

1T21 RESULTADOS VIA

Para você,
onde, quando
e como quiser.



Sozinhos, pensamos grande. Com você, pensamos gigante.

DESTAQUES 1T21

GMV BRUTO TOTAL

R\$ 10,3 bi
+27% a/a

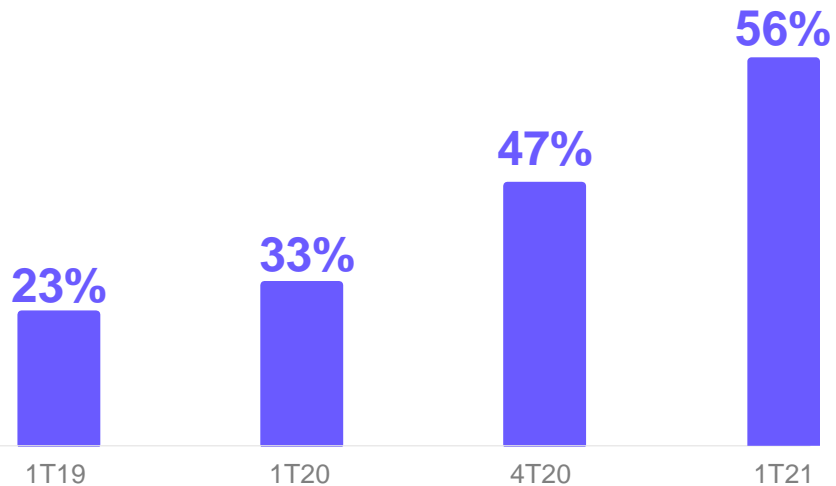
1P

R\$ 4,0 bi
+123% a/a

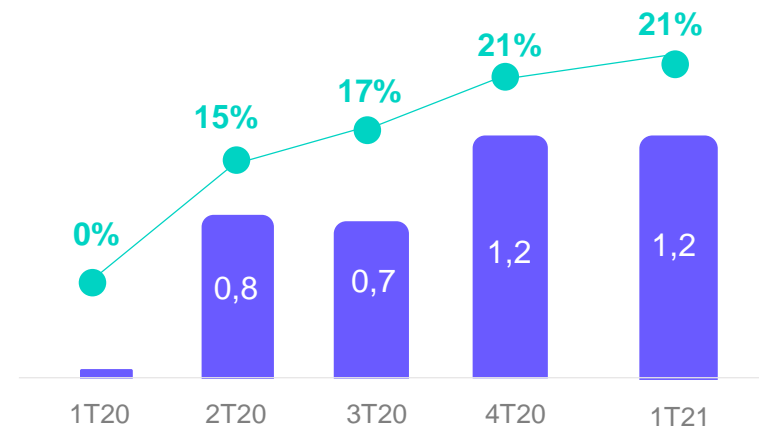
3P

R\$ 1,0 bi
+124% a/a

% de participação das vendas digitais

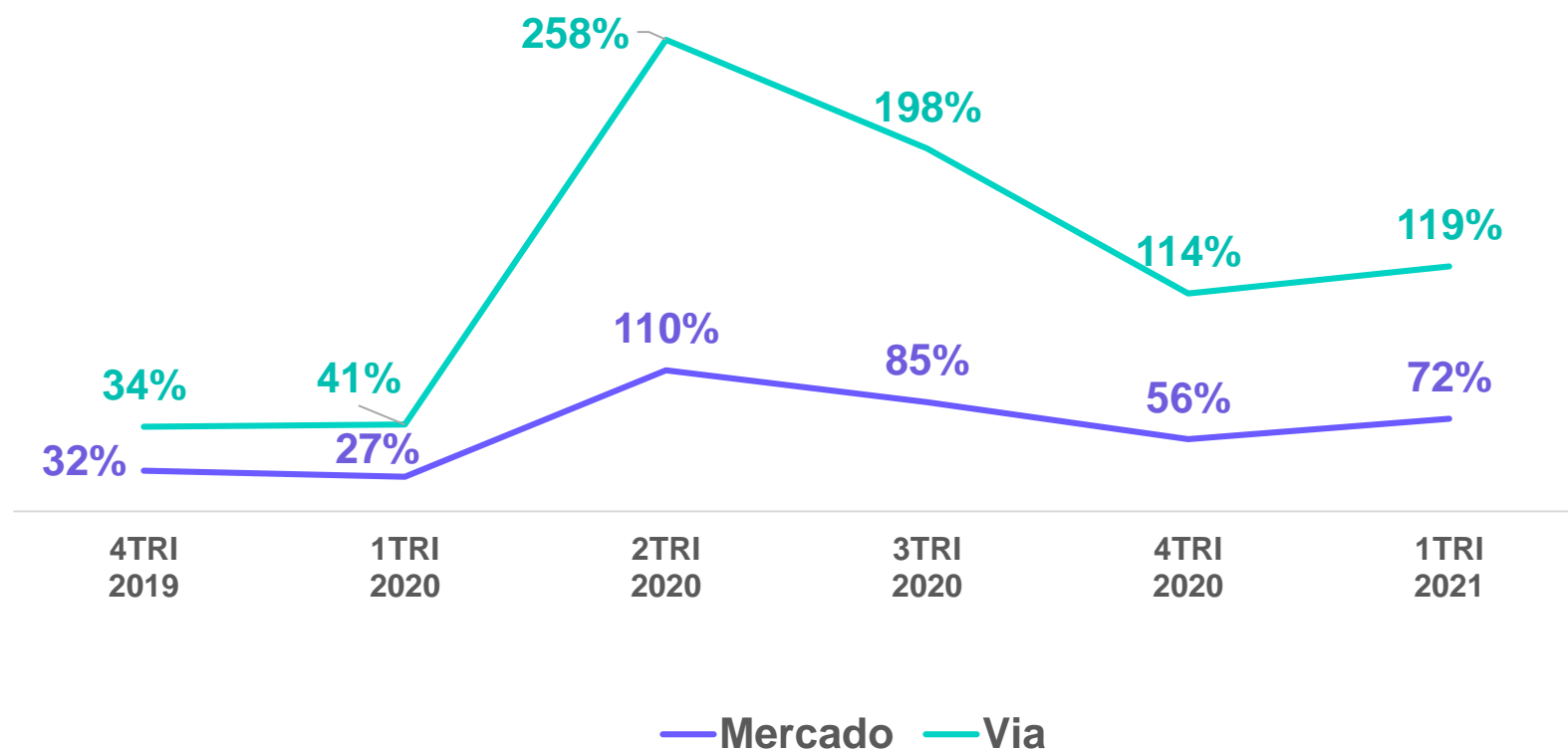


Participação do vendedor online nas vendas digitais



Desempenho Online: 6 trimestres consecutivos de crescimento acima do mercado

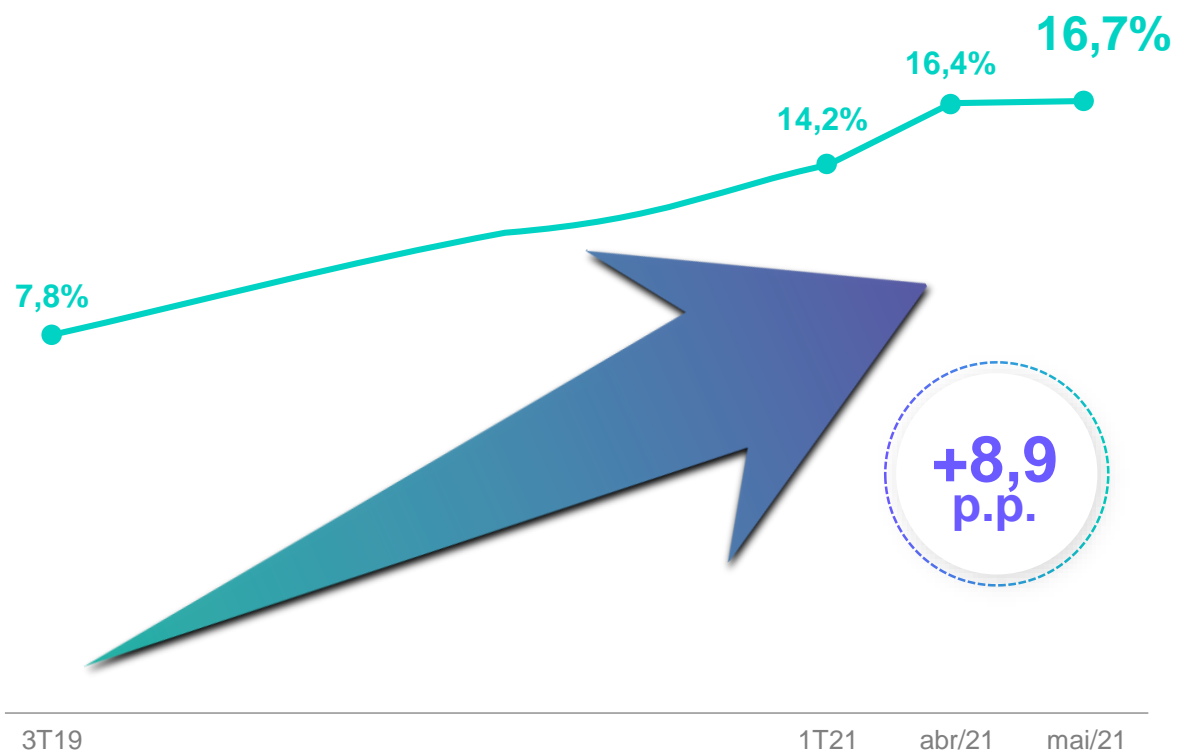
Desempenho VIA vs mercado a/a ⁽¹⁾



⁽¹⁾ Fonte: Compre & Confie amplo. Mês de maio até dia 10

Mercado Online: 8,9 p.p. de ganho de Market share acumulado desde 3T19

Evolução participação de mercado online⁽¹⁾



⁽¹⁾ Fonte: Compre & Confie amplo. Mês de maio até dia 10

Resultados 1T21



Resultados 1T21



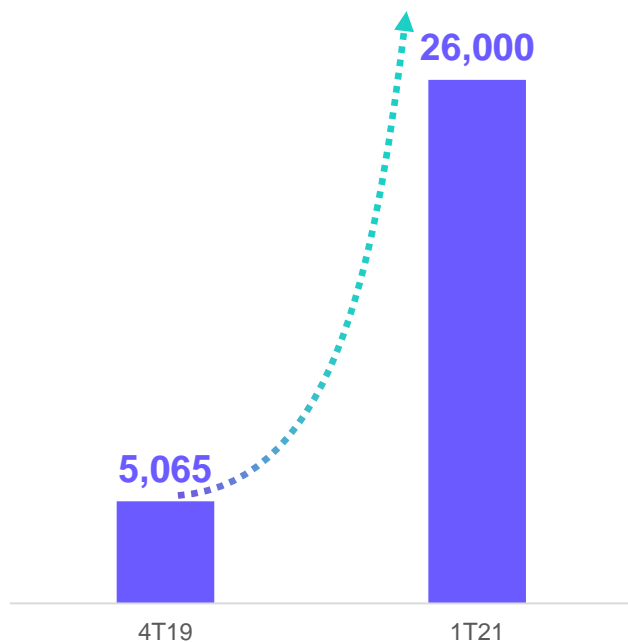


Marketplace

A arrancada do Marketplace

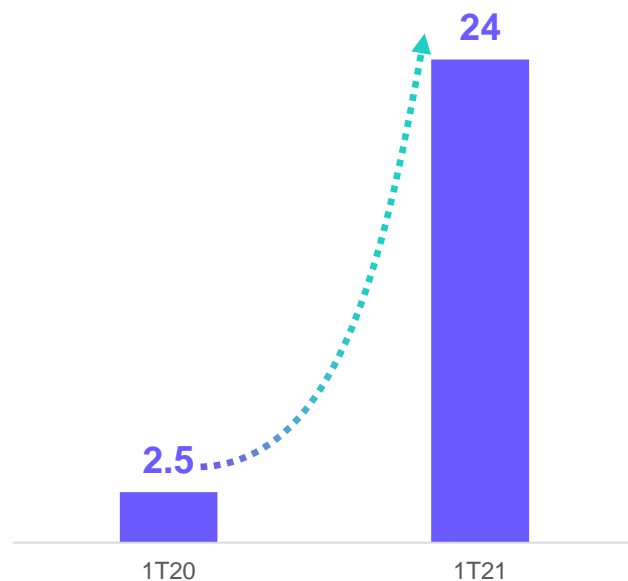
Evolução # de sellers

(Milhares)



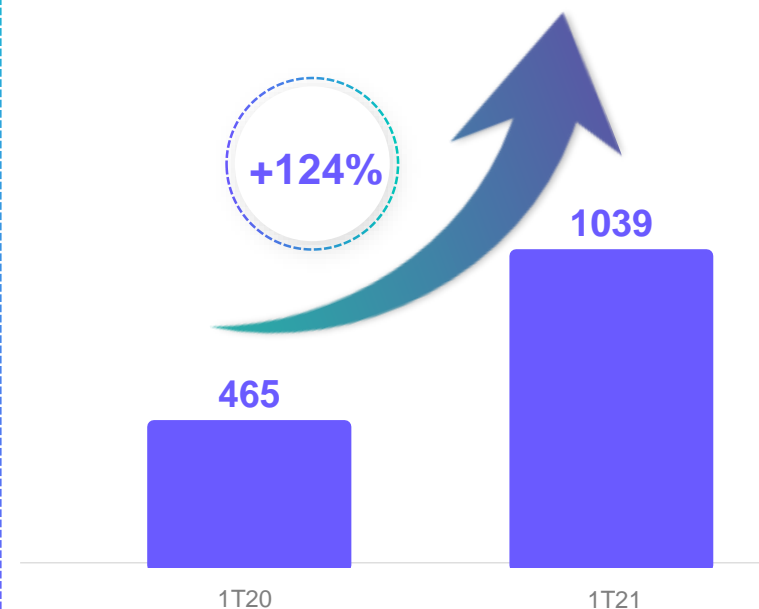
Evolução SKUs

(Milhões)



Evolução GMV 3P

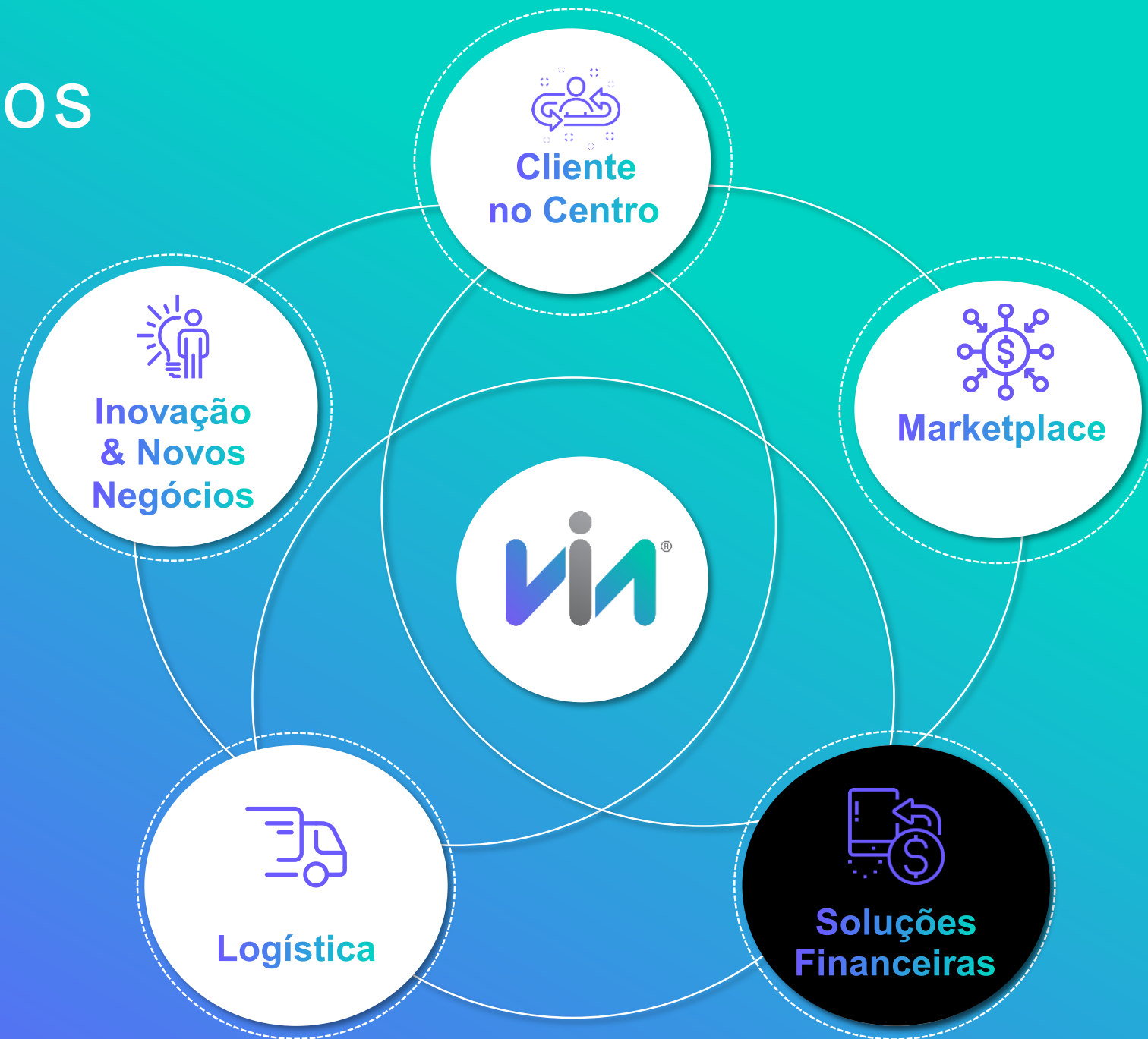
(R\$ Milhões)



Entregas Marketplace 2021



Resultados 1T21

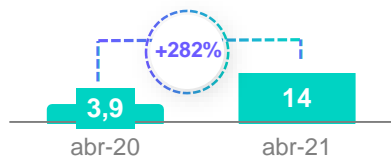




Crediário

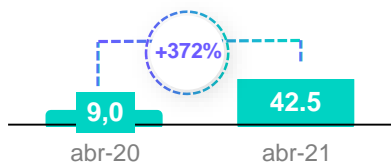
Evolução da Base de Clientes Pré-Aprovados

Qtd clientes (# MM)



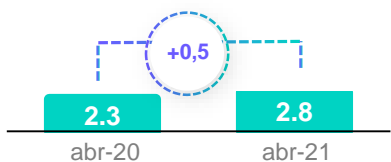
+11MM

Limite estimado (R\$ bi)



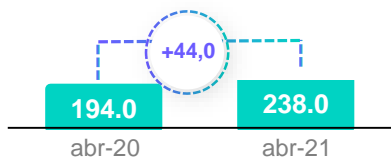
+R\$33 bi

Limite médio (R\$ mil)



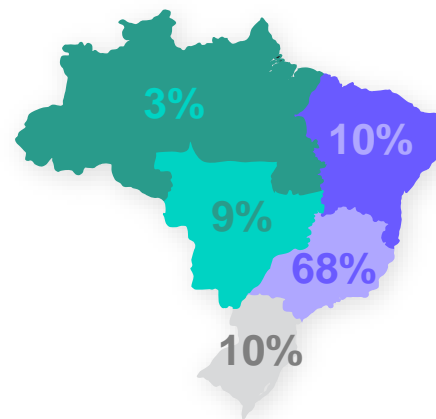
+R\$500

Parcela média (R\$)

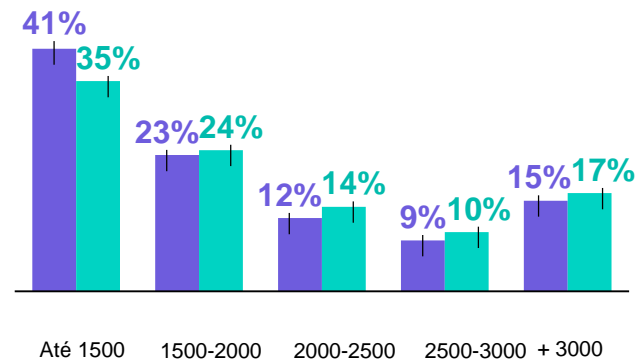


+R\$44

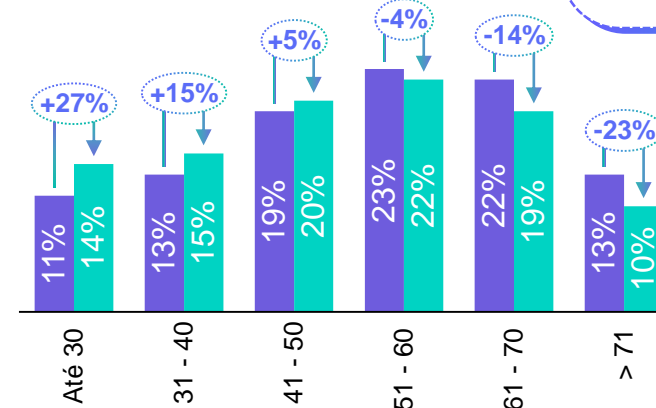
Região



Renda

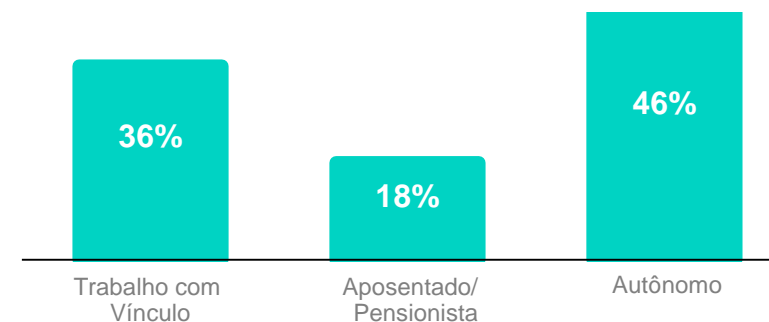


Idade



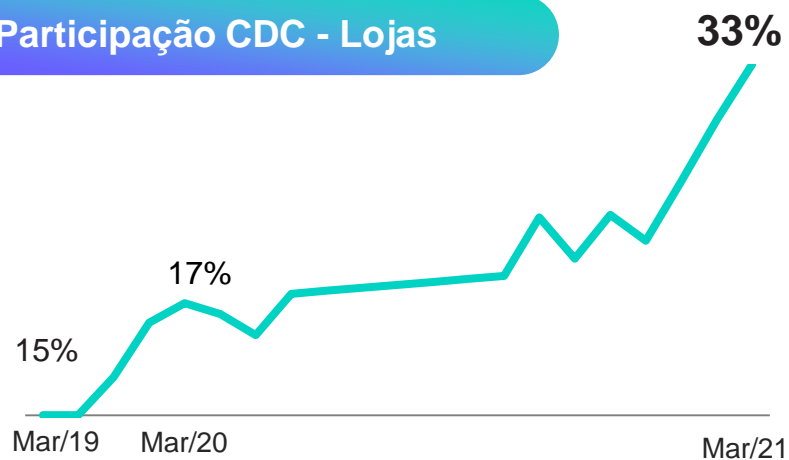
Cliente com **baixo** risco de inadimplência

Ocupação



Crediário | Evolução da Produção 1T21

Participação CDC - Lojas



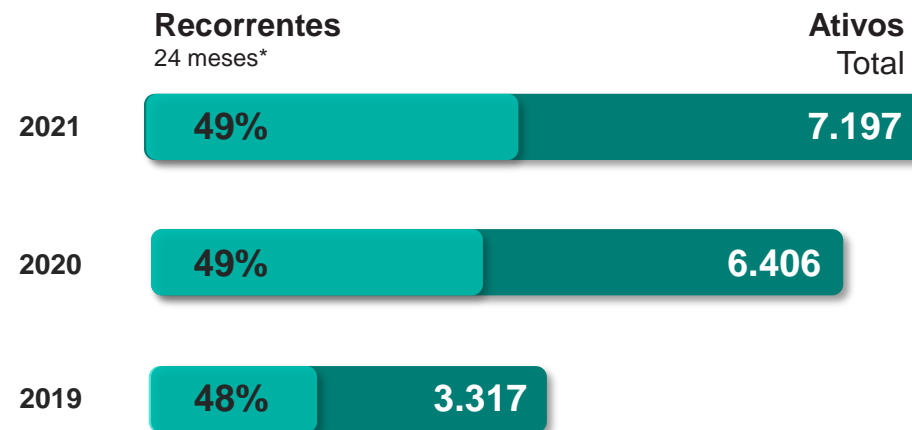
Crescimento na participação em **77,3%**

+ 14 MM de clientes pré aprovados

+ 500K novos contratos por mês

*CPFs que fizeram 2 ou mais compras no crediário nos últimos 2 anos.

Qtd de Carnês Ativos e Recorrência

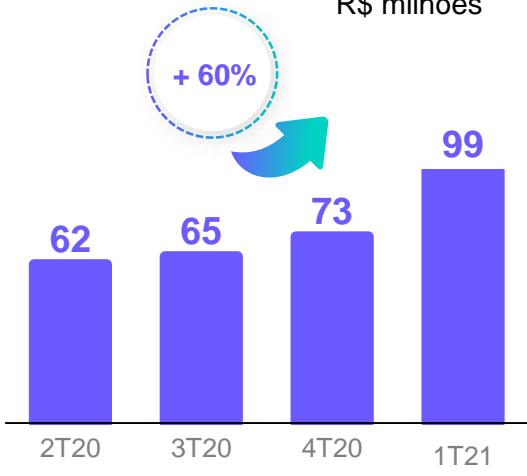


Crediário - Digital

Evolução da Produção

Produção Crediário

R\$ milhões



9 MESES OPERAÇÃO
+ R\$ 300 MM de Produção

+ 25 MM clientes
no canal digital

Solução
de mar aberto

Tendência
crescente para os
próximos trimestres

+ 500
Municípios sem
Presença Física

Fidelização
de sellers

Experiência dos nossos clientes

Uso do carnê Digital:

Recomendo **Cartão** Possibilidade
Gostei **Limite Prático** **Recomendo**
Opção **Ideal** **Simple** **Fácil** **Limite**
Cartão **Rápido** **Pagamento** **Parcela**
Forma **Recomendo** **Prático** **Gostei**

44%

Única opção
de compra

86

NPS

95%

Sem dúvidas
na jornada
de compra

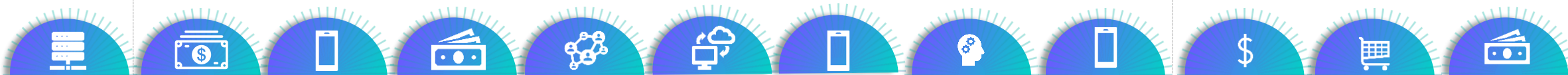
CREDIÁRIO | Evolução



2019

2020

2021



Nov Fev Mar Abr Jun Jul Ago Out Nov Jan Fev Mar

Crediário apenas Físico

Renegociação digital de cobrança.

Soft Launch Crediário digital

Lançamento Painel automático Loja
Automação 78% -> 96%



Ecosistema Omnichannel de Cobrança.



+3Mil variáveis

29 Modelos Machine Learning

Score Positivo

Estratégia de Personas



Mar Aberto no Crediário Digital 25MM de Clientes

Precificação por Risco

Crediário no banQi

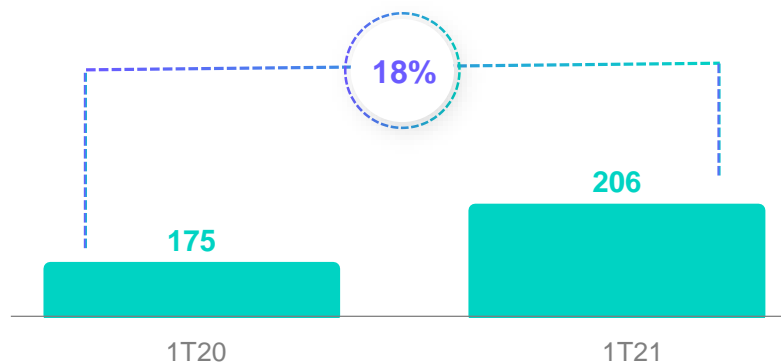


Crediário além do Varejo CAAS / Parcerias

Cartões

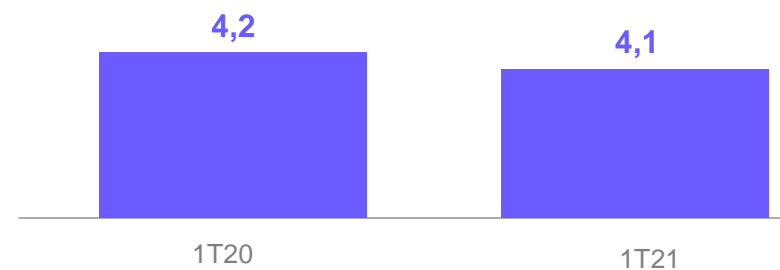
Total de Novos Cartões

(# mil)



TPV Total Cartões*

(Em R\$ bilhões)



2,5 MM de clientes
em cartões co-branded



Redução do tempo
de contratação



Fortalecimento
das ações comerciais



Revisão da
Jornada do cliente



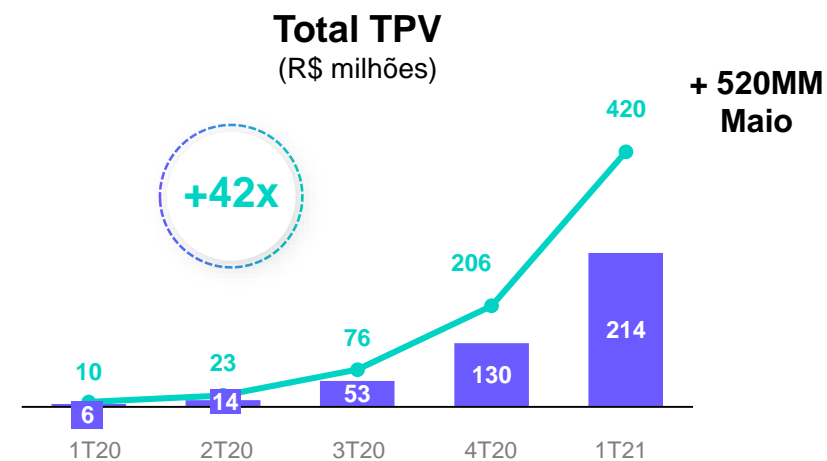
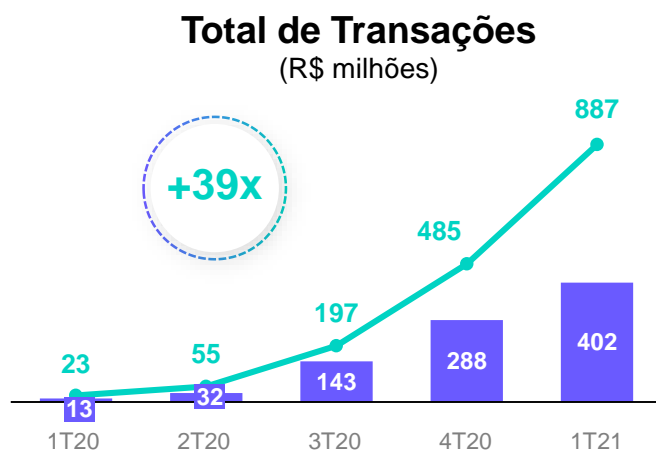
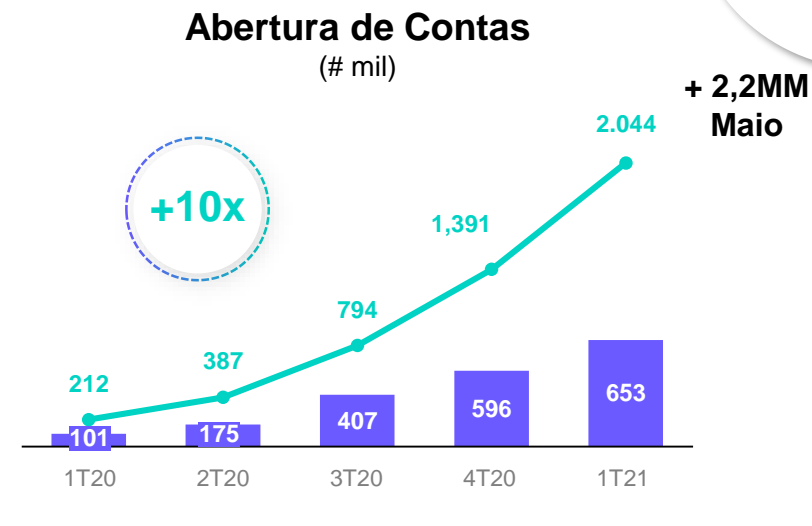
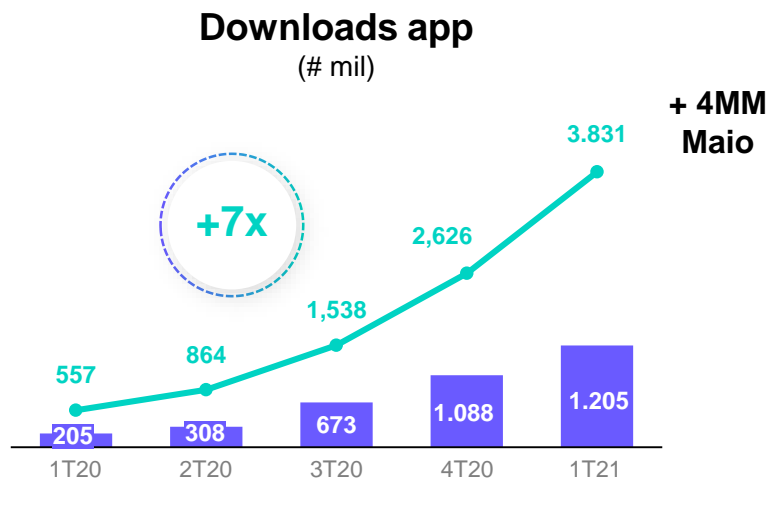
R\$ 1,4 Bi
TPV mensal



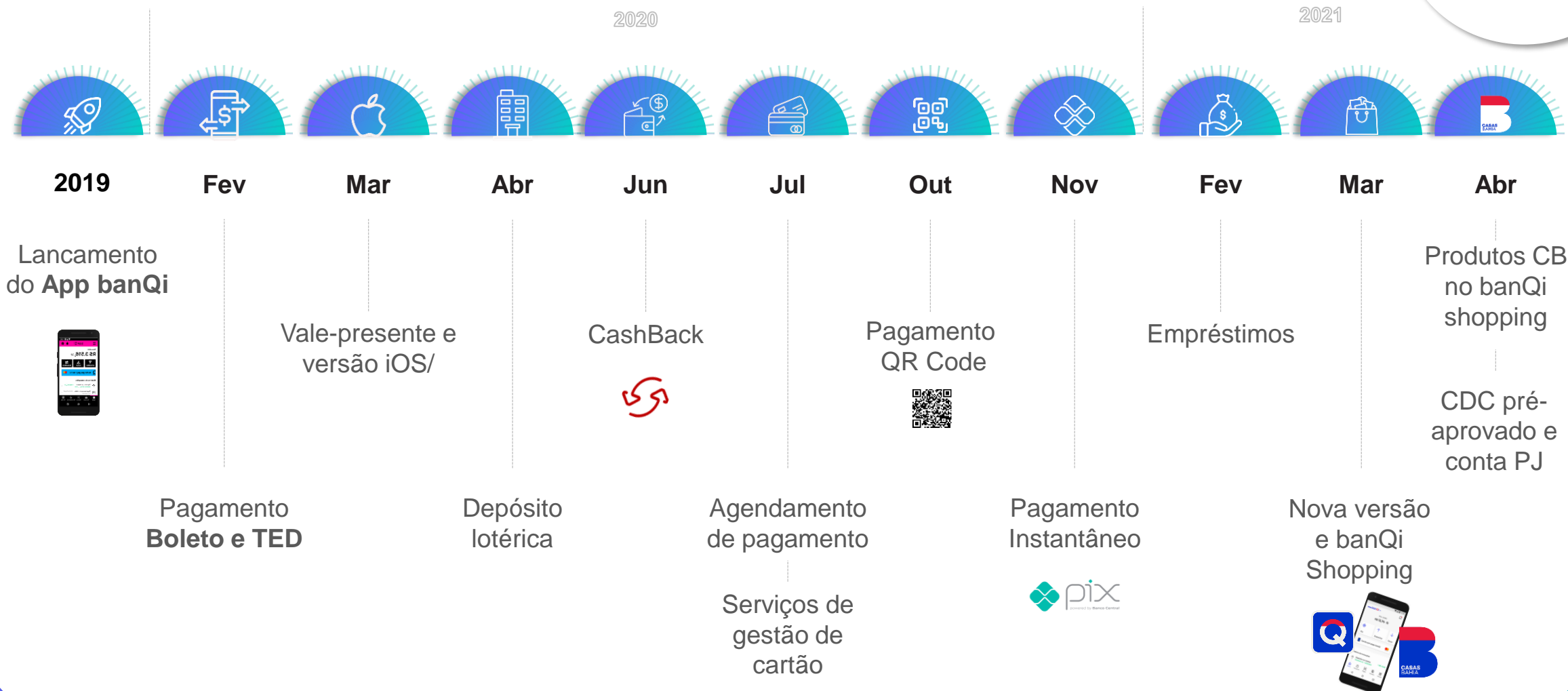
Maior engajamento
do cliente

*Total de compras on-us e off-us nos cartões Casas Bahia e Ponto obtido junto as financeiras parceiras

BanQi | Grandes Números



Evolução do app banQi



Resultados 1T21



Logística é outra grande fortaleza



Logística

Até
15%

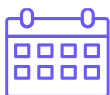
das vendas são **Same Day Delivery** onde temos lojas e CDs
Pedidos aprovados até 12h

42%

dos pedidos são entregues em 24h
e 65% em 48h

Precisão Geral
nas entregas no prazo:

98% Pesados
99% Leves



50%

dos sellers ativos na
Plataforma Envvias

Retira Rápido e HUB logístico

100%
das nossas lojas
com retira em 2 horas



ASAPLog

um dos maiores operadores
logísticos do país

300 mil entregadores

45%

dos Produtos Entregues tem + de
30kg

ASAPLog

100%

Das entregas "ship from store"



Somos uma plataforma
logística
aberta ao mercado



100%
das cidades com
entrega

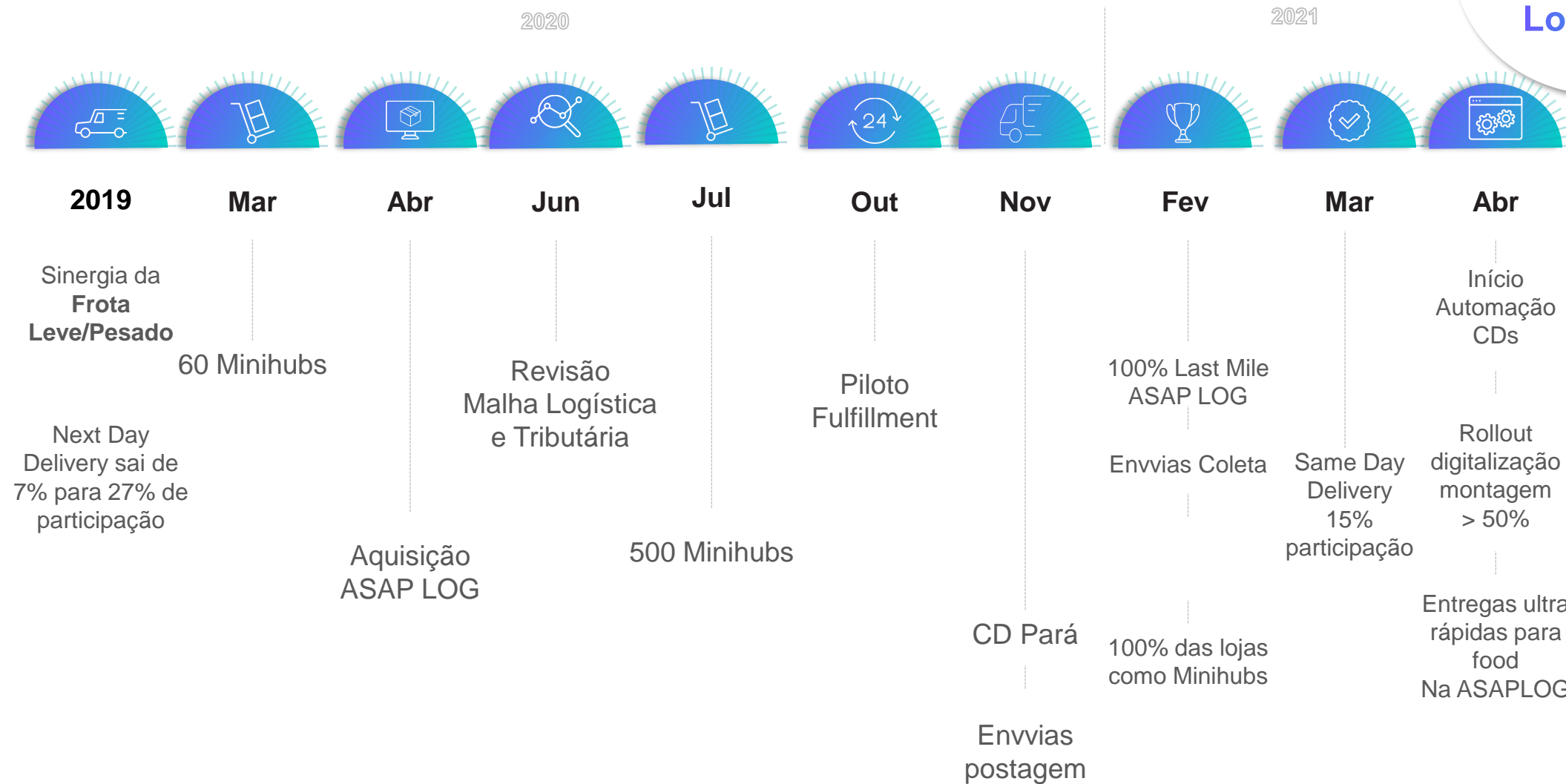


2,6 Milhões m²
4 mil veículos
(Incluindo elétricos)

Evolução da Logística



Logística



Resultados 1T21





**Inovação
& Novos
Negócios**



VIA HUB

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



M & A

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



OPEN INNOVATION

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

CVC DA VIA *Powered by
DISTRITO*

R\$ 200.000.000

EM ATÉ 5 ANOS

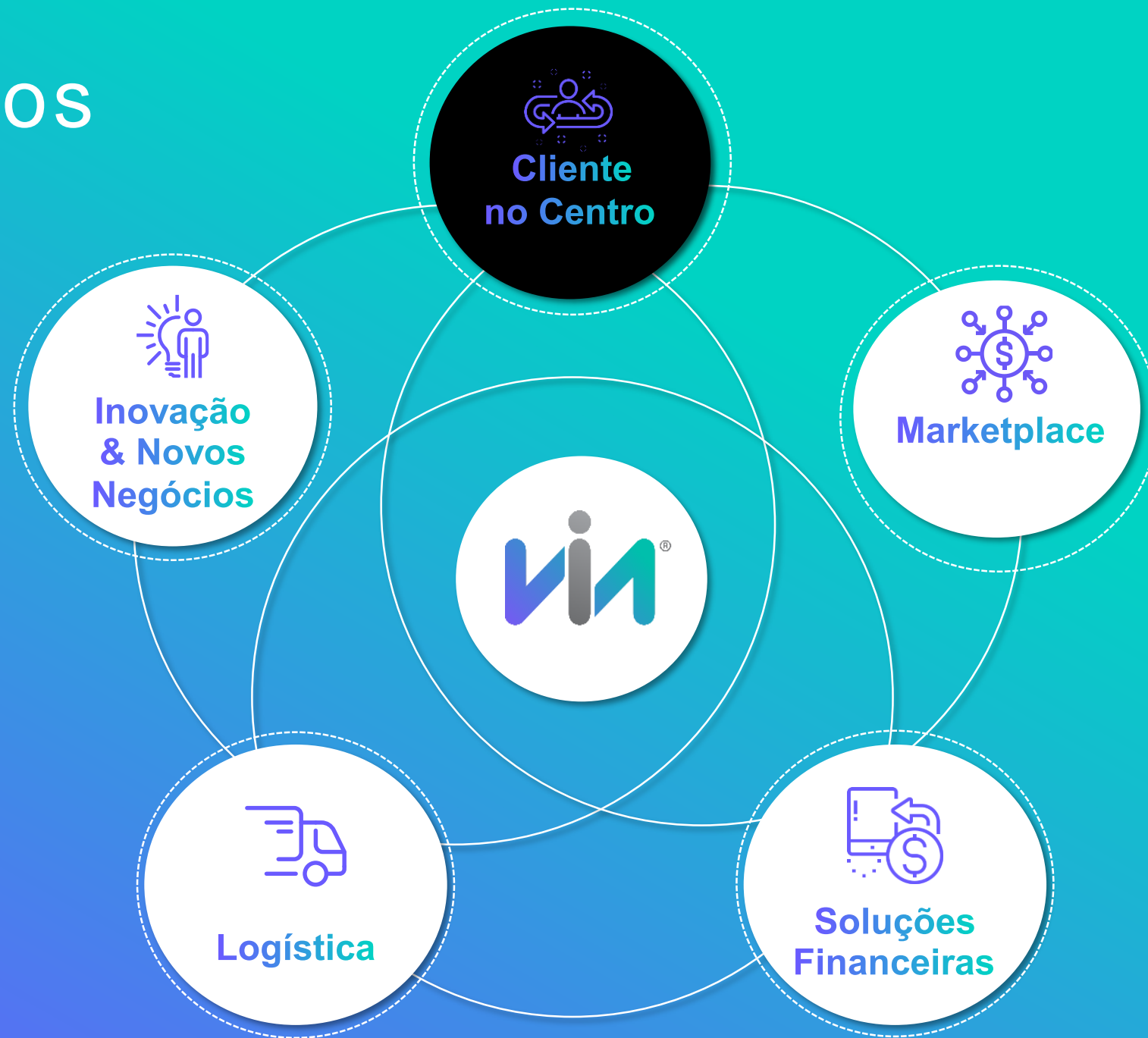
FINTECH

RETAILTECH

LOGTECH

MARTECH

Resultados 1T21



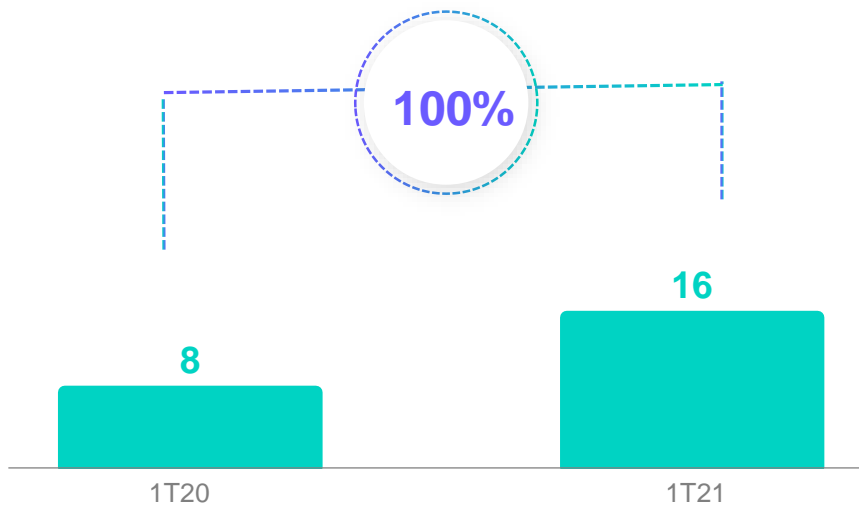
Frentes de atuação para aumento do LTV



Cliente
no Centro

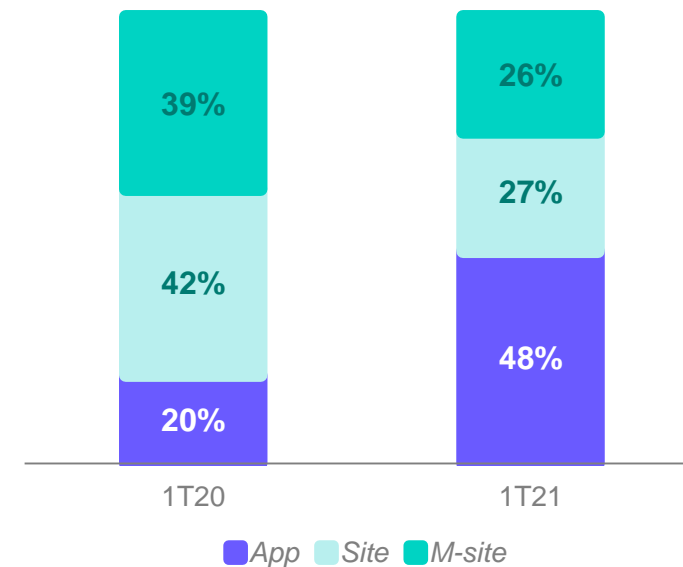
Evolução MAU

(em milhões)



Participação por tipo de acesso

(vendas digitais)

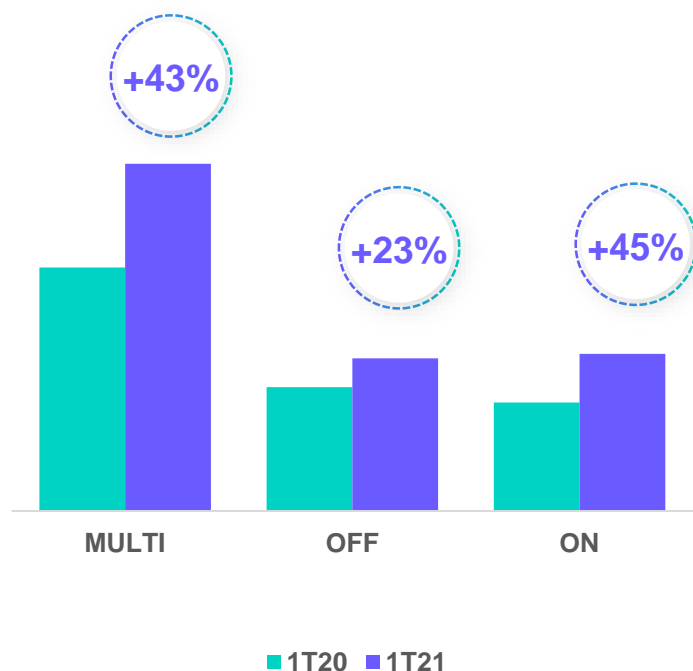




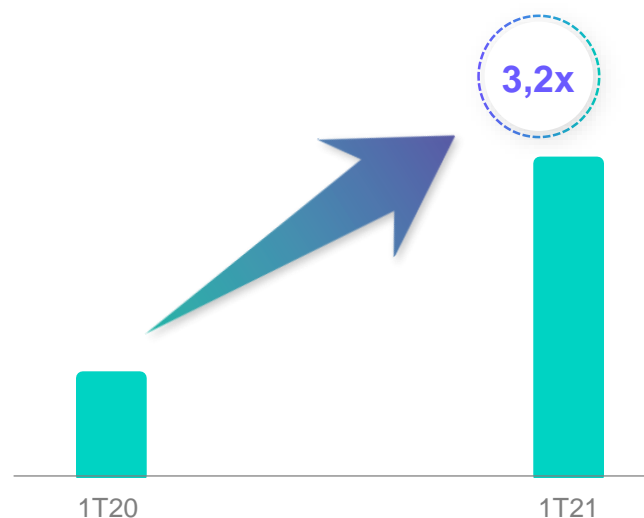
Cliente
no Centro

Aumento do spending, rentabilidade e mudança da base

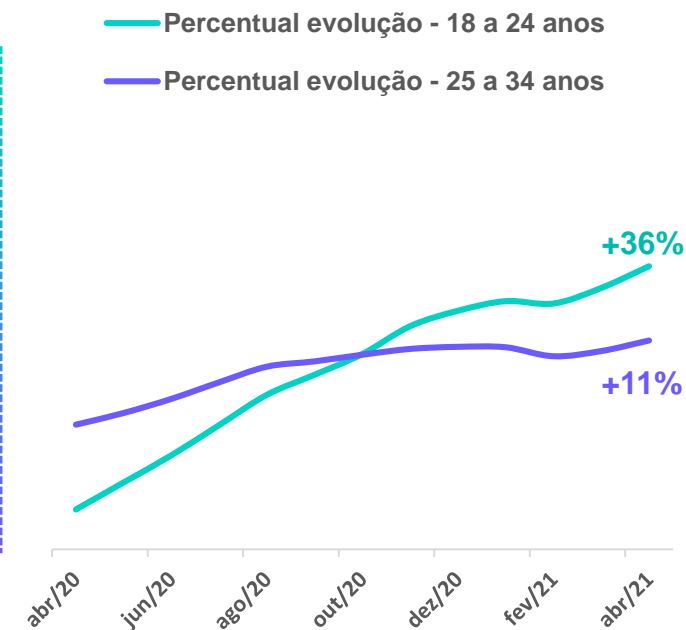
Evolução do spending de clientes por canal



Receita média por cliente no app - ARPU



Crescimento % de clientes jovens na base



CB Play importante ferramenta de fidelização


Cliente
no Centro

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

Conversão do app apresentou melhora de **42%** vs. mês anterior

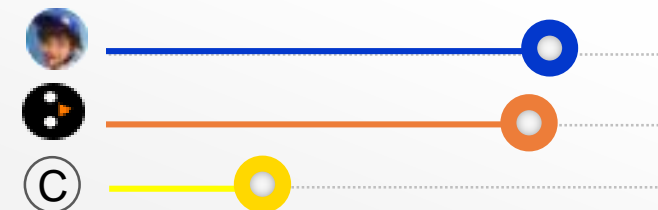
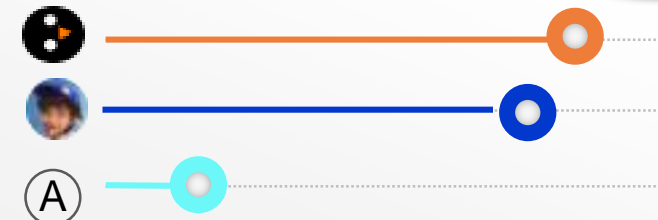


Crescimento do engajamento

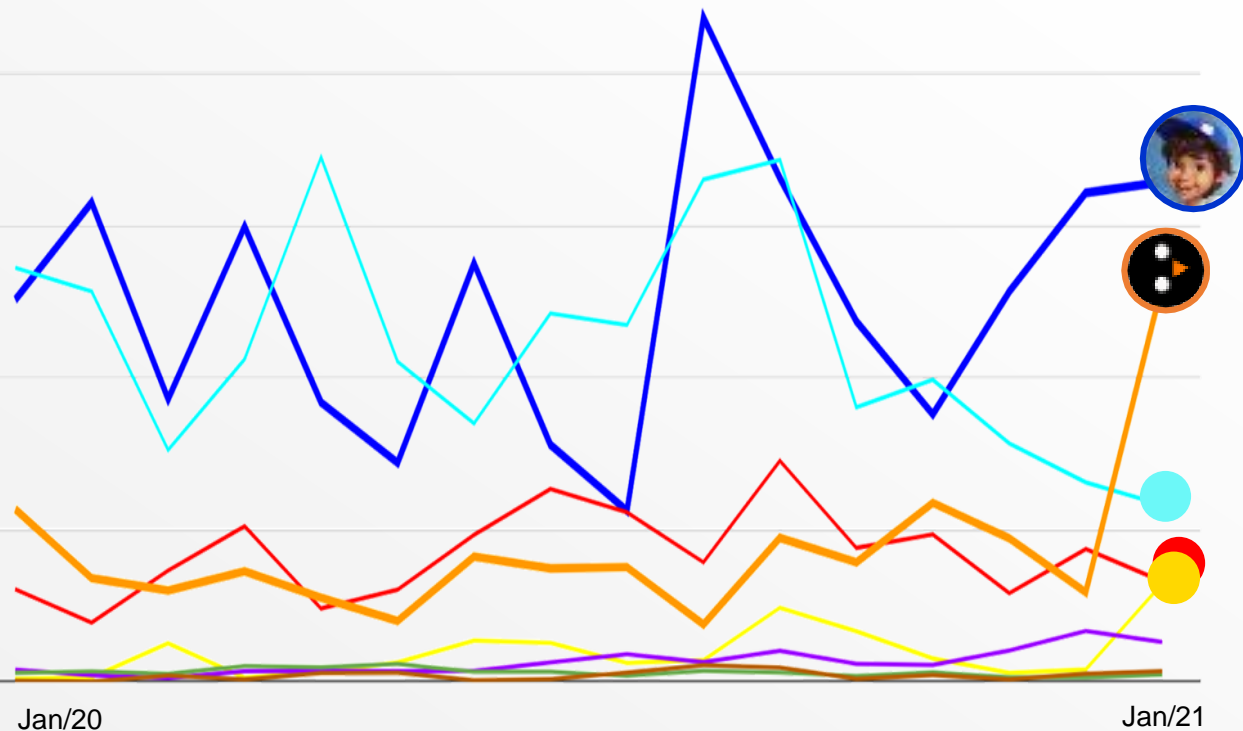


Cliente no Centro

Por Redes Sociais



Jan/2020 vs Abr/2021



Fonte: Socialbakers






Cliente
no Centro

Melhoria nas notas dos APPs

Ao longo do ano de 2020, conseguimos ter um aumento em nossa avaliação dos 3 aplicativos.

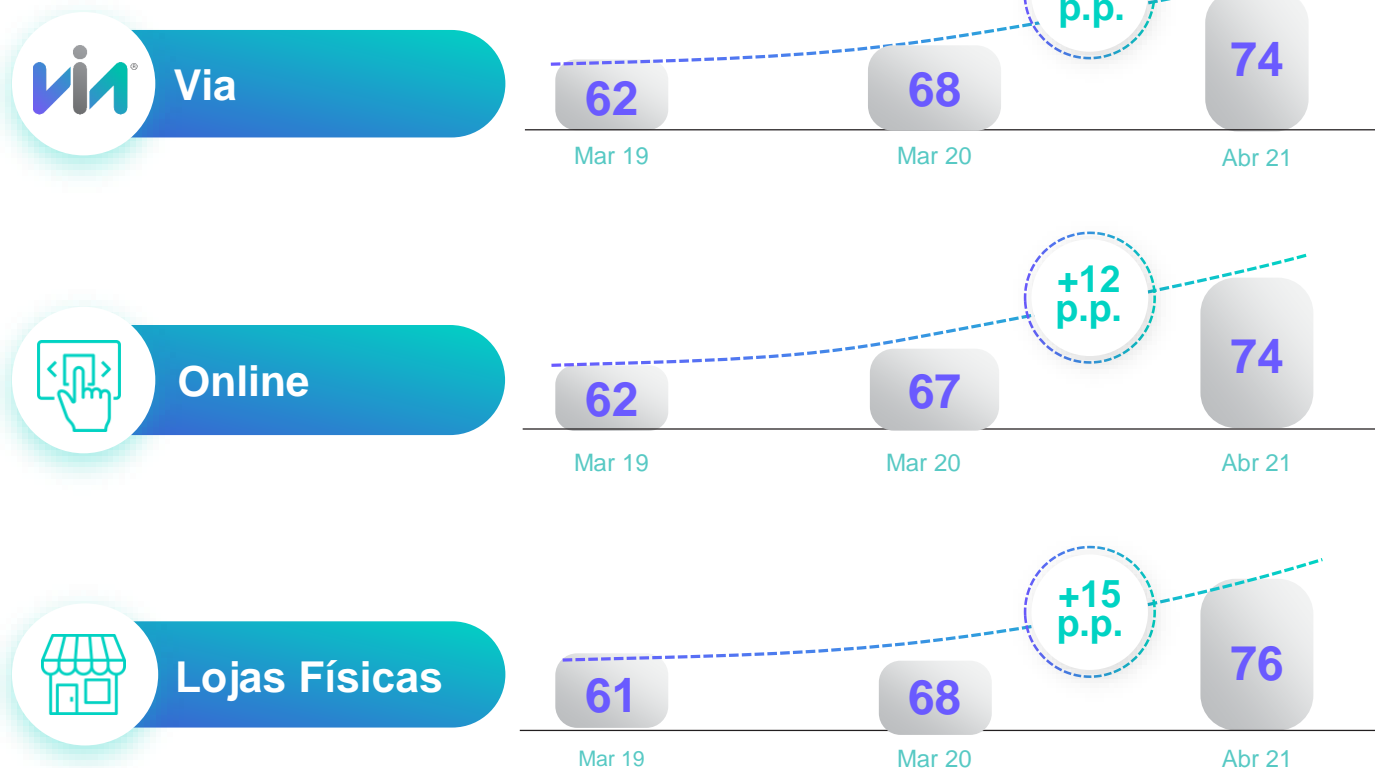
No 1T21, conseguimos manter nossas avaliações acima da média do mercado

	Janeiro/2020	Março/2021
	3,18	4,71
	3,09	4,68
	2,69	4,67

Avanços positivos na experiência do cliente



Evolução do Net Promoter Score (NPS)



ReclameAQUI

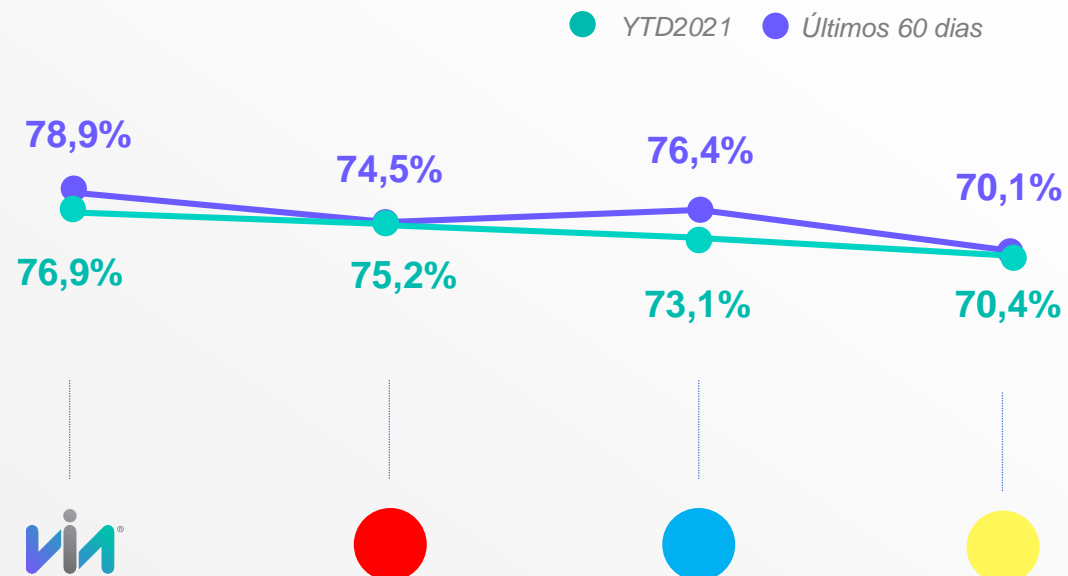
Reclame Aqui (RA)	Notas 2020	Notas Últimos 6 meses
Online 1P	Casas Bahia	6,7
	Ponto	6,8
	Extra.com.br	6,9
Online 3P	Casas Bahia	7,1
	Ponto	7,4
	Extra.com.br	7,1
Lojas Físicas	Casas Bahia	7,2
	Ponto	8,9



Melhora na resolução



- **76,9%** no ano de 2021
- **78,9%** nos últimos 60 dias
- Melhora de 2,0pp
- Melhor posição relativa nos dois indicadores.



1T21

DESEMPENHO FINANCEIRO

Orivaldo Padilha

CFO e Diretor de RI

Para você,
onde, quando
e como quiser.



DESTAQUES RESULTADO 1T21 x 1T20

R\$ Milhões	1T21	1T20	%
Receita Bruta	8.797	7.426	18,5%
Receita Líquida	7.547	6.339	19,1%
Margem Bruta	31,4%	30,7%	+0,7p.p.
EBITDA Ajustado	584	621	(6,0%)
Margem EBITDA Ajustada	7,7%	9,8%	(2,1p.p.)
LAIR	53	17	211,8%
IR&CS	127	(4)	na
Lucro Líquido	180	13	1284,6%

¹ Definição de Vendas digitais considera o GVM e-commerce bruto + as vendas realizadas via modalidade Retira Rápido.

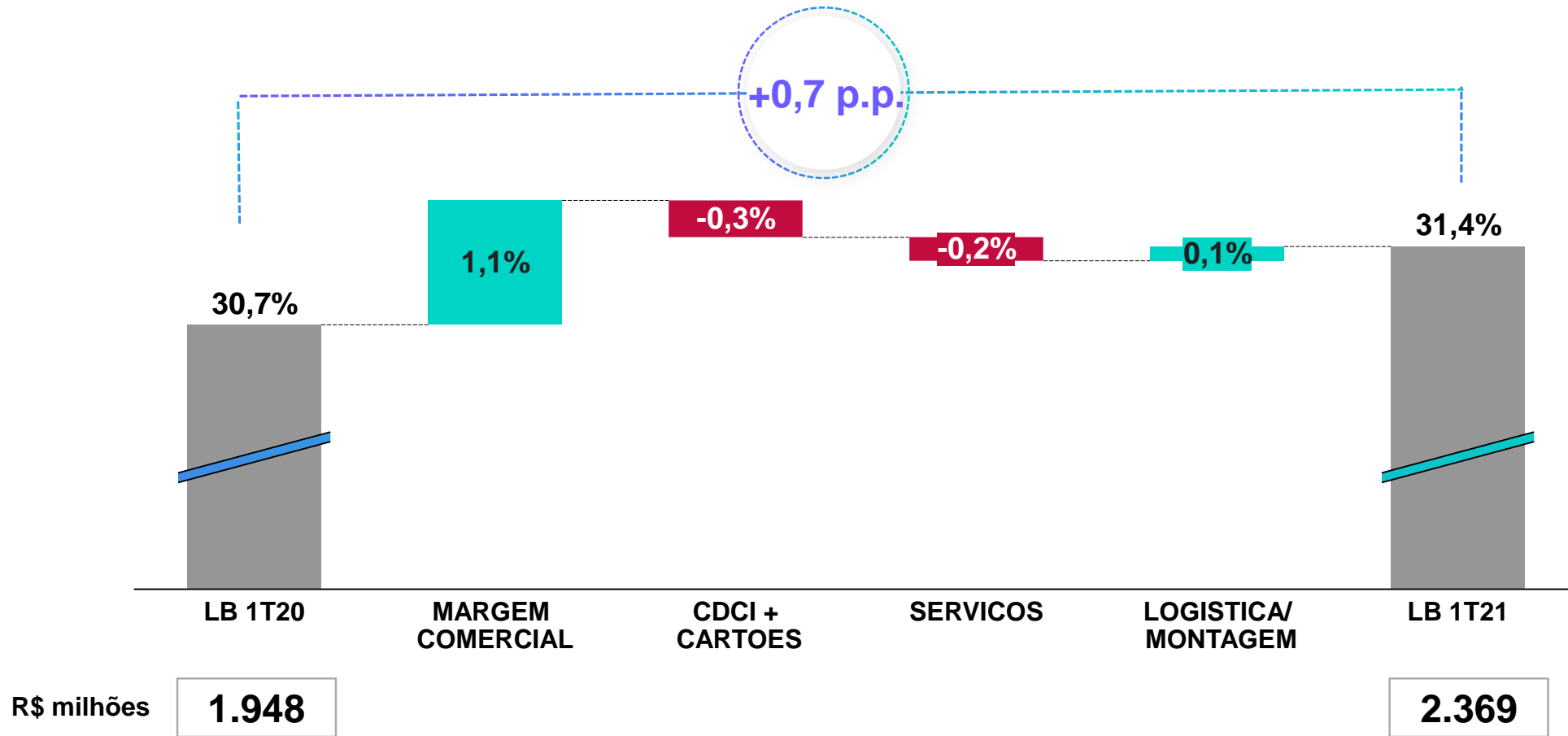
² GMV Bruto inclui cancelamentos e devoluções.

Reconciliação Lucro Líquido pós Subvenção

R\$ Milhões	1T21	1T20	%
Lucro Líquido	180	13	1284,6%
Incentivo de Subvenção*	(117)	-	na
Lucro Líquido Comparável	63	13	384,6%

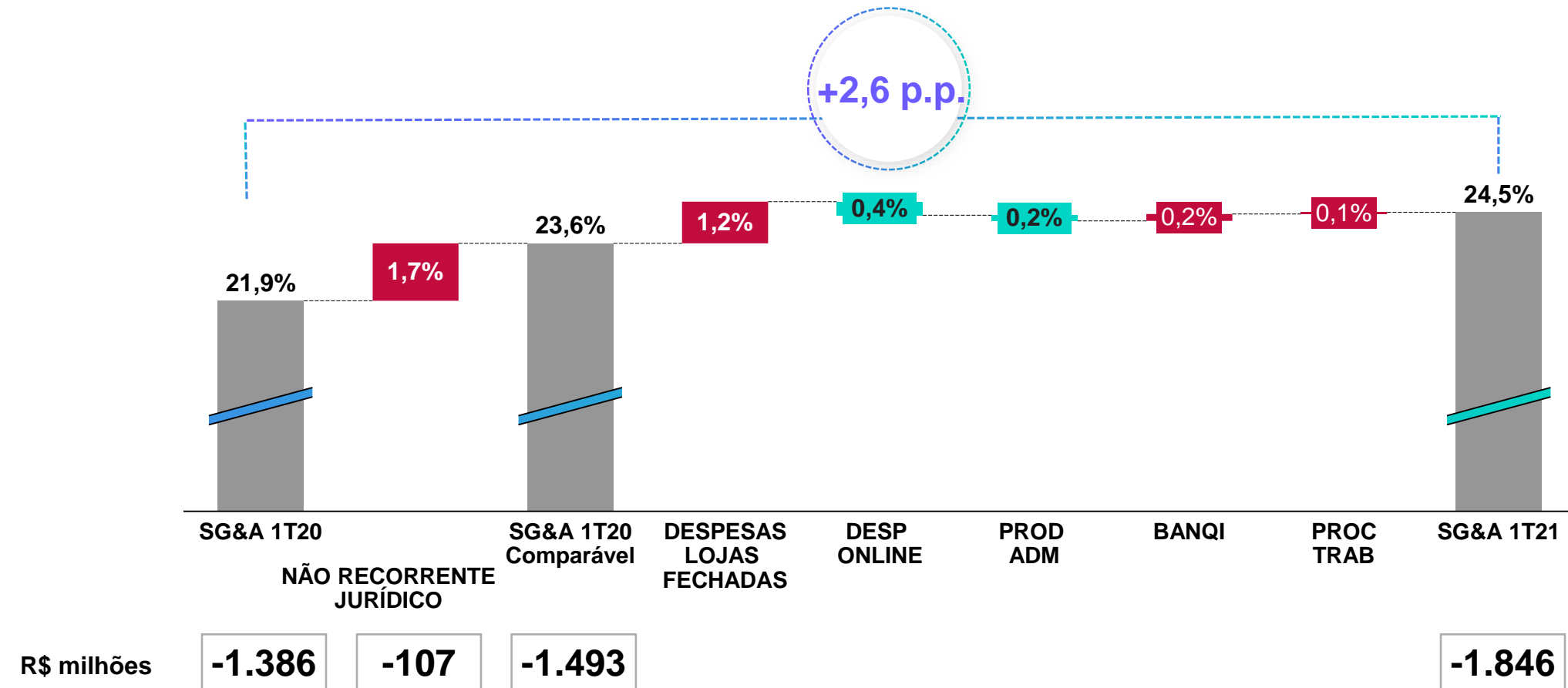
* No 1T21, o incentivo de subvenção totalizou R\$ 150 milhões, dos quais R\$ 117 milhões referem-se a efeito de anos anteriores e R\$ 33 milhões ao 1T21.

BRIDGE Lucro Bruto



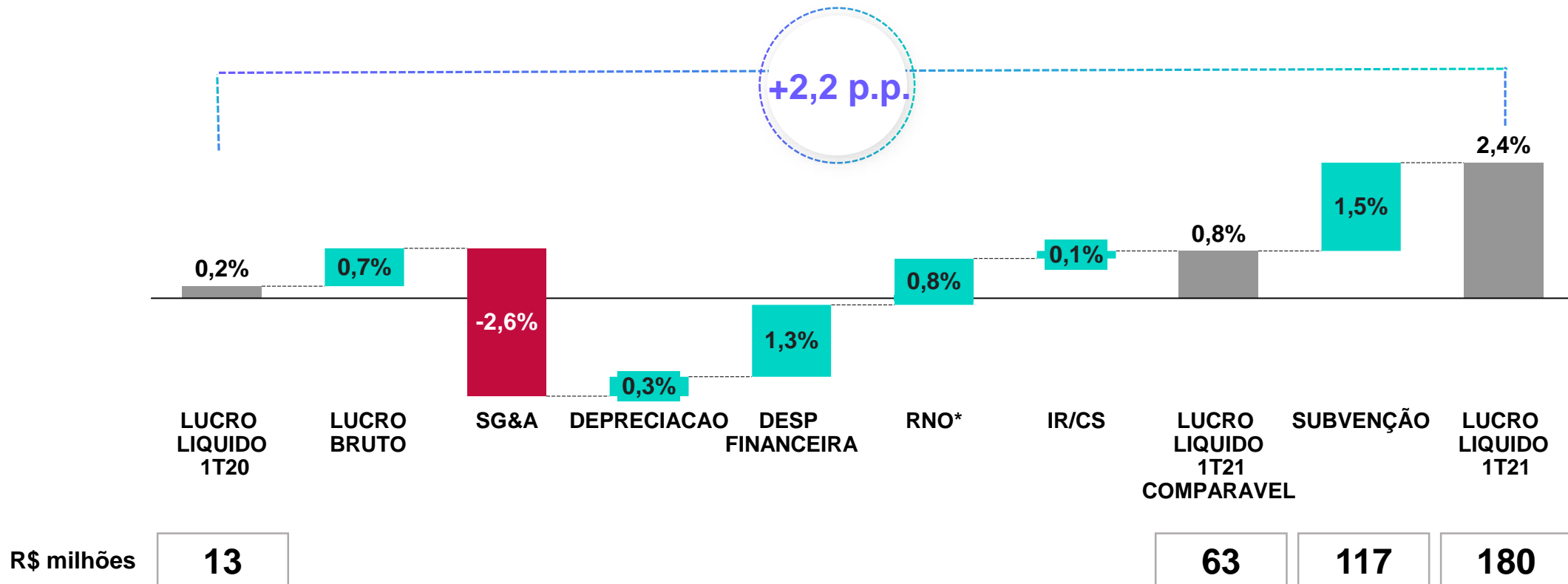
- Mesmo com maior mix de vendas online, o ganho da margem bruta reflete efeito da negociação comercial e benefícios fiscais.

BRIDGE SG&A



- Crescimento de 2,6 p.p., impacto gerado principalmente por:
 - Efeito mix de canal, com maior participação de vendas online
 - menor alavancagem operacional das lojas por conta de fechamento relacionado a covid-19

BRIDGE Lucro Líquido



*RNO – Resultado Não Operacional

Fluxo de caixa

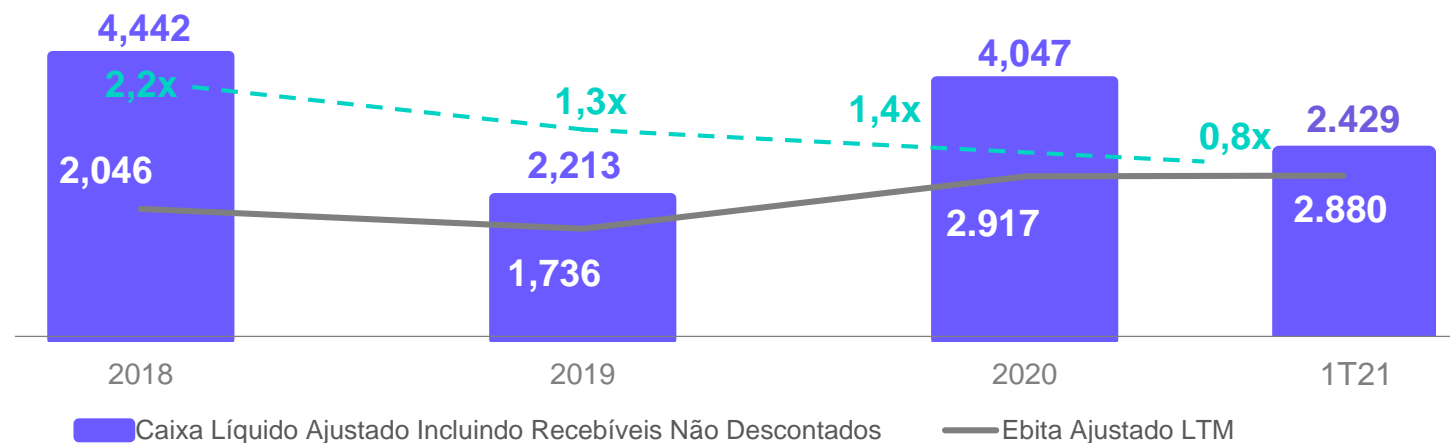
	1T21	1T20	VAR 1T21 vs 1T20
Lucro líquido do exercício	180	13	167
Total ajustes ao lucro	603	484	119
Lucro ajustado	783	497	286
(Aumento) Redução de Ativos e Passivos			
Estoques	-1.709	-682	-1.027
Tributos a recuperar / pagar	-245	-279	34
Fornecedores	820	114	706
Obrigações sociais e trabalhistas	-181	-49	-132
Repasse a terceiros	-213	-73	-140
Principal / juros- Arrendamento Mercantil	-221	-228	7
Outros ativos e passivos	-410	-588	178
Caixa Líquido gerado (aplicado) nas atividades operacionais	-1.376	-1.288	-88
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento	-184	-83	-101
Fluxo de Caixa Livre	-1.560	-1.371	-189
Fluxo de caixa das atividades de financiamento	-408	-116	-292
Saldo inicial de caixa e equivalentes de caixa	8.496	4.368	4.128
Saldo final de caixa e equivalentes de caixa	6.528	2.881	3.647
Varição no Caixa e Equivalentes	-1.968	-1.487	-481

1T21 vs 1T20

- Variação negativa de 189 MM no FCL, sendo:
 - Aumento de CAPEX: 101 MM;
 - Redução no caixa operacional devido, principalmente, ao aumento dos estoques: 88 MM.

Endividamento

R\$ mm (U12M)



Caixa Líquido - R\$ mm

Caixa e Cartões

(+) Portal de Antecipação de Fornecedores

Caixa, Cartões e Portal

Dívida Bancária

Caixa Líquido

	1T19	1T20	1T21
Caixa e Cartões	3.120	2.881	6.528
(+) Portal de Antecipação de Fornecedores	-	-	651
Caixa, Cartões e Portal	3.120	2.881	7.179
Dívida Bancária	(917)	(2.053)	(4.099)
Caixa Líquido	2.203	828	3.080



Emissão de Debênture SBL de R\$ 1,0 bilhão com rating brAA

- A Via emitiu uma Debênture ICVM 476 com compromisso de meta atrelada à sustentabilidade (denominados sustainability-linked bonds, ou SLBs) no valor de **R\$ 1,0 bilhão**, com prazo final de até 5 anos.

Destques

- A meta definida pela companhia, apurada e com parecer por consultoria independente, é a de até 2025, ter 90% de toda a energia utilizada pela Via vindo de fontes renováveis. Atualmente apenas 30% da energia são de fontes renováveis. Caso a meta não seja cumprida haverá uma penalização financeira e consequente aumento no custo da dívida para a Companhia.
- Os recursos obtidos possibilitarão a Via alongar sua dívida e, também, reforçar o seu caixa.
- A Debênture teve atribuição de rating pela Standard & Poors (S&P) de brAA, considerado grau de investimento em escala nacional.
- A emissão teve duas séries: i) uma com prazo de 3 anos e custo de CDI+1,90%a.a. e ii) série de prazo final 5 anos e custo de CDI+2,10%a.a. A emissão possibilitou alongamento de prazo e redução de custo da dívida para a Companhia.
- Esta emissão permitirá uma atualização e melhora da precificação da dívida da Via também no mercado secundário e promove a aproximação junto aos investidores de renda fixa do mercado local, possibilitando maior diversificação na posição dos credores.
- **A Via é a primeira empresa do setor de varejo em seu segmento a emitir uma dívida com metas sustentáveis, um importante passo no caminho de integrar nossa estratégia de negócios financeiros com metas de sustentabilidade.**

Disclaimer

Este relatório pode conter informações sobre eventos futuros. Tais informações não seriam apenas fatos históricos, mas refletiriam os desejos e as expectativas da direção da companhia. Os resultados e desempenhos efetivos podem diferir substancialmente das declarações prospectivas, devido a um grande número de riscos e incertezas, incluindo, dentre outros, os riscos descritos no Formulário de Referência arquivados no site de Relações com Investidores da Companhia e na CVM.

As declarações contidas neste relatório referente a perspectiva dos negócios da Companhia, potencial de mercado e de crescimento da Companhia constituem-se em meras previsões e foram baseadas nas crenças, intenções e expectativas da Administração em relação ao futuro da Companhia. Estas expectativas são altamente dependentes de mudanças do mercado, do desempenho econômico da economia brasileira, da indústria e dos mercados internacionais e, portanto, estão sujeitas a mudanças.

Este relatório está atualizado até a presente data e a Via não se obriga a atualizá-la mediante novas informações e/ou acontecimentos futuros

7.041



Relações com Investidores

Orivaldo Padilha
CFO e Diretor de RI

Daniela Bretthauer
Diretora de RI

Gabriel Succar
Gerente de RI

Thais Lima
Coordenadora de RI

ri@viavarejo.com.br | <https://ri.viavarejo.com.br>
+55 11 4225 7264

