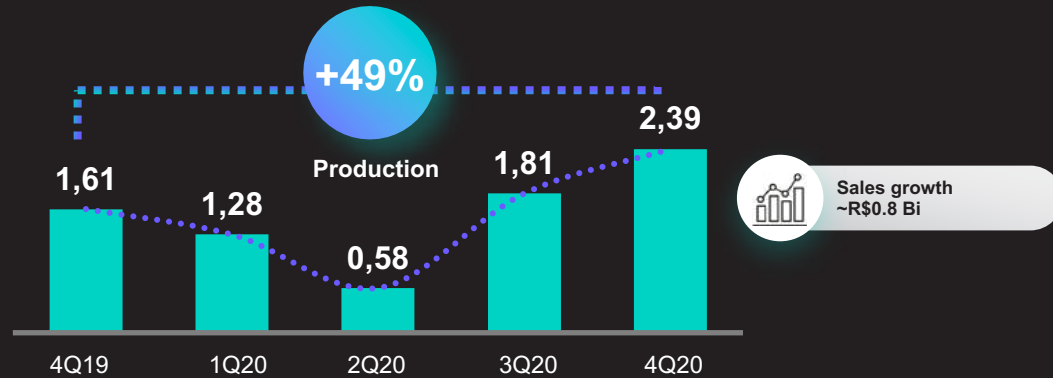
Digital & financial
inclusion



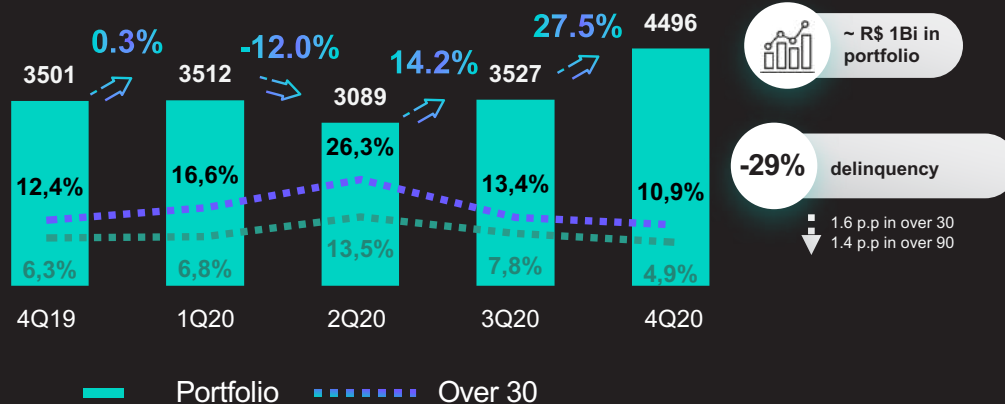
Sellers' loyalty

Brazil's largest installment plan

Production growth and delinquency under control

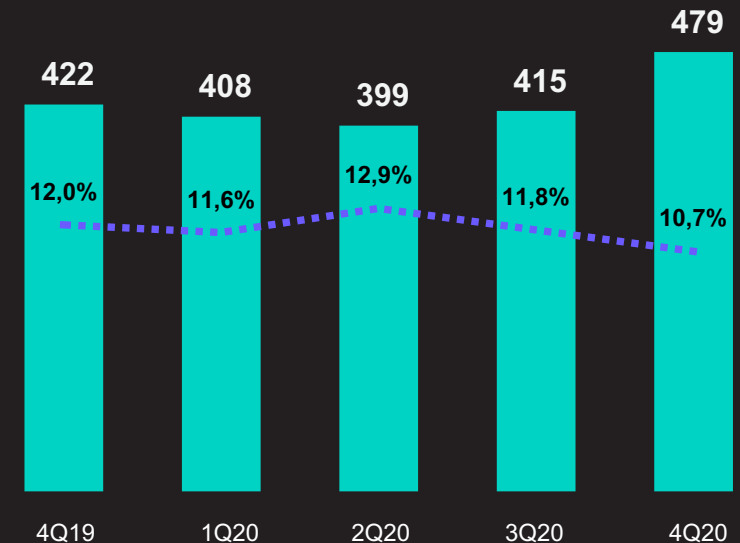


Evolution of Active Loan Portfolio



NPL

Coverage rate over installment plan portfolio below the pre-pandemic period, due to favorable credit concession and efficient collection.



Legend: NPL Balance (solid bar), %NPL/Portfolio (dotted line)



Co-branded Card

1,5 Billion

TPV Monthly

2,5 million
customers



Rede Celer

1 Billion

TPV LTM 12 months

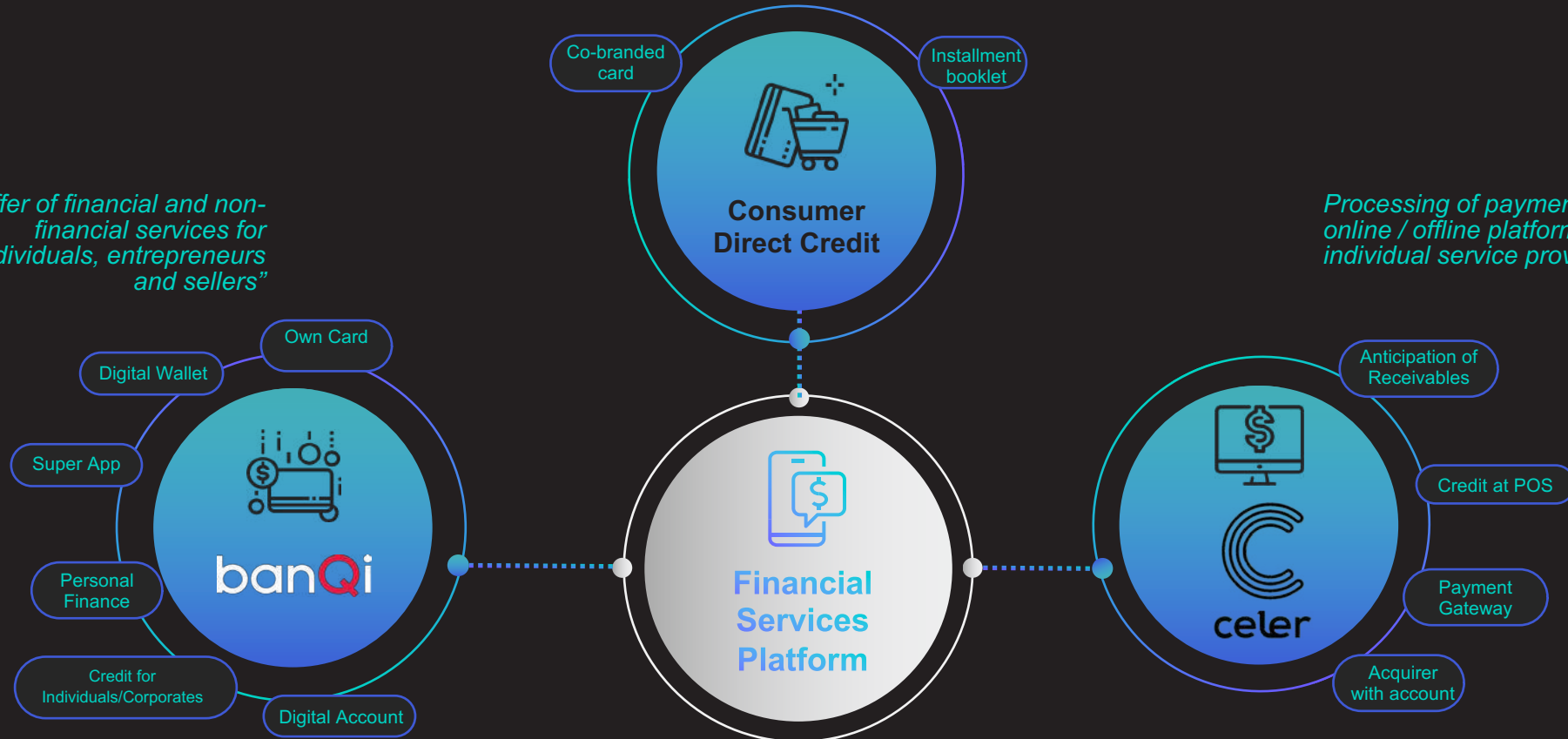
An initiative emerged in retail

and becomes the market's LARGEST financial solutions platform

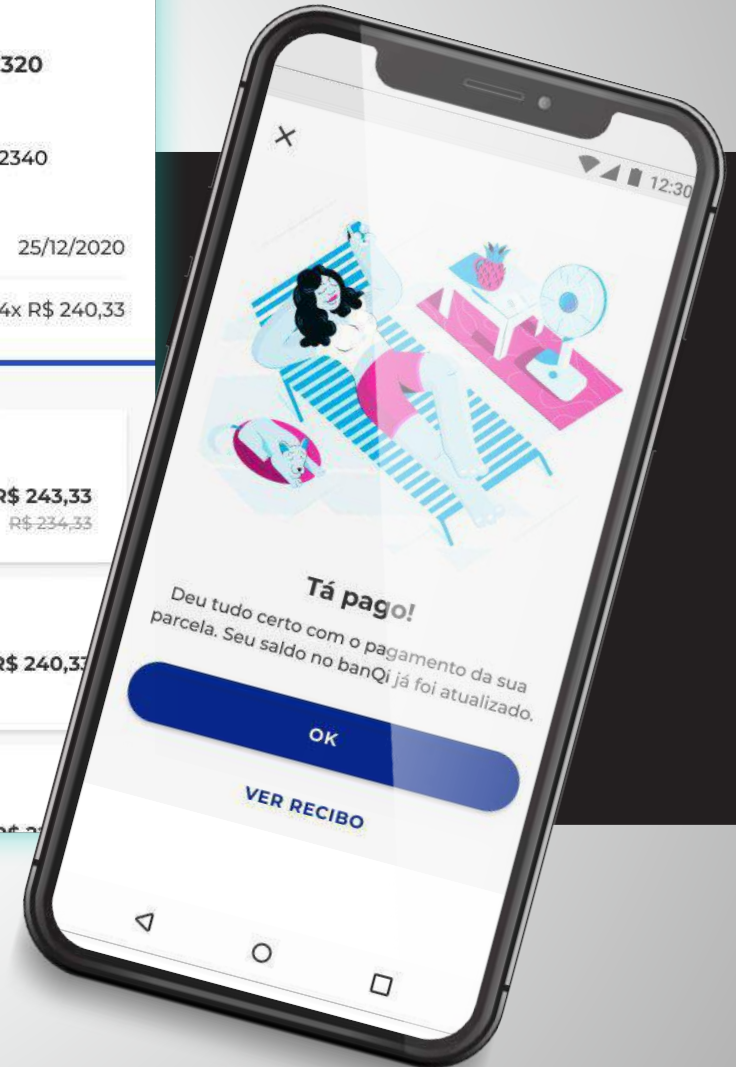
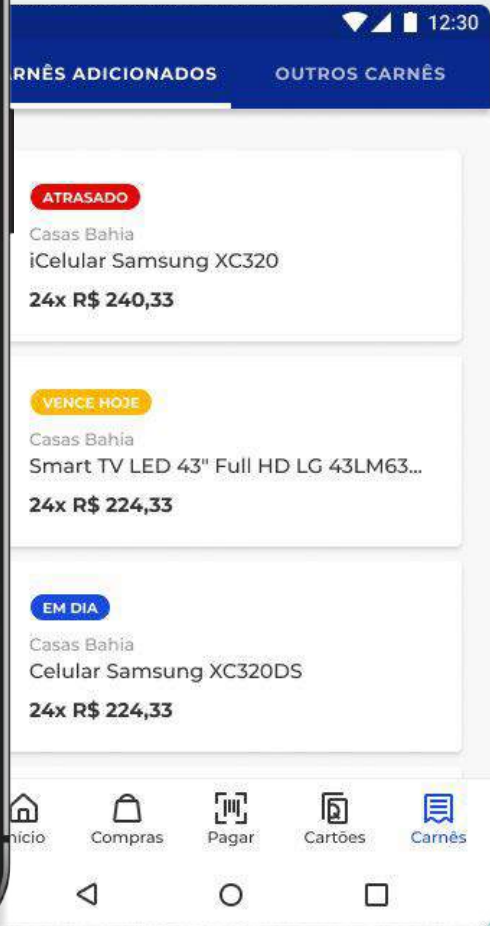
Direct financing of products connected with physical, online retail and mktplace for individuals, small entrepreneurs and sellers

Offer of financial and non-financial services for individuals, entrepreneurs and sellers

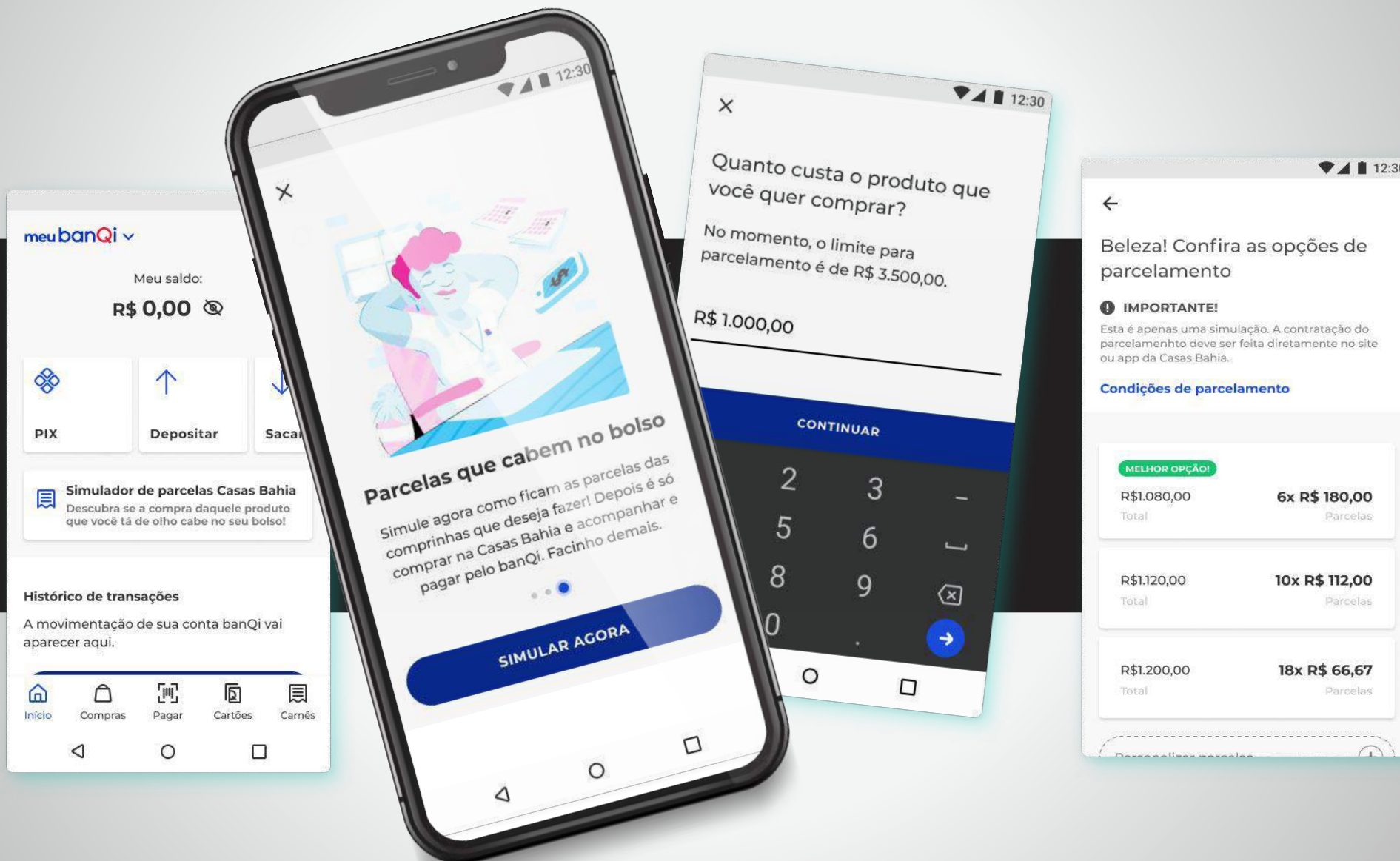
Processing of payments for online / offline platforms and individual service providers



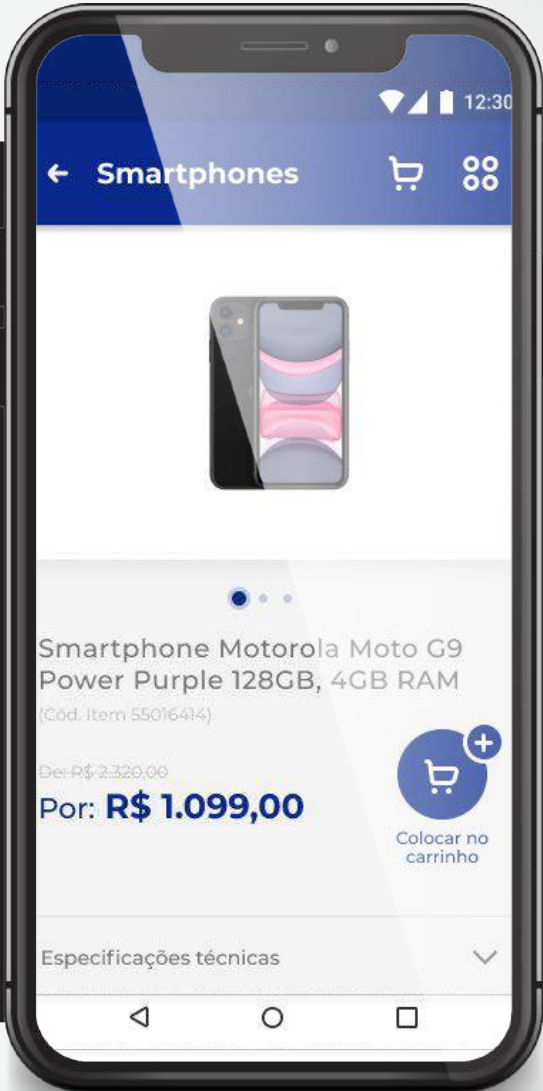
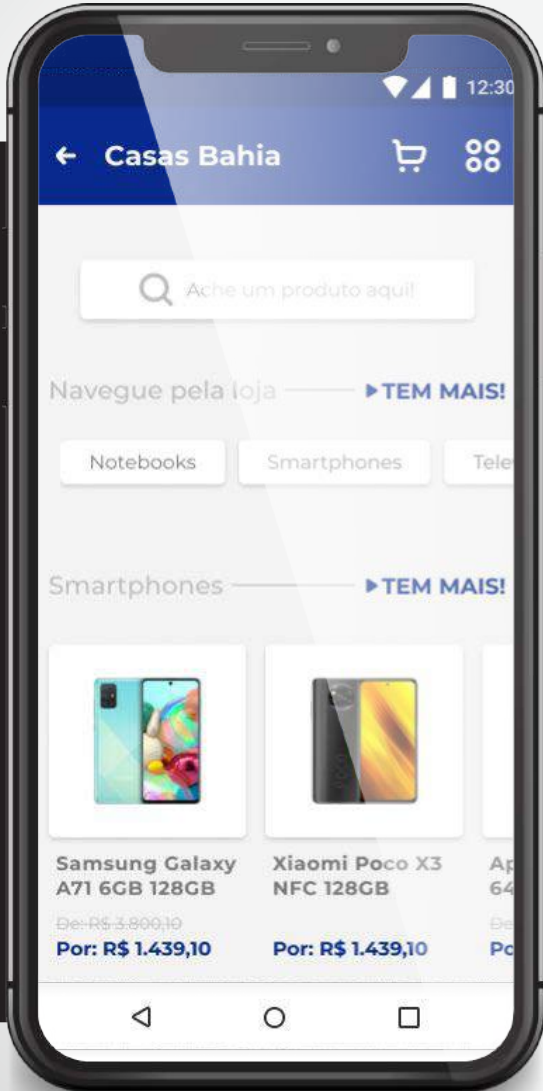
Installment payment screens



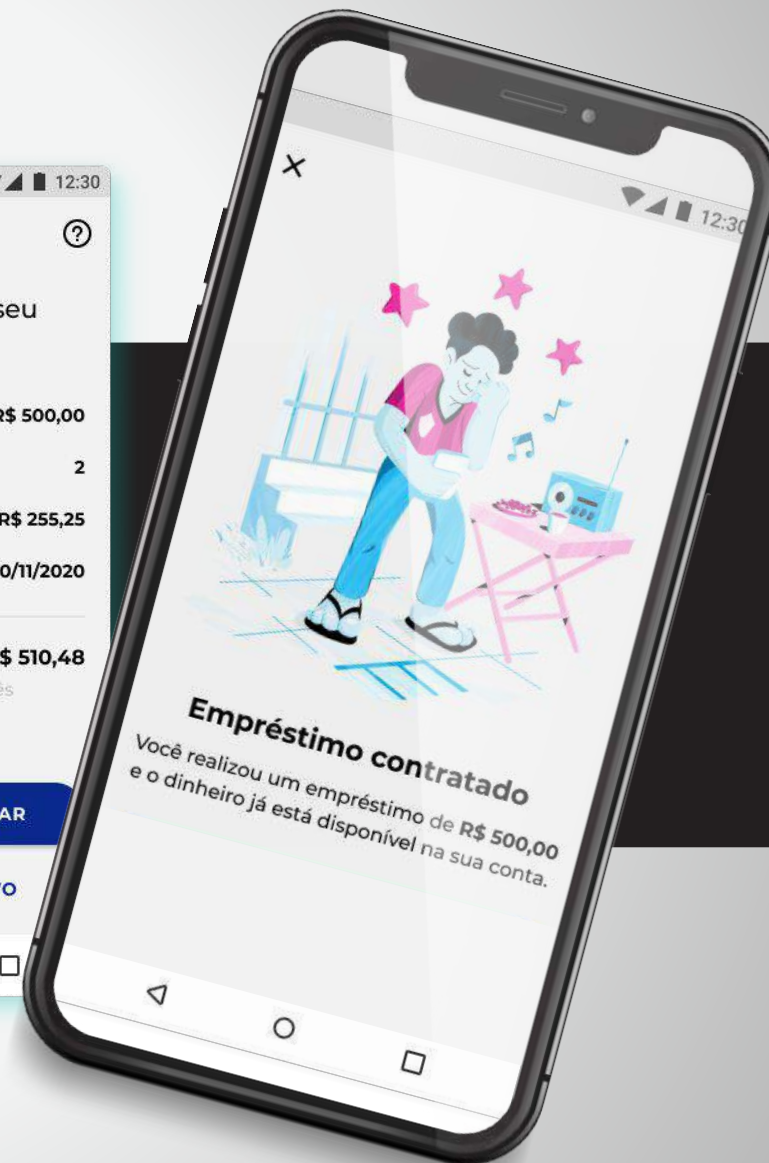
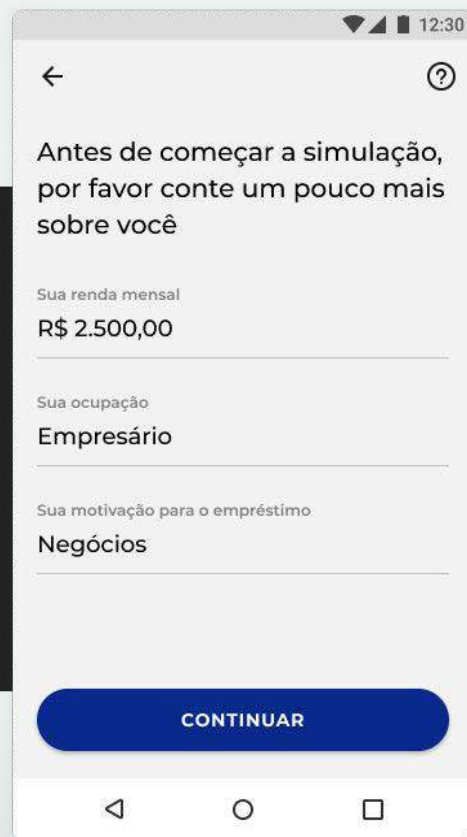
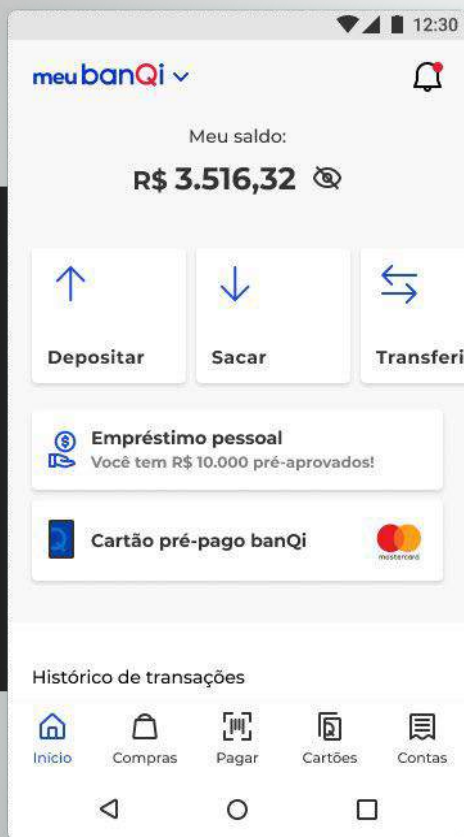
CDC simulation screens



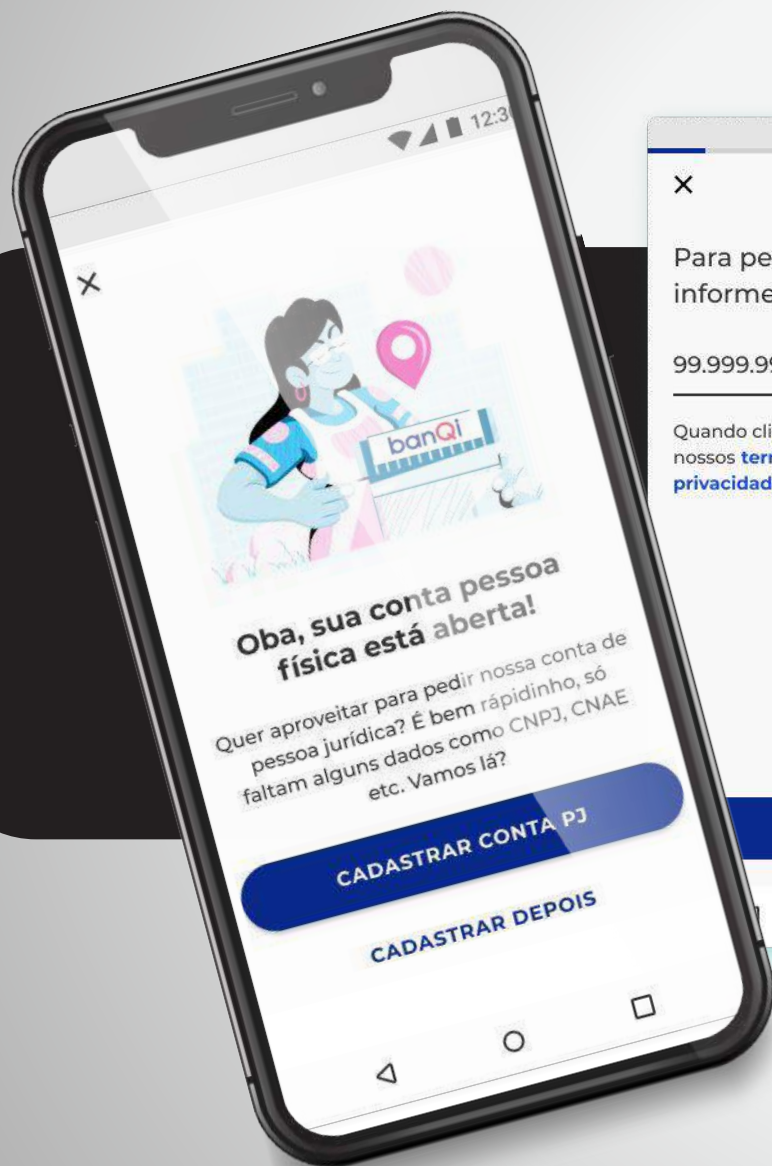
Marketplace + CDC screens



Loan screens



Corporate account screens



Addressable market

BRAZIL MARKET • TARGET



105MM people
with + 1 salary



43% without
bank account



Only 33% with
access to credit



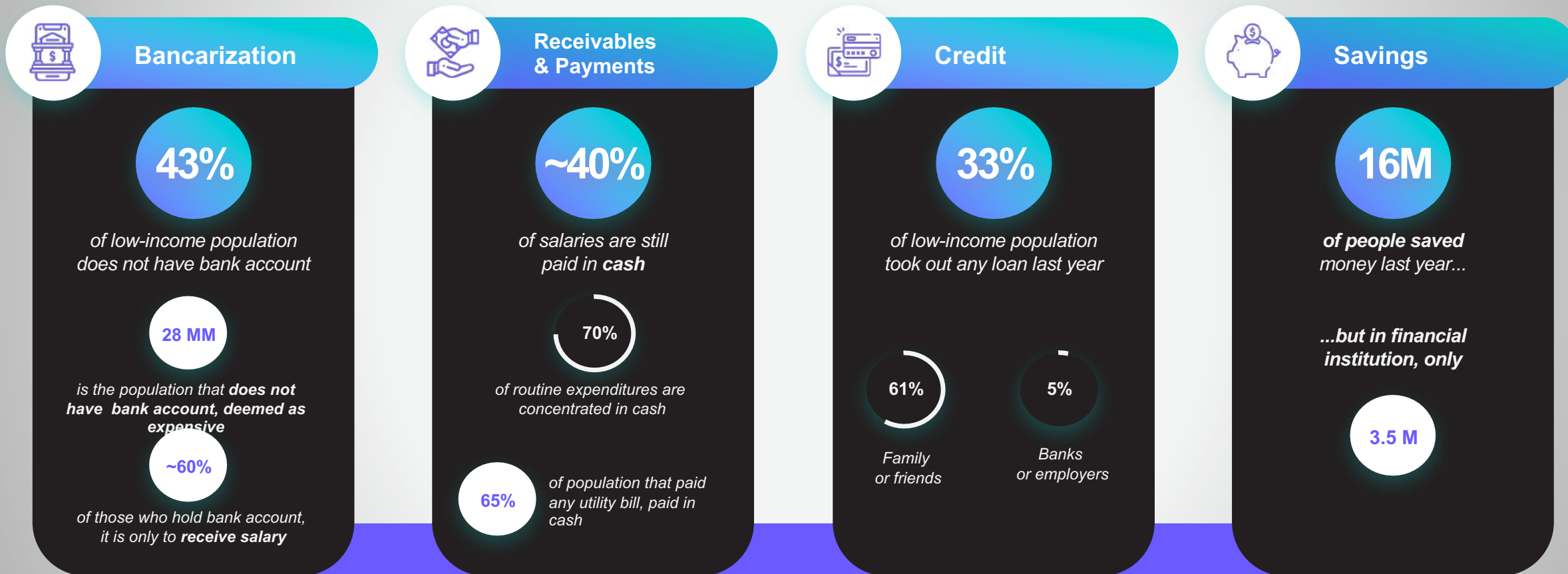
~R\$486 BILLION

IN TPV – 5 YEARS



Portrait of Brazil

Large % of Unbanked Customers



The low-income Brazilian population still lacks access to financial services with demand for credit, when it is served, it takes place on an informal basis.

Financial Solutions Platform

Value offer | Our objective

Democratize financial solutions, ensuring more autonomy, possibilities and control for Brazilians.

Promote inclusion in Brazil by offering appropriate financial services, with intuitive technology, transparency and accurate information to customers.

A platform of recognition, qualification and education, credit concession and support to consumption

Evolution of the platform

Upward trend of installment plan and banQi customer base growth

2020

- SOLID installment plan offered at stores
- Launch of digital installment plan
- Digital collection platform
- Complete digital account (payment of bills, bank slips, transfers, prepaid card, withdrawals and deposits at stores, PIX and QRCode).
- Mobile top-up, transportation ticket, gift voucher
- CB booklet management.
- ATM 24hour-withdrawal.

2021

Multiple offers of credit, convenience and acquiring

- Personal loan
- Credit card
- banQi installment plan
- Installment plan for 3P sellers
- Anticipation of receivables
- SCD – credit company
- Credit at POS
- banQi Shop
- Rewards
- Capture of sellers
- Sub-acquiring

2022

Platform connected in entire Via Varejo ecosystem and beyond...

- Credit open platform
- Personal finance
- Bureau of credit
- Open banking

2023





vi
INVESTOR DAY
2021

VIA LOGISTICS

FERNANDO GASPARINI

Asset Light Logistics



Storage area
DCs & stores
1,100,000m²
+
1,500,000m²



27
Distribution Centers



1,052
Hub Stores



+1,600
Cross-Docking Hubs
No mail



4,000
Daily vehicles



300,000
Last-mile deliveries

Envvias driving logistics to 3P

Extended 1P strength to serve the marketplace with Envvias services suite



Envvias:

+50%

of sellers already using the platform

Services for sellers – or open-sea partners --

FULFILLMENT

at our DCs;

New DC on

3Q21 in Extrema / MG

We will also operate heavy products

3P Within our network;

1P Hub will also operate as hub to 3P

MARKETPLACE,

both in delivery, collection, and reverse logistics.

Technology-intensive use in Logistics

We cannot imagine new paths of logistics without **technology-intensive solutions**

For us, logistics is much more than physical. It is the digital channel supporting operations, with full **systemic integration.**

We have over **200 IT professionals** exclusively dedicated to logistics.

WMS implemented at Via in cloud version, with continued online upgrades (versionless)

Use of artificial intelligence (machine learning) to **continuously optimize processes at warehouses, following our customers' consumption patterns.**



+ 300,000 deliveries

Via's largest last-mile delivery operator with nearly 300,000 registered partners.

In April, we introduced electric vehicles in last-mile deliveries, reinforcing our commitment to the environment and best sustainability practices.

What's new in 2021

ASAPLog will become a freight gateway, reiterating our commitment to operational and cost efficiency.

And as of this month we are ready for fast-food deliveries.



What is still to come...

SAME-HOUR DELIVERY, SAME-DAY-DELIVERY, SCHEDULING, FULLFILMENT, C2C...

In 2H21, our technology and logistics will offer **same-hour-delivery**.

Our **fulfillment** operation starts.

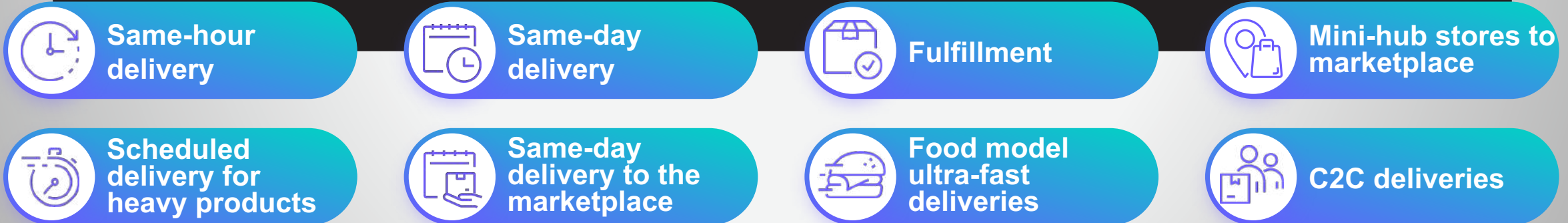
Make our stores available to deliveries and reverse logistics network for sellers and open sea solutions.

Heavy products: We will also offer the option of scheduled delivery for heavy products.

Same-day-delivery will also be extended to marketplace sellers.

We will also offer ultra-fast deliveries solutions at our platform, similar to fast-food deliveries

In H221 we will operate **C2C** deliveries platform in which consumers will be able to contract our transportation services, whether for heavy or light products, to appropriately donate, transport or dispose of a product.



Via Logistics Snapshot

ASAPLOG
PLATAFORMA LOGÍSTICA DA VIA

stands out as one of Brazil's largest logistics operators

300,000 deliveries

Via Network

Up to a range of 150 km

100% of Brazil's GDP

Click&Collect and Logistics HUB

Light and/or heavy products

100% of our stores with **2-hour** click & collect

Up to 15%

of sales are **Same-Day Deliveries** where we have stores and DCs
Orders approved until 12:00 p.m.

02

deliveries per second

50%

of sellers are in Envias Platform

Overall accuracy

On-time deliveries:

98% > 30 kg

99% < 30 kgs

45%

of products delivered weight + **30kg**

42% of orders are delivered in **24 hours**

and 65% in 48 hours

We are a **Logistics** platform open to the market

2.6 MM m2

4,000 vehicles

Including electric vehicles



VIA TECHNOLOGY

HELISSON LEMOS



Evolving 5 years in 2

FROM

Transactional Retail

IT Team 900
employees

Monolithic

Long cycles

Data as analytical support



Relational Retail

IT team 1,800
employees

Open, cloud, continued innovation

Shorter cycles

Data in the core of the strategy,
creating real-time personalized
interactions

TO

Brazil's largest Black Friday events



2019

Os bastidores do dia em que a Via Varejo faturou R\$ 1,1 bilhão



2019

2020

Via Varejo bate recorde e vende R\$ 3 bilhões na Black Friday, puxada por e-commerce



Moderninha: vendas online sustentaram desempenho de Via Varejo nesta Black Friday (Imagem: Divulgação/Via Varejo)

A **Via Varejo (VVAR3)** encerrou o ano de 2020 com vendas de R\$ 3 bilhões. O resultado é o novo recorde da companhia, superando a marca anterior, de R\$ 2,2 bilhões, registrada no ano passado.

O desempenho refere-se à semana de 22 a 28 de novembro. Com a pandemia de **coronavírus** ainda assombrando o Brasil, as plataformas digitais tiveram papel fundamental para o desempenho da Via Varejo na Black Friday deste ano.

De acordo com a dona da **Casas Bahia** e do **Ponto Frio**, as vendas online cresceram 99% e responderam, assim, por 62,4% das vendas do período. O aplicativo "Me Chama no Zap", sozinho, representou 18% das vendas online. A opção de comprar pela internet e retirar o produto na loja também cresceu significativamente (142%).

Digital acceleration



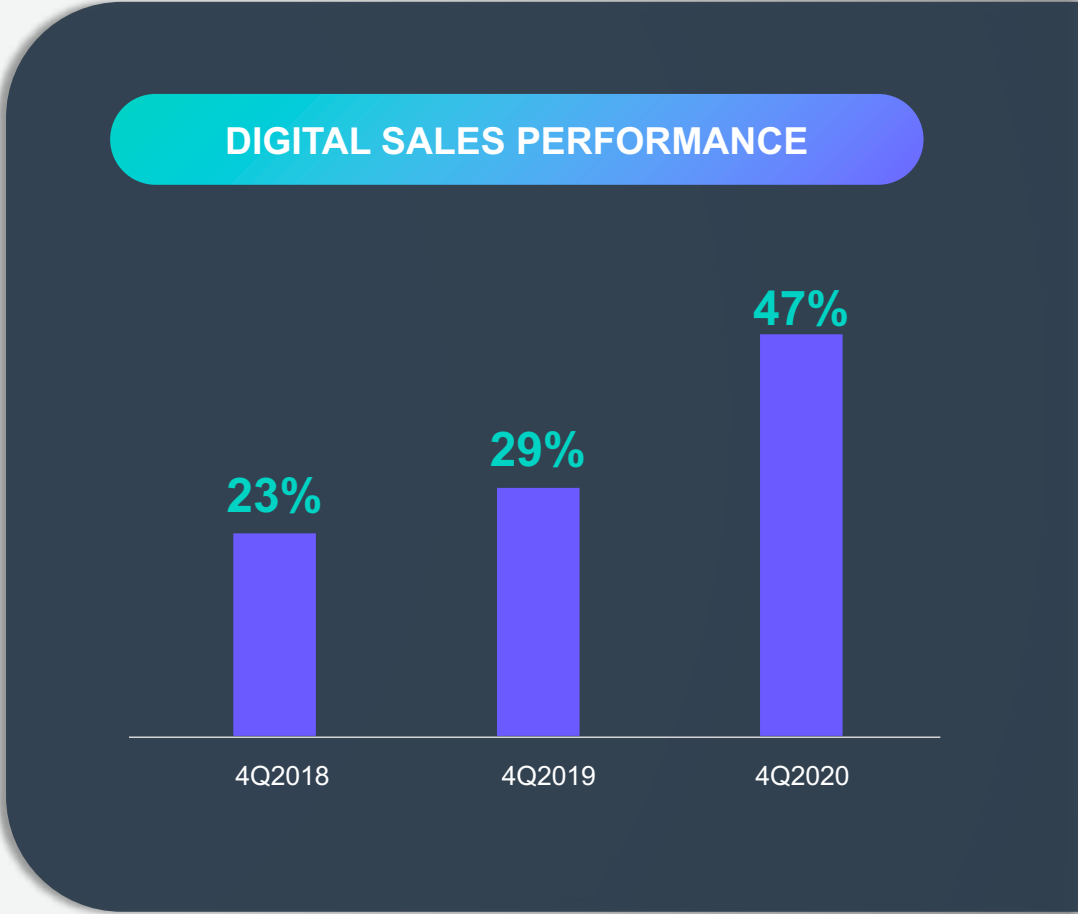
CASAS BAHIA
CHAMA ZAP
banQi
CASAS BAHIA
pontofrio
extra

DIGITAL CHANNELS

1P +174% to R\$ 12.8 billions in 2020

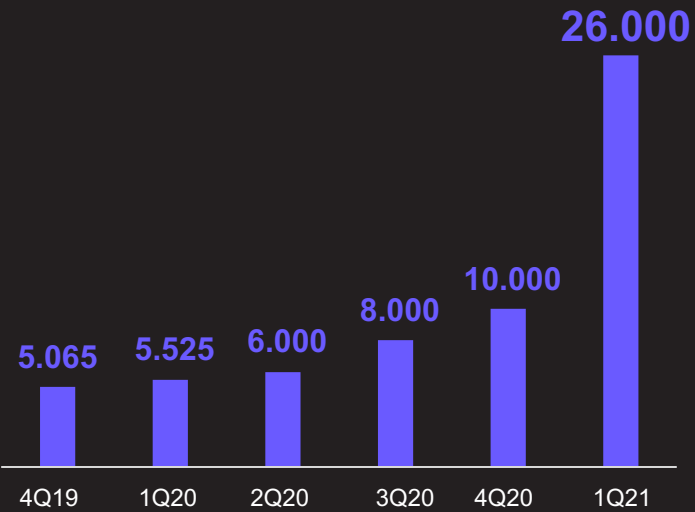
3P +90% to R\$ 3.2 billions in 2020

R\$ 38.8 Bln



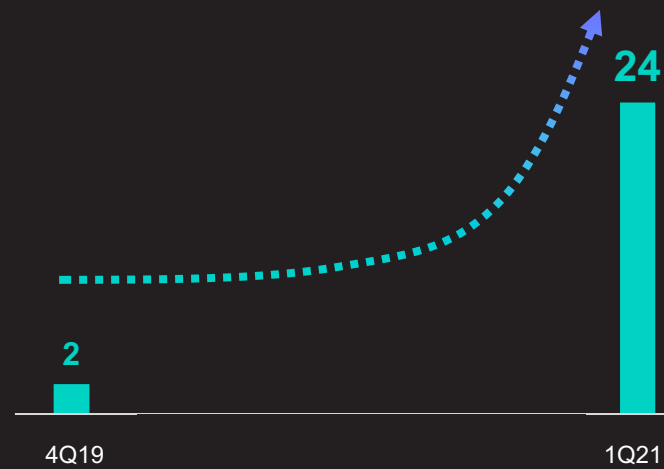
The Marketplace pull

Growth in # of sellers



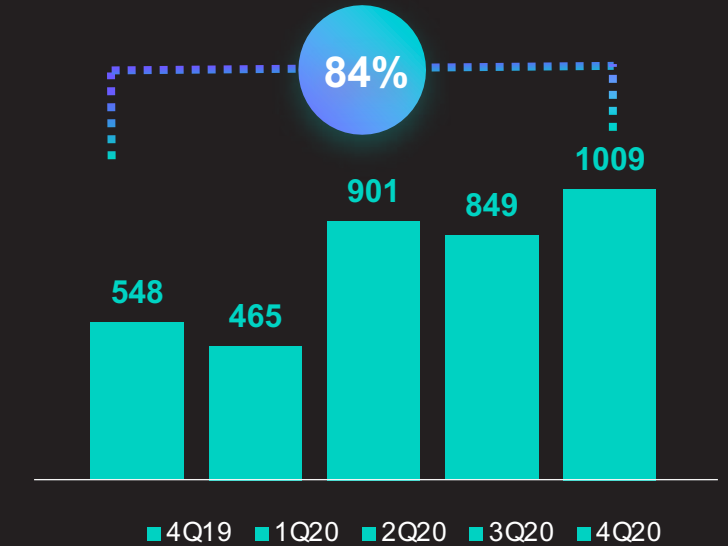
Growth in # of SKUs

(millions)



Growth in 3P GMV

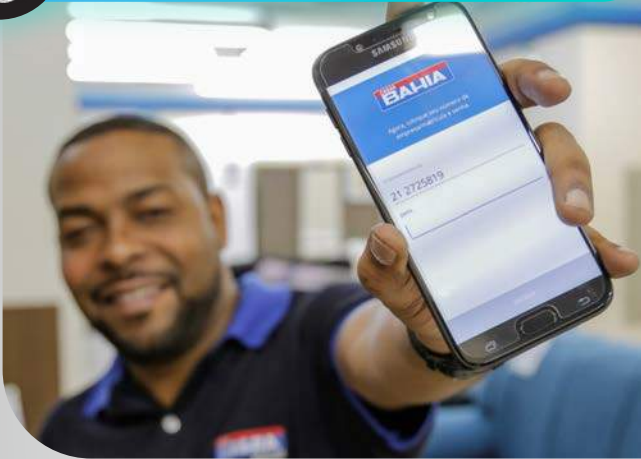
(R\$ millions)



The omnichannel reframed



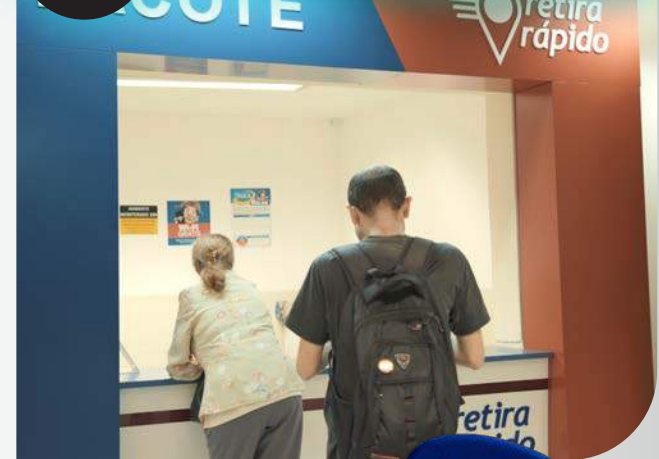
Via + Mobile



Mini Hubs



Click&Collect



Online Seller



ASAP Log



banQi



Businesses & Technology

Blended in one!



3rd Industrial Revolution

Support

Business

Technology

Barriers & Silos

Technology making feasible digital assets

Collaborative

Business

Technology

Collaborative Execution

Differentiated Technology

Business

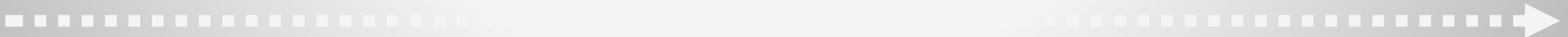
Technology

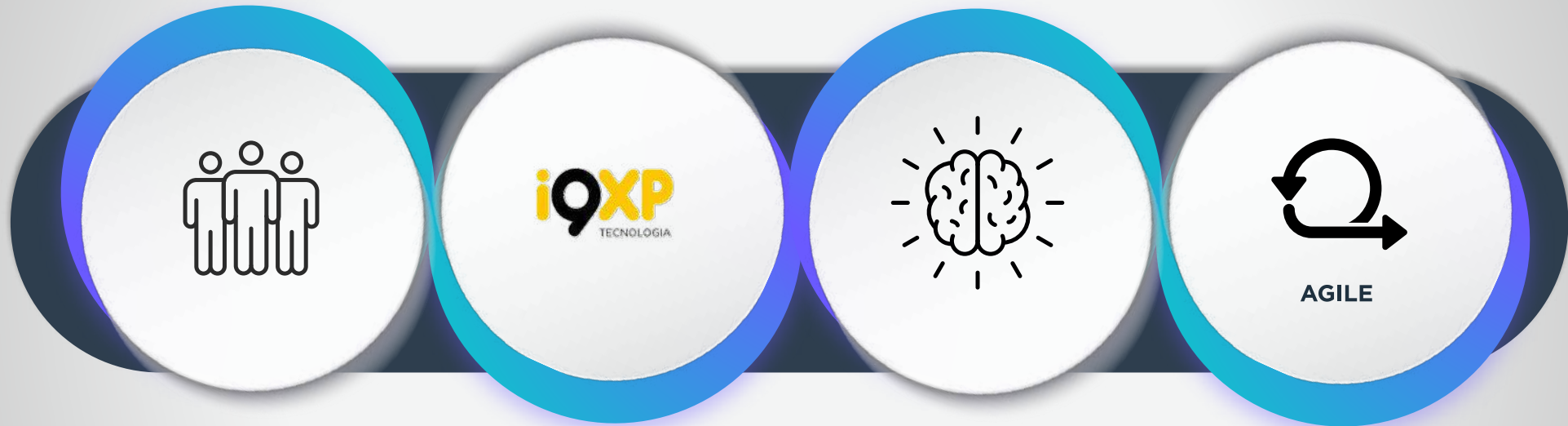
Technology & Business are blended

Business & Technology

New Digital Opportunities

4th Industrial Revolution





Via Techies

1,800 employees
+ 600 to be hired
4 development centers
in Brazil and one in the
USA

I9XP

+150 expert e-commerce
professionals
Edson Tavares
New CTO

+300 Projects
executed
simultaneously

21 journeys
57 tribes
180 squads

Key deliveries 2021



+ APP
conversion



Best online
marketing &
CRM



Same-day
Delivery



Expansion
of Online
CDC



Improvement in
Marketplace
platform

And much more!

DATA INTELLIGENCE

**INTO THE
VEIN**



VIA
INNOVATION &
NEW BUSINESS
DEVELOPMENT

HELISSON LEMOS

Cases of Success



+ 300,000 deliverers

Via's main last-mile delivery operator with nearly 300,000 registered partners.

Novelties in 2021

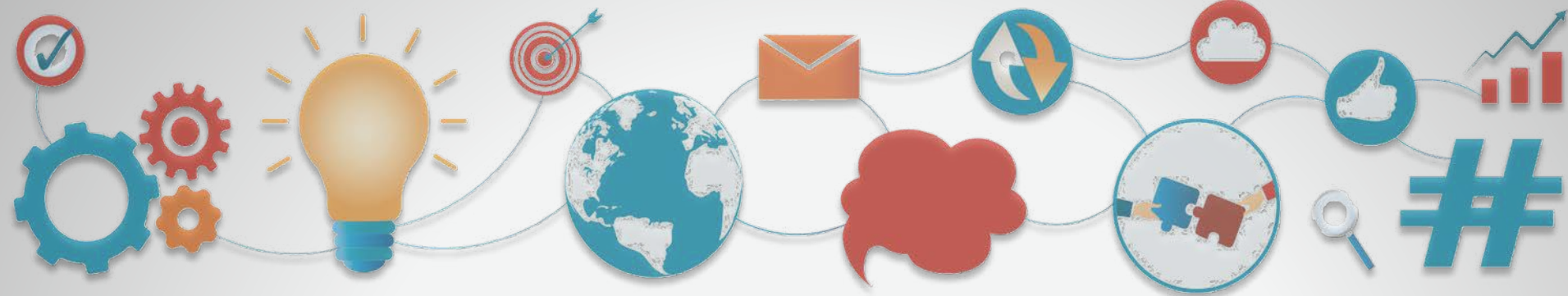
ASAPLog will become a gateway for freights, reiterating our commitment to operational and cost efficiency.



2.0 MM
customers



R\$ 2.3Bln
in portfolio



VIA HUB

Organic expansion with internal development Tech & New Business team to create solutions closer to the core business.



M & A

This is the inorganic expansion with a focus on external shortcut solutions. Today, the focus is technology and human capital.



OPEN INNOVATION

This is a hybrid expansion, as it brings closer open-innovation and internal teams.

DISTRITO

Latin America's largest innovation hub, cooperating with Via's culture of innovation, besides **mapping investment opportunities**.



VIA CVC

*Powered by
DISTRITO*

R\$200,000,000

WITHIN 5 YEARS

FINTECH

RETAILTECH

LOGTECH

MARTECH



vin[®] NEXT

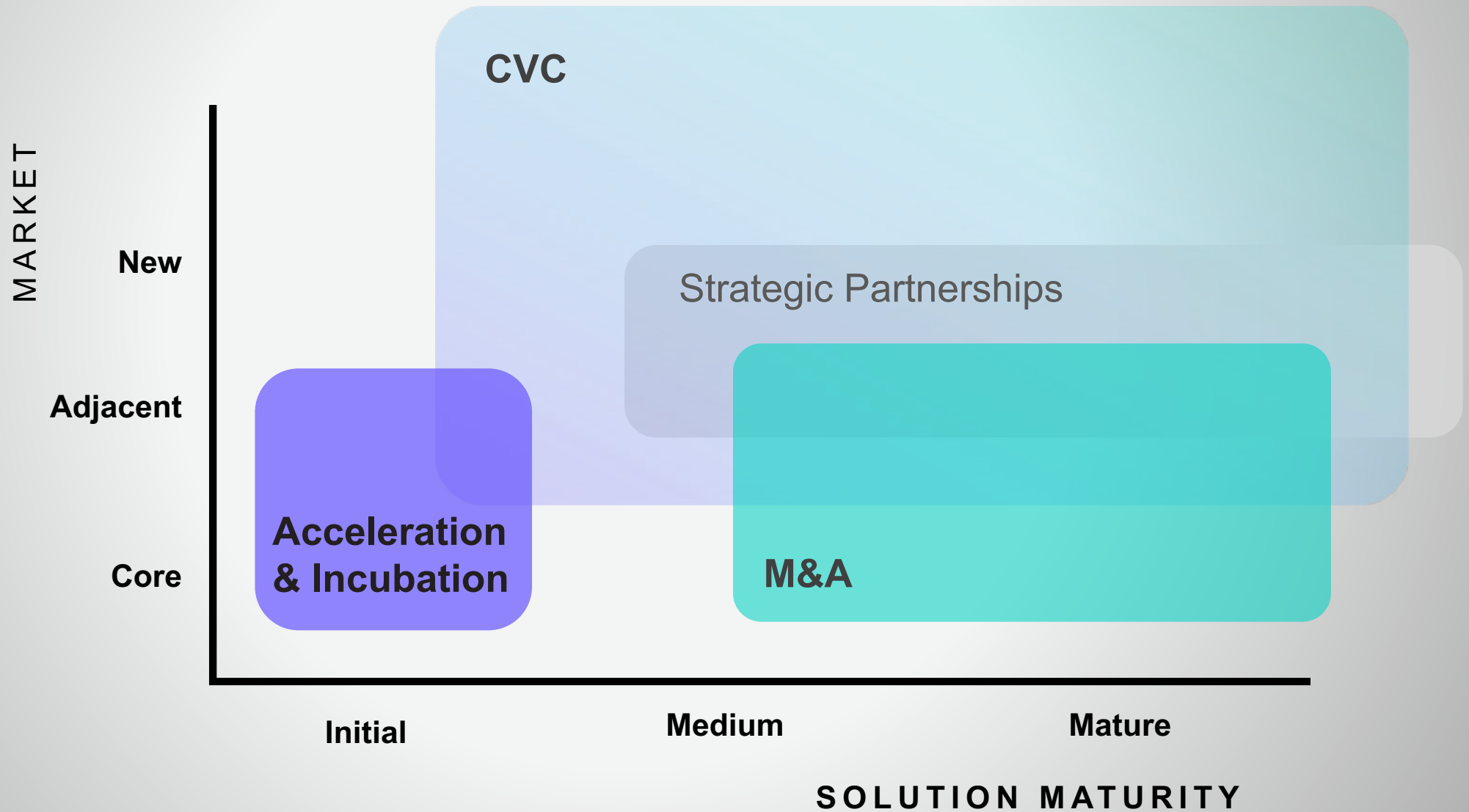
A project that envisages several open innovation and investments alternatives.

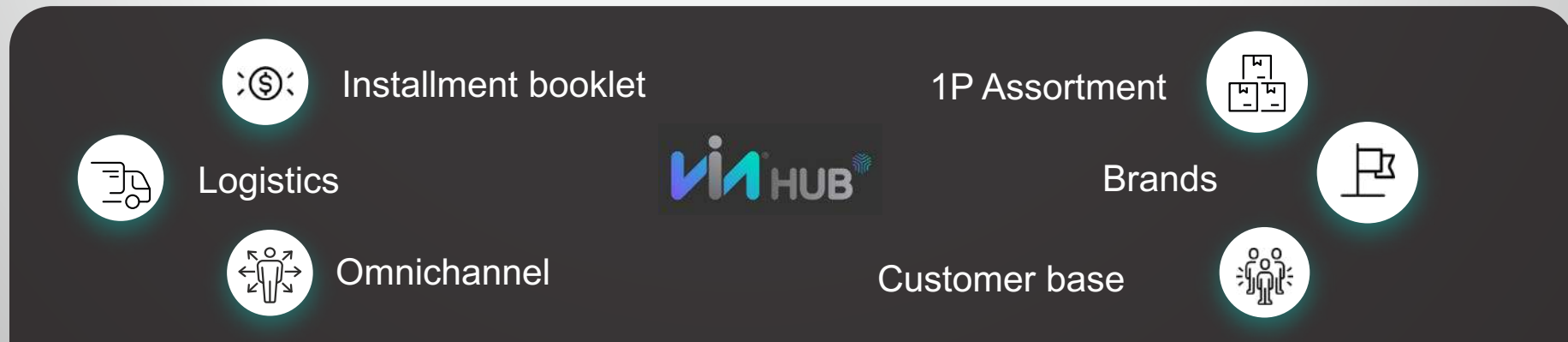
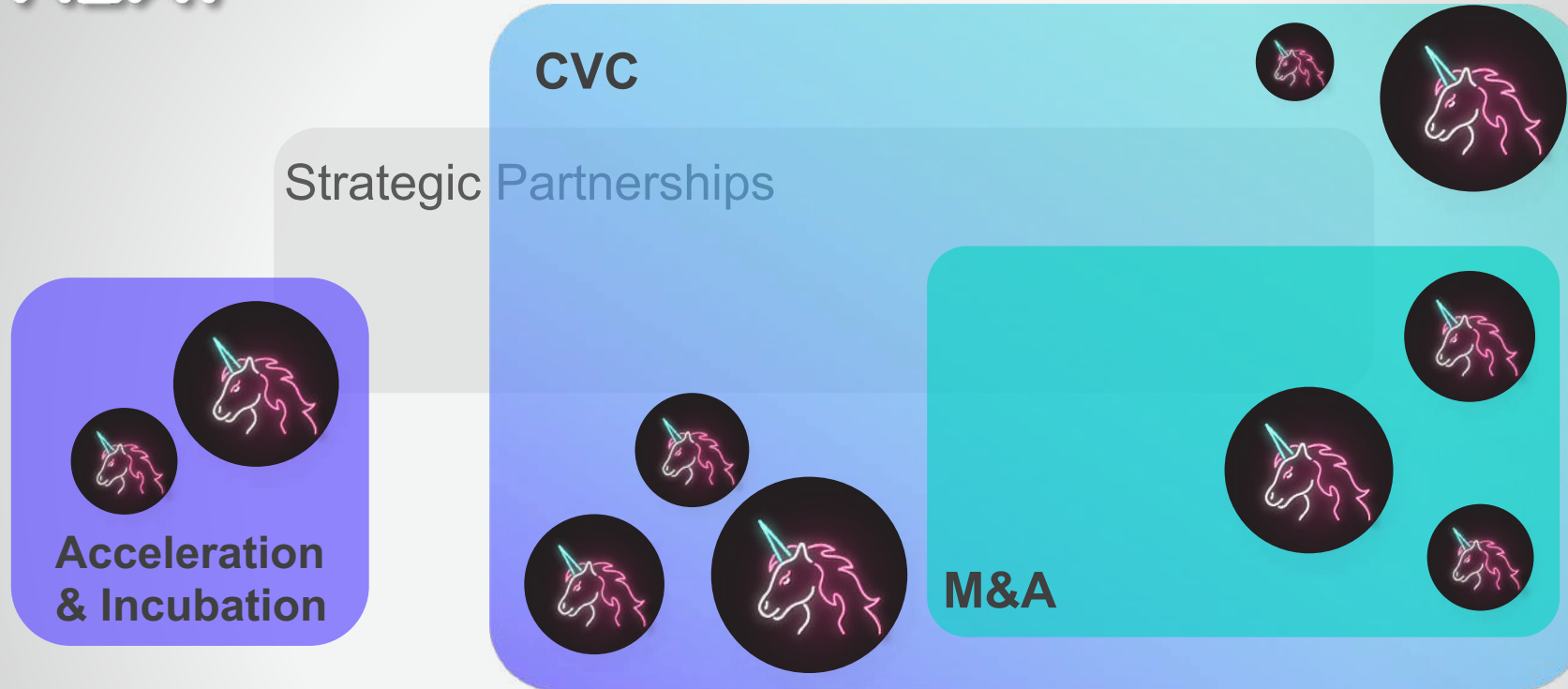
FINTECH

RETAILTECH

LOGTECH

MARTECH







PEOPLE & CULTURE

Rosi Balabram



2/3

renewed |
leadership



Plurality



Over

1,000

new specialists

Appreciation– “Homegrown talent”

Great value for Via

Leadership School

4 pillars



Culture



Performance



People



Digital

In 2021, over 3,000 leaders will receive development programs.

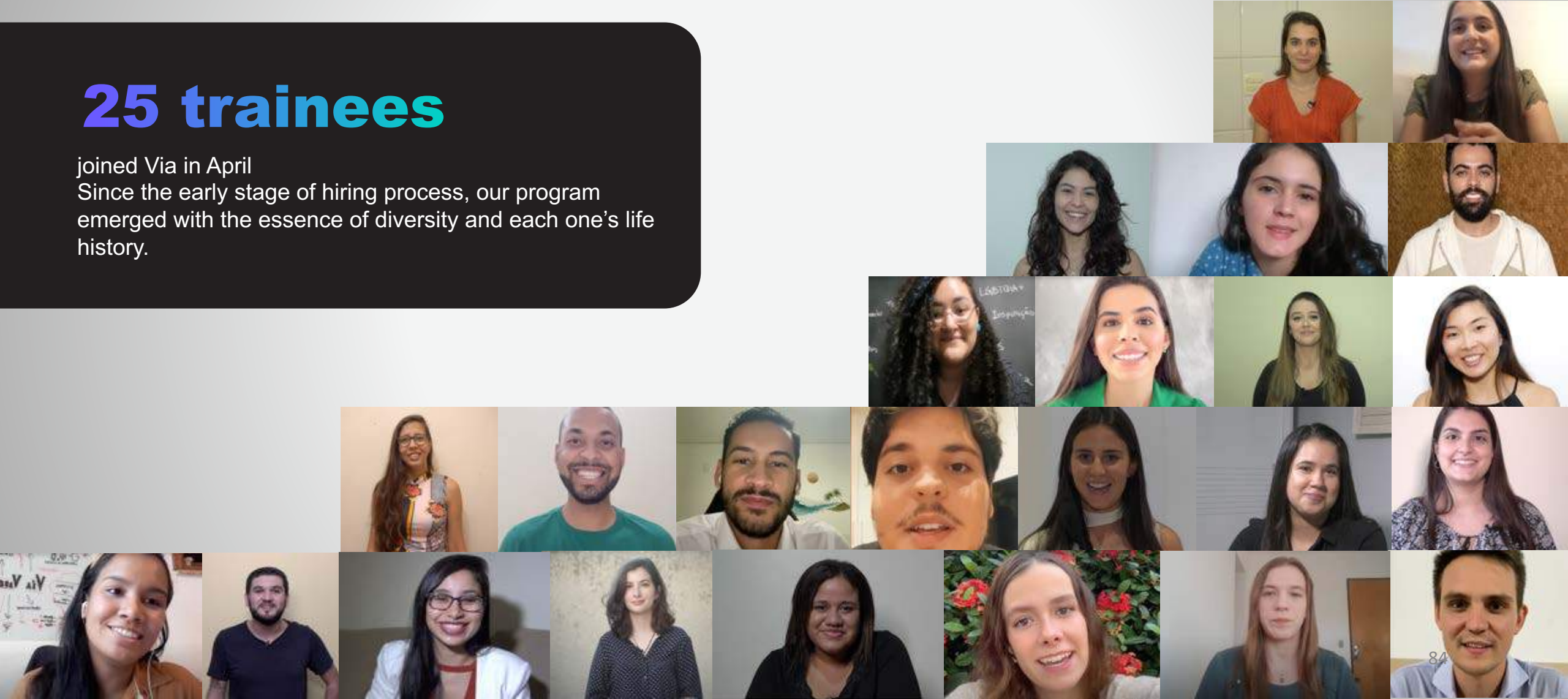


Leaders of the Future

Trainee program debuts!

25 trainees

joined Via in April
Since the early stage of hiring process, our program emerged with the essence of diversity and each one's life history.



VIA Census



54%

**Afro-
descendants**

51%

Women

Working in 21 Brazilian states and the
Federal District

Cultural & regional wealth

Culture at Via



Passion for people



Simplicity & objectivity



Continual innovation



Leading role & collaboration



High performance & recognition



INVESTOR DAY
2021

ESG

ROSI BALABRAM

Governance



Board of Directors

&

Corporate Governance Agenda

In 2020, we renewed our Board of Directors and restructured our Governance:

Committees

- Audit Committee;
- Risk & Compliance Committee;
- People, Innovation & Governance Committee;
- Financial Committee.



ESG 2021

ESG Goals for everyone

Objective of joining sustainability indexes

Promote the alignment between:

- Business scenario and the environment
- Digital & financial inclusion
- Circular economy by expanding marketplace sellers

Social Initiatives

60 years Casas Bahia Foundation:

411,000 people directly benefited

2,000 women entrepreneurs benefited and 11,000 women trained

Inclusion

46,000 employees trained

42% women

45% afro-descendants

Trainee, Leaders of the Future and Affinity Program

Many sustainable initiatives

90% of renewable energy until 2025 | Reverse logistics

Reduction of CO₂ emission



Greater acquisition of medium voltage in the free market in 2021.

Solar power plant in Minas Gerais, 79 stores supplied in this state



Acquisition of ENEL X platform to manage water and energy bills.

Qualitative gains in information, reliability and traceability of data, besides promoting energy efficiency and resource management.



Reduced GHG gas emissions

In 2020, we acquired ASAP Log, which employs lighter modes.

Electric vehicles are used in the fleet as of 2021.



+5,200

tons of waste recycled in 2020



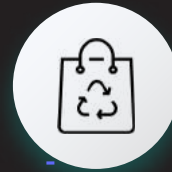
250 households connected to 11 partner cooperatives.



Reverse logistics of electronic products at stores.

400 points of collection

3-fold increase in points of collection for used electro-electronic products



Recovery of returned products.

94%

Recovery index of electronic products and home appliances

Recovery and resale of more than one million products and +24,000 parts are sent for sustainable disposal in 2020



VISION 2025 VIA

ROBERTO FULCHERBERGUER

CEO

Market Vision 2025E



~ **R\$2.6 TRILLIONS**
TOTAL RETAIL



R\$ 500 BILLIONS
ONLINE RETAIL



**E-commerce
penetration**

from **8%** in 2020
to **19%** in 2025



**CAGR
TOTAL RETAIL**

6%
2020-25E




CAGR ONLINE

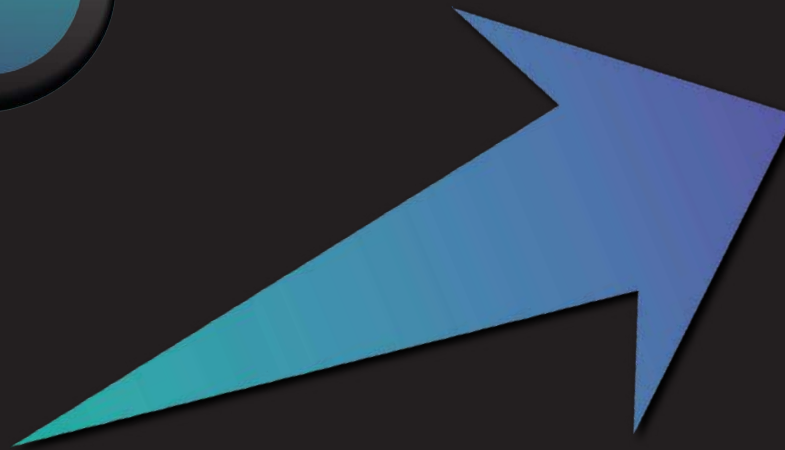
24%
2020-25E

* Estimate of growth and market size for total retail and e-commerce based on several Research reports published recently Itaú BBA on March, 29/2021, Morgan Stanley on April, 06/2021, BTG Pactual on December 8/2020, Goldman Sachs on March, 22/2021, JP Morgan on March 2/2021 and UBS on March 16/2021

Online market share evolution


R\$ 500 BILLION
ONLINE RETAIL

2019



2025E

7.041


ONLINE
>20%

Via 2025E

Total GMV 2025E

2/3 ON

1/3 OFF

banQi 2025E

TPV
R\$440 mm*
2020


Breakeven
in 2022

TPV
20x
2025E

* TPV of the last 12 months

Financial Services 2025E

Loan Portfolio

7x

CDC offline

50%

CDC online

35%

banQi

15%

The estimates are valid until their effective completion or until new analyzes and / or reviews are carried out by the Company's management that identify different values for the estimates presented as a result of changes in the assumptions used, observing that the review will be, at least, annual.

The estimates presented herein are mere estimates of the Company's management, are subject to risks and uncertainties and in no way represent a promise of performance. In the event of a material change in these factors, the estimates will be reviewed. The information on business prospects and estimates are mere forecasts, based on management's current expectations regarding the future of the Company. These expectations depend on market conditions and the Brazilian economic scenario and the countries in which we operate and the sectors in which we operate. Any change in perception or in the factors described above may cause the concrete results to differ from the estimates presented.

The 2025 Estimates are based on the budget approved by the board for the current year, as well as the strategic plan for subsequent fiscal years.