

VIA VAREJO

11 de novembro de 2020 – Via Varejo

A Via de compras de todos os brasileiros, onde, quando e como eles quiserem anuncia os seus resultados consolidados para o terceiro trimestre (3T20).

Recorde histórico de GMV Total de R\$10 bilhões com 41% de participação do canal online vs.18,5% no 3T19

Crescimento robusto de 294,1% do 1P no 3T20 vs. 3T19

Crescimento robusto de 83,4% do 3P no 3T20 vs. 3T19

Lucro Líquido de R\$590 milhões no período

Lucro Líquido operacional de R\$100 milhões revertendo prejuízo de R\$208 milhões no 3T19

Margem bruta de 35,4%, 5,6 p.p. acima do 3T19

Margem bruta operacional de 29,6%, com participação do online de 41%

EBITDA Ajustado de R\$1,2 bilhão, com margem de 15,3%

EBITDA Ajustado oper. de R\$627 milhões com margem de 8,0%, 2,7 p.p. acima do 3T19

Forte diluição de SG&A, redução de 4,7p.p

De 27,0% para 22,3% da Receita Líquida

Encerramos o trimestre com caixa de R\$7,9 bilhões, e geração de Caixa de R\$1,5 bilhão maior que o 3T19

Aquisição da I9XP e de participação na DISTRITO

Casas Bahia eleita marca top of mind pela 15ª vez consecutiva

Invicta na categoria e com maior pontuação histórica: 37 pontos

GMV total

R\$10,0 bi

EBITDA Aj.

R\$1,2 bi

Lucro Líquido

R\$590 M

Mensagem da Administração

Somos uma uma Companhia transformada. Os números que abrem nosso relatório são o retrato do trimestre que marcou essa mudança. Mostram como se transformou, em pouco mais de um ano, em uma Companhia digital, absolutamente concentrada em realizar os sonhos de seus consumidores onde, quando e como eles desejarem.

A revolução traduzida por tais números apresenta uma Companhia totalmente nova. A Via Varejo de hoje respira tecnologia. E a tecnologia da Via respira negócios. Em cada ponto de contato com nosso cliente, seja em sistemas de vendas, entregas ou atendimento, há transformação. Inovamos na forma de usar as informações, na maneira de vender, na logística, nos meios de pagamento, na comunicação das marcas, no crédito e no conhecimento do cliente. E, com isso, entregamos resultados inéditos. Por exemplo, o recorde histórico alcançado no GMV total, sem que precisássemos abrir mão de rentabilidade.

Números expressivos que mostram o excepcional trimestre entregue pela Cia. Mas, principalmente, que apontam para a Via Varejo do amanhã. Os resultados obtidos até aqui pavimentam nosso caminho para saltos estratégicos que nesse momento aceleram a companhia para objetivos inéditos e ainda maiores. Essa é a visão de futuro compartilhada por todos os nossos colaboradores.

Acabamos, por exemplo, de adquirir uma fatia da maior plataforma de inovação aberta do Brasil, o Distrito. Esse movimento nos conecta, imediatamente, ao sistema de artérias que irriga centenas de startups em todo o país. Ao investir no principal hub de tecnologia empreendedora do Brasil, estaremos prontos para estimular e ter posição privilegiada em futuros unicórnios. Fomentaremos soluções que beneficiarão todo o nosso ecossistema. Amplificaremos exponencialmente as forças que já possuímos e que são únicas em nosso setor: a maior malha logística (1,1 milhão de m² / 27 CDs), a maior base de clientes (85 milhões), a melhor rede de mini hubs de distribuição (500), a marca mais poderosa do Brasil. Essas fortalezas, somadas ao avanço tecnológico contínuo, à disciplina da execução e à estratégia focada em inovar, nos dão a vantagem competitiva que desenhará o futuro da Via Varejo.

Não podemos falar de forças e vantagens competitivas sem mencionar o combustível, a usina de todas essas transformações: nossa gente. Um time que se reinventou durante a maior pandemia já vivida simultaneamente em todo o planeta, que transformou toda a empresa e obteve resultados espetaculares. Uma equipe que fica cada dia mais ágil e diversa, em todos os sentidos, à medida que novos elementos são incorporados em nosso ambiente. Com as recentes aquisições, cerca de 400 pessoas foram incorporadas ao nosso sistema. Gente diferente, culturas diferentes, origens diferentes que nos enriquecem e nos fortalecem para novos e ainda mais arrojados voos.

No 3T20, apresentamos uma companhia transformada pela tecnologia, pela digitalização e pela busca incessante de ter o cliente no centro de seu universo. Uma companhia voltada para a mudança. Totalmente aberta ao novo, mas sempre comprometida com seu propósito de inclusão, com a visão de ser a plataforma de relacionamento e consumo de todos os brasileiros. Evoluímos, nos transformamos e nos digitalizamos. Os resultados já aparecem! E são apenas uma amostra do que o nosso ecossistema construirá no futuro.

Status da Transformação

A nossa transformação é fundamentada em uso intenso da nossa Tecnologia para reconstruir os ativos físicos e digitais e criar soluções habilitadoras que permitam o crescimento sustentável do nosso varejo omnicanal com excelência, e vamos destravar a Via Varejo para avançar em novos modelos de negócios além do varejo, como mais ofertas de crédito, meios de pagamento com super app, logística para terceiros e outros. Seguem as entregas dos últimos 3 meses.

- **Novos apps:** Seguimos com o foco em melhorias na experiência para nossos clientes, perseguindo melhor conversão em vendas e recorrência. Também já aumentamos a escalabilidade necessária para a Black Friday deste ano!
- **Vendedor Online / Me chama no Zap:** através do uso de Dados, melhoramos a ferramenta que foi case mundial durante o início da pandemia, aumentando a adesão e produtividade pelos nossos milhares de vendedores;
- **CDC Digital:** (é o tradicional Carnê das Casas Bahia, nos canais online): através do uso de Dados, ampliamos a oferta de crédito para novos clientes, de forma customizada, aumentando para um volume em produção recorde em nossa cia;
- **Retira Rápido:** novo sistema que possibilita gestão, por parte da loja, de maior sortimento de produtos nesta modalidade de entrega. E atendendo aos pedidos dos clientes, para a Black Friday mudaremos o processo de validação da identidade no fluxo retirada dos produtos, eliminando em definitivo a necessidade da apresentação do cartão de crédito usado na compra e adotando um token de segurança. Maior praticidade para essa modalidade tão adotada pelos nossos clientes;
- **Marketplace:** Seguimos com a evolução do processo de entrada de sellers (onboard) que visa ser em tempo real em 1T21, lançamos a ferramenta de Cupons e descontos no boleto gerenciáveis pelos lojistas, melhoramos o sistema de tracking, de alterações de data de entrega e de cancelamentos. E já entramos na fase de testes do sistema próprio de envios de mercadorias de lojistas no 3P, que permitirá a eles mais competitividade nos custos e prazos de envios, bem como melhor tracking para nossos clientes;
- **Phygital (physical + digital):** Também para esta Black Friday nos preparamos para uma mudança histórica, nossa força de vendas em lojas que é reconhecida por ser a melhor do mercado, ganhou um reforço extra de tecnologia tendo muito mais agilidade para atender nossos clientes. Serão mais de 20 mil vendedores com celulares novos e com o sistema de venda em lojas em formato de app (Via+ Mobile). E nossos vendedores poderão receber na modalidade de cartões e imprimir as notas no salão da loja, eliminando a etapa dos clientes irem ao caixa. Revisamos toda o sistema de conectividade das lojas para garantir velocidade e redundância para nossa equipe de lojas e oferecer wi-fi grátis aos nossos clientes.

Seguimos com projetos específicos na área de Dados, como otimizações em precificação online/offline, otimização da logística, uso mais intensivo do nosso CRM (marketing) e crediário, áreas que são fortalezas da Via Varejo

Para suportar essas iniciativas, e centenas de outras, continuamos investindo em Tecnologia,

que é dividida em 3 áreas: plataformas, gestão de dados e novos negócios. 1.400 colaboradores espalhados pelo Brasil, **sem contar o time do banQi, em Boston (EUA), ASAPLog (em Curitiba) e a recém adquirida software house I9XP (em São Paulo).**



+1.400
colaboradores na
Tecnologia da Via

Aquisições

I9XP

Adquirimos a I9XP, empresa de Tecnologia, situada em São Paulo, com 155 colaboradores, sendo **120 desenvolvedores**, especializada em desenvolvimento de soluções para e-commerce. Essa mais nova aquisição faz parte da estratégia de aceleração da transformação digital da Companhia, desta vez focando na evolução de projetos especiais como marketplace e logística.

Distrito

Adquirimos **16,67%** do DISTRITO, hub de inovação que conta uma plataforma completa para apoiar empresas em sua transformação através da tecnologia. Com o seu ecossistema de inovação aberta, sustentado por dados e inteligência artificial, o DISTRITO conecta grandes empresas, startups, investidores e acadêmicos, para gerar novos modelos de negócios vencedores, mais colaborativos, eficientes, transparentes e sustentáveis. Atualmente, mais de 300 startups estão conectadas à sua plataforma, além de possuir 11 laboratórios corporativos de inovação e um completo mapeamento das principais startups atuantes no país, gerando insights e inteligência de inovação para publicação de relatórios setoriais. Em 2020, o DISTRITO foi eleito como o melhor hub de inovação do Brasil pela Startup Awards, premiação da Associação Brasileira de Startups (ABStartups).

3º trimestre de 2020 e momento atual

Nesta jornada de transformação, o 3T20 foi um momento de consolidação e amadurecimento da cultura digital da nossa Companhia rumo a **"ir além do varejo"**. Passamos a explorar ao máximo o e-commerce, com muito sucesso, atingindo resultados expressivos. Terminamos o trimestre com 41% de participação no canal online apresentando **excepcional crescimento sem abrir mão da rentabilidade**.

Os dados de market share mais que comprovam nossa arrancada e nosso crescimento. A Via Varejo ganhou na fatia do mercado digital no 3T20, em levantamento realizado pela GfK, **8,8p.p** (pesquisa de mercado de e-commerce especializado nas categorias de eletroeletrônicos) e também de acordo com o portal Compre&Confie com ganho de **4,7p.p** (especializado na medição de e-commerce de forma abrangente). Importante ressaltar que **mantivemos crescimentos expressivos e sustentáveis**.



8.8p.p

No market-share
online
3T20

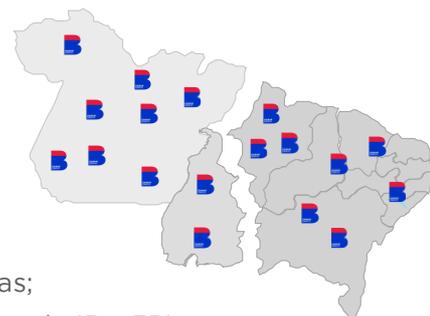
E-commerce

Nosso e-commerce cresceu robustos 219% vs 3T19, o maior crescimento entre os grande players do varejo. O ganho de market-share do 1P é nítido e seguimos com nosso projeto de transformação da plataforma do marketplace (3P). O 1P apresentou crescimento extraordinário de 294% em comparação com o mesmo período do ano passado. Sinalizando o potencial do que estará por vir, o 3P atingiu crescimento importante e apresentou evolução de 83% no 3T20. Nosso e-commerce, cada vez mais protagonista, aumentou sua participação de 18% no GMV Total do 3T19 para 41% no 3T20. No 3T20 nossos apps já participaram com 27% do GMV online (13% no 3T19). Destacamos que o mobile alcançou 80% de participação no GMV online (69% no 3T19). No 9M20, o share de visitas no app foi de 30% vs 14% no 9M19.

Nas lojas físicas

Observamos a evolução do número de lojas abertas em cada mês do trimestre, saindo de 80% no final de jul/20 para 100% em set/20. Vale ressaltar que as lojas reabertas vêm apresentando performance de vendas superior aos níveis de faturamento pré-pandemia.

Expansão e Racionalização do portfólio de lojas



Expansão: +30 lojas ainda no 4T/20

- Foco em novos mercados ou regiões com pouca concentração de lojas;
- Expansão de lojas a serviço do Online (Retira Rápido, Mini Hub e vendas de 1P e 3P);
- Melhora contínua eliminando lojas com sobreposição em micromercados
- Aumentar a rentabilidade do portfólio via manutenção da maior parte venda e eliminação de despesas fixas;
- Recuperar parte significativa das vendas das lojas fechadas com as lojas próximas e/ou com nossa tecnologia de venda (ex: vendedor on-line).

Somos o maior vendedor de móveis do Brasil,

e a partir da nossa unidade Bartira mantivemos a exportação de produtos para os Estados Unidos, mercado altamente disputado, demonstrando a qualidade e competitividade da nossa fábrica. No 3T20 ligamos o 3º turno e temos a fábrica operando com 100% da sua capacidade.

No marketing,



Há um ano, a Companhia deu início a um processo de turnaround. Nos reinventamos e a **Casas Bahia foi eleita pela 15º vez** a mais lembrada na categoria loja de móveis e eletrodomésticos, aliás única vencedora na história do prêmio na categoria. **A marca obteve 37% das citações dos brasileiros e bateu seu próprio recorde que era 32% em 2016.** Em relação a 2019, **o crescimento foi de 8 p.p!**

Ainda nessa frente de marketing, o baianinho cresceu e virou o CB que deixou de ser um mascote e passou a ser o porta-voz dos nossos valores: sustentabilidade e diversidade.



Em logística, o 3T20 continuou transformador,

Aceleramos a escalada do online pelo Retira Rápido e Mini Hub, tendo no nosso modelo até 50% das entregas (online) passando pelas lojas.

ASAPLog em 500 mini hubs,

Assim como nossa tecnologia sustenta solidamente essa virada, com a logística não é diferente. A ASAPLog está conectada aos sistemas da Via Varejo e em 6 meses, passou a operar em 100% do território nacional. Com isso rapidamente chegamos a 500 mini-hubs em operação, com aumento de +340% nos pedidos processados em loja (mensalmente). A operação da ASAPLog segue acelerada.

Vale ressaltar que a ASAPLog opera neste momento não apenas cargas da Via Varejo mas também no “mar aberto”, realizando aproximadamente 14% de suas entregas para terceiros nos mais variados setores do e-commerce, como cosméticos, bens de consumo, livros, autopeças, itens de bebê, pet shop, além de calçados e em todo território nacional. Esse crescimento não está vindo às custas de qualidade de serviço aos nossos clientes, pois mais de 90% das entregas da ASAPLog são feitas em até 24 horas.

Seguimos investindo para adicionar camadas de tecnologia à nossa operação e, sobretudo, nos preparar para em poucos meses poder oferecer todas vantagens de nossa malha aos parceiros do marketplace, alavancando não apenas nível de serviço e controle do pedido, mas também uma significativa redução de custo.

No mês de set/20, iniciamos um piloto de **fulfilment** (distribuição e armazenagem) para um player importante da indústria, iniciativa que ampliaremos para mais players em 2021.

O **Retira Rápido** voltou com força na reabertura das lojas e chegou em **34%** em setembro/20. **Importante ressaltar que atualmente de 40% a 50% das vendas online saiem das lojas para nossos clientes.**

3T20 continuou transformador,

Encerramos o 3T20 com o GMV Online crescendo 219% em relação ao mesmo período do ano passado. A receita bruta consolidada foi de R\$9,3 bilhões, 41% superior ao 3T19. O lucro bruto consolidado foi de R\$2,8 bilhões, representando uma margem bruta de 35,4% e crescimento de 63% no período. Nosso EBITDA ajustado atingiu R\$1,2 bilhão e a margem EBITDA ajustada foi de 15,3%, com aumento de 11,5p.p. em relação ao 3T19. No período, registramos lucro líquido no valor de R\$590 milhões, revertendo prejuízo do 3T19.



Os números dos últimos três meses nada mais são que o resultado da jornada de transformação que envolve toda a Companhia e descrevem um importante movimento em nossa estrada rumo à inovação, à tecnologia e ao futuro. Futuro que começou no 3T20 com um olhar focado no marketplace, banQi e aquisições. Facilitar a entrada de novos lojistas e oferecer a eles todo nosso poder logístico e de meios de pagamentos são ações que sustentarão esse importante movimento estratégico da Companhia. Algo que só pode começar graças à pavimentação alcançada nos produtos core (1P) e aos excelentes ativos aqui já existentes. Estaremos ainda mais presentes em todos os momentos da vida de nossos clientes, com mais opções de produtos, formas de entrega e meios de pagamento, resultando numa melhor experiência e relacionamento com as marcas.

GMV Total**R\$10bi**

Estamos muito animados para a Black Friday. Pensando em nossos clientes, antecipamos as ofertas e teremos R\$ 7 bilhões em estoques.

Outro tema importante, mantendo nosso posicionamento de sustentabilidade em economia circular e de baixo carbono e diversidade e inclusão, publicamos nosso Inventário de Gases de Efeito Estufa do Programa GHG Protocol, do qual fazemos parte desde 2016. Adicionalmente, avançamos nosso projeto de logística reversa de eletroeletrônico nas lojas. São 210 lojas espalhadas em SP, RJ e DF com coletores instalados para receber dos nossos clientes equipamentos usados que terão destinação correta, a reciclagem. Nossa meta é finalizar o ano com 500 coletores pelo país. Em Diversidade e Inclusão, finalizamos o nosso Censo de Diversidade da Via e estamos trabalhando nos planos de ação sobre o cenário apresentado.

Os resultados demonstrados aqui reforçam o comprometimento dessa administração com a coerência e consistência da transformação da Companhia. Seguimos focados na nossa jornada de ir além do varejo gerando valor de forma sustentável.



banQi

1,1 Milhão de contas:

- **+1 milhão** de contas, **sendo +600 mil** nos últimos 3 meses;
- **+R\$1,2 bilhão** (out/20) em **CDCs** sob gestão, sendo **R\$685 milhões** nos últimos 3 meses:
 - **34%** destes contratados sem papel, sendo que nos últimos meses ultrapassamos **53%**
 - **60%** adicionados pelo Cliente, porém ainda com geração de Carne Físico
- **430 mil clientes ativos** com pelo menos uma transação.

Custo e TPV:

- Baixo **Custo de Aquisição** (CAC), inferior a **R\$15** para a jornada de abertura de conta;
- **R\$120 milhões** (TPV) sendo **R\$81 milhões** nos últimos 3 meses.

Nosso foco **é a inclusão** oferecendo um serviço gratuito, confiável e com a conveniência e confiança das Casas Bahia.

Para o cliente, o banQi já é 100% transacional: a conta integra-se com todas as funcionalidades disponíveis de transações financeiras do mercado, incluindo saques e depósitos gratuitos nas lojas da Casas Bahia e a gestão do seu crediário.

Com o banQi, também é possível fazer pagamentos e transferências via QR Code em milhares de estabelecimentos ao redor do Brasil e, em breve, também estará habilitado para fazer transações via PIX, novo sistema de pagamentos do Banco Central que estréia em nov/20.

Integração Casas Bahia

Foi feito um rebranding na marca, tornado-a mais alinhada com a marca Casas Bahia, agregando ao banQi atributos como confiança, inclusão e proximidade. Abaixo alguns benefícios dessa integração:

- Utilização das Lojas Casas Bahia como Agência Bancária;
- Ponto de Atendimento presencial (Vendedores e Caixas);
- Benefícios em Produtos Casas Bahia no Online e Offline;
- Contratação do Crediário Digitalizado (paperless).



Crescimento de clientes e Vantagens Competitivas

Nesse momento, desenvolvemos funcionalidades e integrações para aumentar o engajamento e a recorrência de clientes, que possibilitarão introduzir também a oferta de crédito e serviços para os ambientes de marketplace e PJs.

- Baixo CAC;
- Aumento de Recorrência no app e compra de produtos Casas Bahia propiciam melhor oferta e conhecimento do cliente;
- Redução de custos tradicionais (CRM, Cobrança, Bureau) pela recorrência de utilização do app;
- Retirada de cartão na loja (pré-pago);
- Velocidade na jornada de compra pelo cliente e na venda efetuada pelo vendedor. Exemplo: já está disponível a contratação do CDC Paperless no banQi, gerando redução do custo de impressão de carnês;
- Conta digital que já nasce com produto de crédito embarcado e com a sinergia do varejo (com 800 Agências e +20 mil promotores);
- banQi como moeda de pagamento para Casas Bahia;
- banQi como gateway (QR Code Físico e Online);
- Aumento de Vendas Online;
- Conta PJ (Lojista);
- banQi como **ferramenta para a gestão do Crédito** concedido na Casas Bahia. O cliente banQi pode contratar o CDC de forma física ou digital.

Destaques – Time Airfox (Boston)

- ✓ O Time Airfox também nos conecta a outras inovações e tecnologias e é um hub de inovações que nos ajuda a acelerar e expandir o ecossistema Via Varejo;
- ✓ Organizados por tribos/squads e por isso a interação e desenvolvimento dos produtos acontece de forma ágil. Temos times específicos para os produtos banQi, para os produtos banQi e VV e focados outras frentes de inovação.

Desempenho

Resultado excluindo efeitos não recorrentes no 3T20 e 3T19:

Conciliação Ajustes R\$ milhões	Contábil	3T20 Não Recorrente	Operacional	Contábil	3T19 Não Recorrente	Operacional
	3T20	Var. R\$	3T20	3T19	Var. R\$	3T19
GMV Total (e-commerce e Lojas)	10.046		10.046	7.005		7.005
Receita Bruta	9.296		9.296	6.608		6.608
Receita Líquida	7.812		7.812	5.688		5.688
Custo das Mercadorias Vendidas	(5.003)	455	(5.458)	(3.942)	(85)	(3.857)
Depreciação (Logística)	(46)		(46)	(45)		(45)
Lucro Bruto	2.764	455	2.309	1.701	(85)	1.786
Lucro Bruto (% RL)	35,4%		29,6%	29,9%		31,4%
Despesas de Vendas, Gerais e Adm.	(1.630)	113	(1.744)	(1.538)		(1.538)
Resultado da Equivalência Patrimonial	17		17	12		12
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(76)	(58)	(19)	(317)	(172)	(146)
Depreciação e Amortização	(187)		(187)	(172)		(172)
Resultado Financeiro Líquido	(107)	130	(237)	(240)	47	(287)
Imposto de Renda	(190)	(151)	(39)	208	71	137
Lucro Líquido (Prejuízo)	590	490	100	(346)	(138)	(208)
EBITDA	1.120	511	609	(97)	(257)	160
EBITDA (%RL)	14,3%		7,8%	-1,7%		2,8%
EBITDA Ajustado	1.196	569	627	220	(85)	305
EBITDA Ajustado (%RL)	15,3%		8,0%	3,9%		5,4%

3T19: **CMV** (-R\$149 milhões de Provisão de estoque e R\$64 milhões de Créditos Pis/COFINS); **Outras despesas e Receitas Operacionais** (-R\$160 milhões de Provisão de perdas de Imobilizado e -R\$12 milhões de reestruturação); **Resultado Financeiro** (R\$47 milhões de Créditos Pis/COFINS); **IR/CS** (R\$71 milhões).

3T20: **CMV** (R\$505 milhões de Créditos de ICMS na base do Pis/COFINS, R\$20 milhões de Créditos Pis/COFINS, R\$3 milhões de Crédito Previdenciário e -R\$73 ICMS ST); **Despesas Gerais e Adm.**(R\$113 Crédito Previdenciário); **Outras despesas e Receitas Operacionais** (-R\$58 milhões de Fechamento de Lojas e CD); **Resultado Financeiro** (R\$120 milhões de Créditos de ICMS na base do Pis/COFINS e R\$10 milhões de Crédito Previdenciário); **IR/CS** (-R\$151 milhões).

Desempenho Financeiro (Contábil)

Destaques	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Receita Bruta	9.296	6.608	40,7%	23.184	20.973	10,5%
Receita Líquida	7.812	5.688	37,3%	19.431	18.042	7,7%
Margem Bruta	35,4%	29,9%	5,5p.p.	33,8%	28,4%	5,4p.p.
EBITDA Ajustado	1196	220	443,6%	2372	1111	113,5%
Margem EBITDA Ajustada	15,3%	3,9%	11,4p.p.	12,2%	6,2%	6,0p.p.
Lucro Líquido (Prejuízo)	590	(346)	(270,5%)	667	(558)	na
Caixa Líquido com recebíveis não descontados	3.366	881	2.485	3.366	881	2.485
	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Vendas Mesmas Lojas - Receita Bruta (%)	12,8%**	(2,2%)	na	8,8%**	(1,6%)	na
GMV Total (e-commerce e Lojas)	10.046	7.005	43,4%	25.146	21.843	15,1%
GMV e-commerce	4.121	1.293	218,7%	11.319	4.085	177,1%
GMV (1P)	3.272	830	294,1%	9.105	2.934	210,3%
GMV Marketplace (3P)	849	463	83,4%	2.214	1.150	92,5%
Penetração (%) e-commerce	41,0%	18,5%	22,6p.p.	45,0%	18,7%	26,3p.p.
Penetração Marketplace (% GMV e-commerce)	20,6%	35,8%	(15,2p.p.)	19,6%	28,2%	(8,6p.p.)
Penetração Retira Rápido (% GMV e-commerce)*	18,9%	27,2%	(8,3p.p.)	14,8%	28,0%	(13,2p.p.)

* Retira Rápido no critério GMV Faturado e produtos elegíveis. Em set/20 já atingiu **34,1%**.

** Valor considerando as lojas reabertas comparáveis no período

Desempenho de Receita Bruta

R\$ milhões	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Lojas Físicas	5.925	5.712	3,7%	13.827	17.759	(22,1%)
Online	3.371	892	278,1%	9.358	3.110	200,9%
Atacado*	-	5	na	-	104	na
Receita Bruta	9.296	6.608	40,7%	23.184	20.973	10,5%

(*) Canal descontinuado ao longo do 2019

Lojas Físicas – GMV de R\$6 Bi

A receita bruta de lojas físicas apresentou um crescimento de 3,7% vs. 3T19 após a reabertura das lojas ao longo do 3T20.

Para o critério mesmas lojas, fizemos duas análises distintas em relação ao desempenho do portfólio de lojas:

- (i) considerando apenas as lojas reabertas, **alcançamos crescimento expressivo de 12,8% no período.**
- (ii) Considerando todas as lojas no conceito (SSS), mesmo que parcialmente fechadas ao longo do 3T20, **tivemos crescimento de vendas mesmas lojas de 4,3%.**

Online – GMV de R\$4,1 Bi

O GMV do e-commerce foi de R\$4,1 bilhões no trimestre, **atingindo crescimento expressivo de 219%**. A estabilidade das ferramentas no canal online (Sites e Aplicativos), a introdução de muitas melhorias na experiência do cliente e o sucesso das iniciativas de marketing foram cruciais para o excelente resultado. **Nosso 1P cresceu 294%** no período em relação ao 3T19, **com ganhos expressivos de market-share e evolução da rentabilidade.**

O GMV do 3P apresentou crescimento de 83,4% no 3T20, fruto da estratégia de contínua expansão no número de lojistas, da maior oferta de produtos e da melhoria do nível de serviço. Durante o 3T20, aceleraremos a entrada de novos lojistas através de um novo processo, terminamos o período com aproximadamente 8 mil lojistas e com sortimento de 5 milhões de SKUs (vs. 4,2 milhões no 3T19, aumento de 20%), lembrando que esses produtos estarão disponíveis para 100% dos vendedores (+20 mil) das lojas já para a Black Friday.

O Vendedor Online (“Me Chama no Zap”) correspondeu a 17% do GMV do 1P e 12% do GMV do 3P no período. A iniciativa teve, em relação ao GMV do e-commerce, participação de 16%.

A receita bruta do canal online apresentou crescimento aproximado de 278% no 3T20 em relação ao 3T19. Fruto das melhorias nos prazos de entrega, dos avanços na plataforma tecnológica e das ofertas de produtos, mas principalmente pela robusta base de clientes e ganho de market-share.

Abertura da **Receita Bruta**

R\$ milhões	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Mercadoria	8.495	5.822	45,9%	20.964	18.521	13,2%
Serviços de Frete e Montagem	127	103	23,2%	331	303	9,3%
Serviços	296	250	18,3%	679	866	(21,6%)
Crediário/Cartões	379	433	(12,5%)	1.210	1.283	(5,7%)
Receita Bruta	9.296	6.608	40,7%	23.184	20.973	10,5%
Frete, serviços, crediário e montagem	802	786	2,0%	2.221	2.452	(9,4%)
% Receita Bruta Total	8,6%	11,9%	(3,3 p.p.)	9,6%	11,7%	(2,1 p.p.)

Composição Consolidada das Vendas	3T20	3T19	%
À vista	25,4%	20,1%	5,3 p.p.
Carnê	12,3%	11,4%	0,8 p.p.
Cartão de Crédito - Co-branded	7,9%	11,6%	(3,7 p.p.)
Cartão de Crédito - Outros	54,4%	56,8%	(2,4 p.p.)

A abertura das lojas, combinada à performance das vendas de mercadorias e demais serviços, teve impacto positivo no total da Receita Bruta de 40,7%. Houve no período uma mudança do perfil de financiamento das compras, com maior penetração de pagamentos à vista (+5,3 p.p.) e no carnê (+0,8 p.p.).

Lucro Bruto

R\$ milhões	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Lucro Bruto	2.764	1.701	62,5%	6.574	5.128	28,2%
Margem Bruta	35,4%	29,9%	5,5p.p.	33,8%	28,4%	5,4p.p.
Ajustes Não Recorrentes	(455)	85	na	(455)	85	na
Lucro Bruto Operacional	2.309	1.786	29,3%	6.119	5.213	17,4%
Margem Bruta Operacional	29,6%	31,4%	(1,8p.p.)	31,5%	28,9%	2,6p.p.

No 3T20, a margem bruta foi de 35,4%, 5,5p.p superior ao 3T19. Ao excluir fatores não recorrentes, a margem bruta operacional foi de 29,6%, inferior em 1,8 p.p. vs. 3T19. A variação ocorreu em função da mudança do mix no canal de venda (-0,6p.p) e menor receita de juros (-3,1p.p), apesar do impacto positivo dos estoques renovados e da melhor execução da estratégia comercial, com evolução significativa das margens de produto +1,3p.p (Negociação e Pricing) e efeito do Risco Sacado (+0,5p.p.).

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

R\$ milhões	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Despesas de Vendas, Gerais e Adm.	(1.630)	(1.538)	6,0%	(4.381)	(4.184)	4,7%
% Receita Líquida	(20,9%)	(27,0%)	6,2p.p.	(22,5%)	(23,2%)	0,6p.p.
Ajustes Não Recorrentes	(113)	0	na	(113)	0	na
Despesas de Vendas, Gerais e Adm. Operacionais	(1.744)	(1.538)	13,4%	(4.495)	(4.184)	7,4%
% Receita Líquida	(22,3%)	(27,0%)	4,7p.p.	(23,1%)	(23,2%)	0,1p.p.

No 3T20, as despesas com vendas, gerais e administrativas tiveram aumento de 6,0%. As despesas com vendas, gerais e administrativas operacionais apresentaram um aumento de 13,4% ao excluir fatores não recorrentes, variação bem menor que o crescimento da receita no período, portanto proporcionando alavancagem operacional, **saindo de 27,0% da Receita Líquida para 22,3%**. Forte diluição de 4,7p.p, fruto da maior produtividade em loja e redução de despesas trabalhistas no período.

EBITDA Ajustado

R\$ milhões	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
EBITDA	1.120	(97)	na	2.214	647	242,2%
Margem EBITDA	14,3%	(1,7%)	16,0p.p.	11,4%	3,6%	7,8p.p.
Outras (Despesas)/Receitas Operacionais	76	317	(76,0%)	158	464	(66,0%)
EBITDA Ajustado	1.196	220	443,6%	2.372	1.111	113,5%
Margem EBITDA Ajustada	15,3%	3,9%	11,4p.p.	12,2%	6,2%	6,0p.p.
Ajustes Não Recorrentes	(569)	85	na	(569)	85	na
EBITDA Ajustado Operacional	627	305	105,6%	1.803	1.196	50,8%
Margem EBITDA Ajustada Operacional	8,0%	5,4%	2,7p.p.	9,3%	6,6%	2,7p.p.

O EBITDA Ajustado foi de 1,2 bilhão no período, com margem de 15,3%, 11,4p.p. acima do 3T19. Ao excluir fatores não recorrentes, o EBITDA Ajustado operacional no 3T20 atingiu R\$627 milhões, com aumento expressivo frente ao 3T19, e a margem EBITDA ajustada operacional do período foi de 8,0%, 2,7 p.p superior ao 3T19. A melhora significativa da performance foi resultado da excepcional venda do canal online, da evolução das vendas nas lojas físicas e das ações de redução de despesas fixas e variáveis refletindo ganhos de alavancagem operacional.

Lembrando que a linha de Outras Despesas e Receitas Operacionais, em sua maioria, se refere à reestruturação e fechamento de lojas.

Resultado Financeiro

R\$ milhões	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Receitas financeiras	28	15	86,7%	62	46	34,8%
Despesas financeiras	(251)	(302)	(16,9%)	(852)	(847)	0,6%
Despesas Financeiras Dívidas	(67)	(13)	415,4%	(131)	(34)	285,3%
Despesas Financeiras CDCI	(51)	(60)	(15,0%)	(165)	(179)	(7,8%)
Custo Venda Recebível do Cartão	0	(94)	(100,0%)	(168)	(274)	(38,7%)
Juros de Passivo de arrendamento	(97)	(104)	(6,7%)	(292)	(315)	(7,3%)
Outras despesas financeiras	(36)	(31)	16,1%	(96)	(45)	113,3%
Resultado financeiro antes de atualizações	(223)	(287)	(22,3%)	(790)	(801)	(1,4%)
% Receita Líquida	(2,9%)	(5,0%)	2,2p.p.	(4,1%)	(4,4%)	0,4p.p.
Atualizações Monetárias	116	47	na	165	25	na
Resultado financeiro líquido	(107)	(240)	(55,4%)	(625)	(776)	(19,5%)
% Receita Líquida	(1,4%)	(4,2%)	2,8p.p.	(3,2%)	(4,3%)	(0,25p.p.)
Ajustes Não Recorrentes	(130)	(47)	na	(130)	(47)	na
Resultado financeiro líquido sem ajustes não recorrentes	(237)	(287)	(17,4%)	(755)	(823)	(8,3%)
% Receita Líquida	(3,0%)	(5,0%)	2,0p.p.	(3,9%)	(4,6%)	0,68p.p.

No 3T20, o resultado financeiro líquido de efeitos não recorrentes foi de (-R\$237) milhões, com melhora de 2,0 p.p. em relação a Receita Líquida frente ao 3T19.

Durante o 3T20 não houve desconto de recebíveis de cartões de crédito devido ao fortalecimento de caixa ocorrido no 2T20, impactando positivamente essa linha.

Lucro líquido

R\$ milhões	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Lucro Líquido (Prejuízo)	590	(346)	na	667	(558)	na
Margem Líquida	7,6%	(6,1%)	13,6p.p.	3,4%	-3,1%	6,5p.p.
Ajustes Não Recorrentes	(490)	138	na	(490)	138	na
Lucro Líquido (Prejuízo) Operacional	100	(208)	na	177	(420)	na
Margem Líquida Operacional	1,3%	(3,7%)	4,9p.p.	0,9%	(2,3%)	3,24p.p.

A Companhia reportou reversão de prejuízo para o lucro líquido contábil no período, saindo de (R\$346) milhões para R\$590 milhões e também apresentou uma reversão de prejuízo operacional de (R\$208) milhões no 3T19 para lucro operacional de R\$100 milhões no 3T20. Tal resultado reflete o desempenho da operação com excelente performance do e-commerce, a maior alavancagem operacional por conta do crescimento de receita e a forte diluição das despesas.

Ciclo Financeiro

R\$ milhões	3T20	3T19	(+/-)
(+/-) Estoques	5.570	4.520	+1.050
Dias Estoques ¹	93	105	(13 dias)
(+/-) Fornecedores²	6.968	6.545	+423
Dias Fornecedores Total ¹	115	153	(38 dias)
Variação Ciclo Financeiro	1.398	2.025	(627)

(¹) Dias de CMV

(²) Fornecedores + Fornecedores Convênio

Encerramos o 3T20 com aumento nos estoques e fornecedores, observando uma variação de R\$627 milhões no ciclo financeiro. O aumento dos estoques (variação de R\$1.050 milhões vs. 3T19) é devido ao fortalecimento da posição como diferencial estratégico no atual momento do mercado, que tem sido fundamental para o ganho de market-share no período.

Endividamento

R\$ milhões	2T19	3T19	(+/-)	2T20	3T20	(+/-)	Var. Caixa
Caixas e Equivalentes de Caixa	238	1.405	+1.167	4.743	2.122	(2.621)	
Recebíveis de Cartão não descontados	1.750	1.421	(329)	2.666	5.753	+3.087	
Dívida Financeira	(927)	(2.181)	(1.254)	(4.508)	(4.509)	(1)	
Caixa Líquido Ajustado Incluindo Recebíveis Não Descontados	1.061	645	(416)	2.901	3.366	+465	881
EBITDA Ajustado 12m	1.650	1.427		2.009	2.977		
Caixa Líquido/EBITDA Ajustado 12m	0,6x	0,5x		1,4x	1,1x		

Encerramos o trimestre com uma posição de Caixa de R\$7,9 bilhões e Caixa Líquido de R\$3,4 bilhões, incluindo a carteira de recebíveis não descontados no valor de R\$5,8 bilhões.

Houve robusta geração de Caixa: analisando a variação do 3T19 vs 2T19 (-R\$416 Milhões) e 3T20 vs 2T20 (+R\$465 milhões) temos R\$881 milhões a mais de geração de caixa. Se desconsiderarmos o portal do fornecedor, a geração adicional seria de R\$1,5 bilhão.

Capital de Giro

Nos últimos 12 meses, a variação do capital de giro ajustado contribuiu em R\$ 2.204 milhões para a geração de caixa operacional, com destaque para a disciplina no giro dos estoques como estratégia para alavancar o crescimento online e garantir o abastecimento.

Com o fortalecimento e robustez do caixa, a Companhia retomou ao programa de antecipação a fornecedores com caixa próprio, mencionadas como Fornecedores Portal, no valor de R\$ 605 milhões em set/20, além da continuidade do programa de Fornecedores Convênio feita com bancos.

R\$ milhões	set/20	set/19	Δ
(+) Contas a receber (sem cartões de crédito)	2.190	2.087	103
(+) Estoques	5.570	4.520	1.050
(+) Partes relacionadas	190	89	101
(+) Impostos a recuperar	1.485	1.104	381
(+) Outros ativos	581	260	321
(+) Ativos circulantes operacionais	10.016	8.060	1.956
(-) Fornecedores	6.479	5.539	939
(-) Fornecedores Convênio	489	1.006	(517)
(-) Fornecedores Portal	605	0	605
(-) Reclassificação CCB	2.503	0	2.503
(-) Carnês financiamento ao consumidor	3.126	3.051	75
(-) Obrigações sociais e trabalhistas	520	426	94
(-) Tributos a pagar	213	136	77
(-) Partes relacionadas	25	86	(61)
(-) Receita diferida	397	405	(9)
(-) Outros contas a pagar	1.521	1.069	452
(-) Passivos circulantes operacionais	15.877	11.717	4.160
Δ	5.861	3.657	2.204

Estrutura de Capital

ESTRUTURA DE CAPITAL (em R\$ milhões)	12 UM	set/20	jun/20	mar/20	dez/19	set/19
(-) Empréstimos e Financiamentos circulante	91	(2,087)	(1,727)	(1,553)	(1,655)	(2,178)
(-) Empréstimos e Financiamentos não circulante	(2,420)	(2,423)	(2,780)	(500)	(500)	(3)
(=) Endividamento Bruto	(2,328)	(4,509)	(4,507)	(2,053)	(2,155)	(2,181)
(+) Caixa e aplicações financeiras	717	2,122	4,743	2,129	1,364	1,405
(+) Contas a Receber - Cartões de Crédito	4,332	5,753	2,666	752	3,004	1,421
(=) Caixa Líquido Ajustado	2,721	3,366	2,902	828	2,213	645
Endividamento de Curto Prazo / Total	-53.6%	46.3%	38.3%	75.6%	76.8%	99.9%
Endividamento de Longo Prazo / Total	53.6%	53.7%	61.7%	24.4%	23.2%	0.1%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	223	1,650	2,009	1,839	1,736	1,427
Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado	1.6 x	2.0 x	1.4 x	0.5 x	1.3 x	0.5 x
Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito	5,049	7,876	7,409	2,881	4,368	2,826

Também nos últimos 12 meses, a Companhia aumentou sua posição de caixa líquido ajustado em R\$ 2,7 bilhões. Desconsiderando a operação de CCB que reclassificou o saldo de fornecedores para rubrica “Empréstimos e financiamentos” no montante de R\$ 2,5 bilhões, o acréscimo seria de R\$ 5,2 bilhões em função da geração de caixa, bem como da oferta subsequente de ações concluída em junho/20.

Crediário – Visão Contábil

ATIVO	2T20	3T20	PASSIVO	2T20	3T20
a receber curto prazo	2.792	3.065	CDCI curto prazo	3.589	3.222
a receber longo prazo	323	474	CDCI longo prazo	333	507
Total a receber	3.115	3.539	Total a Pagar	3.922	3.729

Total Juros a Apropriar	-776	-975	Total Juros a Apropriar	-88	-104
-------------------------	------	------	-------------------------	-----	------

Total a receber	2.339	2.564	Total a pagar	3.834	3.626
-----------------	-------	-------	---------------	-------	-------

Saldo de PCLD de CDCI	-399	-415
-----------------------	------	------

Item 6 – Página 49 do ITR e Item 13 – Página 61 do ITR

Crediário – Visão Gerencial

ATIVO	2T20	3T20	PASSIVO	2T20	3T20
a receber curto prazo	2.792	3.065	CDCI curto prazo	3.589	3.222
a receber longo prazo	323	474	CDCI longo prazo	333	507
Total a receber (1)(3)	3.115	3.539	Total a Pagar (2)	3.922	3.729
Carteira baixada	1370	1650			
Total Geral	4.485	5.189			

Enxergamos no crediário uma excelente ferramenta de vendas, pois além de resiliente em períodos de crise, ele captura clientes que tiveram seus limites reduzidos pelas instituições financeiras.

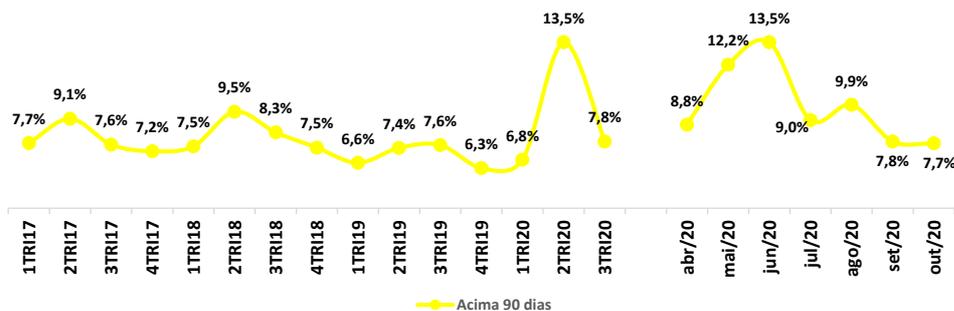
Novidade durante a pandemia, o CDC digital já está com uma originação mensal de R\$7 milhões. Em out/20 já escalamos a operação para “mar aberto” com biometria facial. A base de clientes pré aprovados atingiu 11,8 milhões de clientes.

Na reabertura das lojas desde o fim do 2T20, houve forte recuperação do nosso crediário próprio com recorde de originação, em volumes até superiores aos níveis de novembro/dezembro. Hoje, **95%** das decisões de crédito são automatizadas.

Na tabela gerencial, incluímos os valores dos recebíveis do crediário caso não houvessem sido baixados após 6 meses de não recebimento. Notem que o ativo torna-se superior ao passivo. Em média, 6% da carteira baixada ainda é recuperada.

Inadimplência

Observamos forte melhora dos recebimentos durante o 3T20 (outubro e novembro continuam fortes) o que ratifica a resiliência do crediário em períodos de crise. Originação saiu de R\$430 milhões, na média, para R\$700 milhões.



Inadimplência acima de 90 dias: (saldo devedor de todos os contratos com 91 ou mais dias de atraso) sobre a carteira ativa do crediário.

Investimentos

No 3T20 os investimentos da Via Varejo totalizaram R\$ 110 milhões,

Direcionados principalmente para a evolução tecnológica e logística, divididos conforme o quadro abaixo.

R\$ milhões	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Logística	10	5	85,4%	33	21	51,6%
Novas Lojas	4	25	(81,8%)	15	79	(80,5%)
Reforma de lojas	8	12	(36,3%)	29	41	(30,5%)
Tecnologia	84	64	30,5%	160	156	2,9%
Outros	4	10	(58,3%)	16	25	(37,1%)
Total	110	116	(5,5%)	252	322	(21,7%)

Movimentação de Lojas por Formato e Bandeira

<i>Casas Bahia</i>	3T19	2T20	Abertas	Fechadas	3T20
Rua	660	669	1	1	669
Shopping	182	185	0	0	185
Quiosque	3	3	0	3	0
Consolidado (total)	845	857	1	4	854
Área de Vendas (mil m²)	818	823	0,9	1,5	823
Área Total (mil m²)	1.312	1.322	1,3	3,1	1.320

<i>Pontofrio</i>	3T19	2T20	Abertas	Fechadas	3T20
Rua	112	111	0	0	111
Shopping	102	101	0	1	100
Quiosque	2	2	0	2	0
Consolidado (total)	216	214	0	3	211
Área de Vendas (mil m²)	118	116	0	0,2	116
Área Total (mil m²)	201	199	0	0,4	199

<i>Consolidado</i>	3T19	2T20	Abertas	Fechadas	3T20
Rua	772	780	1	1	780
Shopping	284	286	0	1	285
Quiosque	5	5	0	5	0
Consolidado (total)	1.061	1.071	1	7	1.065
Área de Vendas (mil m²)	935	939	0,9	1,7	939
Área Total (mil m²)	1.513	1.521	1,3	3,5	1.519

Informações Contábeis - DRE

Demonstração do Resultado Consolidado

R\$ milhões	3T20	3T19	Δ	9M20	9M19	Δ
Receita Bruta	9.296	6.608	40,7%	23.184	20.973	10,5%
Receita Líquida	7.812	5.688	37,3%	19.431	18.042	7,7%
Custo das Mercadorias Vendidas	(5.003)	(3.942)	26,9%	(12.719)	(12.779)	(0,5%)
Depreciação (Logística)	(46)	(45)	1,5%	(138)	(135)	2,1%
Lucro Bruto	2.764	1.701	62,5%	6.574	5.128	28,2%
Despesas com Vendas	(1.456)	(1.335)	9,1%	(3.900)	(3.641)	7,1%
Despesas Gerais e Administrativas	(174)	(203)	(14,4%)	(481)	(543)	(11,4%)
Resultado da Equivalência Patrimonial	17	12	38,6%	41	32	27,5%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(76)	(317)	(76,0%)	(158)	(464)	(66,0%)
Total das Despesas Operacionais	(1.690)	(1.843)	(8,3%)	(4.498)	(4.616)	(2,6%)
Depreciação e Amortização	(187)	(172)	8,5%	(550)	(500)	10,0%
EBIT - Lucro Operacional antes Impostos e Receita (Despesa) Financeiras	887	(314)	(382,6%)	1.527	12	12622,0%
Receitas Financeiras	171	84	103,6%	359	136	163,7%
Despesas Financeiras	(278)	(324)	(14,2%)	(984)	(912)	7,9%
Resultado Financeiro Líquido	(107)	(240)	(55,5%)	(625)	(776)	(19,5%)
Lucro Operacional antes do I.R.	780	(554)	(240,9%)	902	(764)	(218,0%)
Imposto de Renda	(190)	208	(191,5%)	(234)	206	(213,6%)
Lucro Líquido (Prejuízo)	590	(346)	(270,5%)	667	(558)	(219,6%)

EBIT - Lucro Operacional antes Impostos e Receita (Despesa) Financeiras	887	(314)	(382,6%)	1.527	12	12622,0%
Depreciação (Logística)	46	45	1,5%	138	135	2,1%
Depreciação e Amortização	187	172	8,5%	550	500	10,0%
EBITDA - Lucro Operacional antes da Depreciação e Receita (Despesa) Financeiras¹	1.120	(97)	(1254,3%)	2.214	647	242,2%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	76	317	(76,0%)	158	464	(66,0%)
EBITDA Ajustado	1.196	220	443,6%	2.372	1.111	113,5%

% sobre Receita Líquida de Vendas	3T20	3T19	Δ	9M20	9M19	Δ
Lucro Bruto	35,4%	29,9%	5,5 p.p.	33,8%	28,4%	5,4 p.p.
Despesas com Vendas	(18,6%)	(23,5%)	4,8 p.p.	(20,1%)	(20,2%)	0,1 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	(2,2%)	(3,6%)	1,3 p.p.	(2,5%)	(3,0%)	0,5 p.p.
Resultado da Equivalência Patrimonial	0,2%	0,2%	0,0 p.p.	0,2%	0,2%	0,0 p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(1,0%)	(5,6%)	4,6 p.p.	(0,8%)	(2,6%)	1,8 p.p.
Total das Despesas Operacionais	(21,6%)	(32,4%)	10,8 p.p.	(23,1%)	(25,6%)	2,4 p.p.
Depreciação e Amortização	(2,4%)	(3,0%)	0,6 p.p.	(2,8%)	(2,8%)	(0,1 p.p.)
EBIT - Lucro Operacional antes Impostos e Receita (Despesa) Financeiras	11,4%	(5,5%)	16,9 p.p.	7,9%	0,1%	7,8 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(1,4%)	(4,2%)	2,9 p.p.	(3,2%)	(4,3%)	1,1 p.p.
Lucro Operacional antes do I.R.	10,0%	(9,7%)	19,7 p.p.	4,6%	(4,2%)	8,9 p.p.
Imposto de Renda	(2,4%)	3,7%	(6,1 p.p.)	(1,2%)	1,1%	(2,3 p.p.)
Lucro Líquido (Prejuízo)	7,6%	(6,1%)	13,6 p.p.	3,4%	(3,1%)	6,5 p.p.

EBITDA	14,3%	(1,7%)	16,0 p.p.	11,4%	3,6%	7,8 p.p.
---------------	--------------	---------------	------------------	--------------	-------------	-----------------

EBITDA Ajustado	15,3%	3,9%	11,4 p.p.	12,2%	6,2%	6,0 p.p.
------------------------	--------------	-------------	------------------	--------------	-------------	-----------------

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

Informações Contábeis – Balanço Patrimonial

Balanço Patrimonial

Ativo

R\$ milhões

	30.09.2020	30.09.2019
Ativo Circulante	17.828	10.852
Caixas e Equivalentes de Caixa	2.122	1.405
Contas a Receber	7.880	3.474
Cartões de Crédito	5.690	1.387
Carnês - Financiamento ao Consumidor	2.183	2.092
Outros	265	273
Contas a Receber B2B	173	187
Provisão para Devedores Duvidosos	(431)	(465)
Estoques	5.570	4.520
Tributos a Recuperar	1.485	1.104
Partes Relacionadas	190	89
Despesas Antecipadas	281	110
Instrumentos financeiros - hedge de valor justo	0	7
Outros Ativos	300	143
Ativo Não Circulante	12.234	11.269
Realizável a Longo Prazo	6.093	5.172
Contas a Receber	389	261
Cartões de Crédito	63	34
Carnês - Financiamento ao Consumidor	381	273
Provisão para Devedores Duvidosos	(56)	(46)
Outros	1	-
Tributos a Recuperar	3.562	2.769
Tributos Diferidos	1.290	1.068
Partes Relacionadas	92	93
Instrumentos financeiros	0	41
Depósitos Judiciais	625	856
Outros Ativos	135	84
Investimentos	176	135
Imobilizado	1.327	1.368
Ativo de Direito de Uso	3.071	3.260
Intangível	1.567	1.334
TOTAL DO ATIVO	30.062	22.121

Passivo e Patrimônio Líquido

R\$ milhões

	30.09.2020	30.09.2019
Passivo Circulante	15.494	14.502
Fornecedores	6.479	5.539
Fornecedores Convênio	489	1.006
Empréstimos e Financiamentos	2.087	2.178
Carnês - Financiamento ao Consumidor (CDCI)	3.126	3.051
Tributos a Pagar	214	136
Obrigações Sociais e Trabalhistas	520	426
Receitas Diferidas	397	405
Partes Relacionadas	25	86
Repasse de Terceiros	404	509
Passivo de arrendamento	636	606
Outros Passivos	1.117	560
Passivo Não Circulante	8.936	6.157
Empréstimos e Financiamentos	2.422	3
Carnês - Financiamento ao Consumidor (CDCI)	500	371
Receita Diferida	1.177	1.348
Provisão para Demandas Judiciais	1.481	802
Tributos a Pagar	24	25
Passivo de arrendamento	3.283	3.583
Tributos Diferidos	6	6
Outros Passivos	43	19
Patrimônio Líquido	5.632	1.462
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	30.062	22.121

Informações Contábeis – Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais (R\$ milhões)

R\$ milhões	30.09.2020	30.09.2019
Lucro Líquido (Prejuízo) do exercício	668	(558)
Ajustes em:		
Depreciações e Amortizações	688	593
Equivalência Patrimonial	(41)	(32)
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	199	(207)
Juros e Variações Monetárias, não realizadas	391	516
Provisão para demandas judiciais, liquidas de reversões	198	468
Perda estimada com créditos de Liquidação Duvidosa	556	452
Perda com alienação de ativo imobilizado e intangível	(8)	193
Perda estimada do valor recuperável líquido dos estoques	(25)	178
Receita diferida reconhecida no resultado	(192)	(255)
Baixa de direito de uso e passivo de arrendamento	(155)	7
Recuperação de tributos no exercício	(617)	(108)
Remuneração Baseada em Ações	39	(2)
Descontos obtidos - arrendamento mercantil	(83)	-
Outros	(6)	0
	1.612	1.245
(Aumento) Redução de Ativos		
Contas a Receber	(3.360)	(121)
Estoques	(980)	118
Tributos a Recuperar	(387)	21
Partes relacionadas	(160)	(56)
Depósitos judiciais	30	131
Despesas Antecipadas	(226)	(77)
Outros ativos	(116)	(3)
	(5.199)	13
Aumento (Redução) de Passivos		
Fornecedores	(971)	(2.543)
Tributos a Pagar	118	(27)
Obrigações sociais e trabalhistas	99	(107)
Repasse de Terceiros	(113)	(30)
Receita diferida	6	-
Demandas Judiciais	(640)	(657)
Outros passivos	457	(176)
	(1.044)	(3.540)
(Aumento) Redução de Ativo e Passivo - Outros		
Dividendos recebidos de investidas	10	5
Imposto de renda e contribuição social pagos	-	(5)
	10	-
Caixa Líquido gerado (aplicado) nas atividades operacionais	(4.621)	(2.282)
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento		
Aquisição de bens do ativo imobilizado e intangível	(241)	(350)
Alienação e baixa de bens do ativo imobilizado e intangível	5	1
Instrumentos financeiros	-	(40)
Aquisição de controlada, líquida de caixa adquirido	(53)	-
Caixa Líquido (aplicado) nas Atividades de Investimento	(289)	(389)
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento		
Captações	7.607	5.559
Pagamento de principal	(5.317)	(4.309)
Pagamento de juros	(353)	(211)
Pagamentos de Principal - Arrendamento Mercantil	(290)	(362)
Pagamentos de Juros - Arrendamento Mercantil	(292)	(315)
Recursos provenientes da emissão de ações	4.455	-
Pagamento de gastos com emissão de ações	(142)	-
Aumento de capital	-	3
Caixa Líquido (aplicado) nas Atividades de Financiamento	5.668	365
Saldo inicial de caixa e equivalentes de caixa	1.364	3.711
Saldo final de caixa e equivalentes de caixa	2.122	1.405
Variação no Caixa e Equivalentes	758	(2.306)

VIDEOCONFERÊNCIA E WEBCAST DE RESULTADOS:

12 de novembro de 2020

14h00 (Brasil) / 12h00 (NY) / 17h00 (Londres)

Português / Inglês (tradução simultânea)

Webcast Português: [clique aqui](#)

Orivaldo Padilha
CFO e Diretor de RI

Gabriel Succar
Gerente de RI

Thais Lima
Coordenadora de RI

Glossário:

GMV E-commerce (Gross Merchandise Value): Montante transacionado em R\$ em nosso site, incluindo os valores de 1P e 3P.

1P: Produtos do estoque da Companhia comercializados nas plataformas Online.

Marketplace ou 3P: Produtos de parceiros ("sellers") comercializados nas plataformas Online.

Retira Rápido: Compra realizada online e que pode ser retirada em nossas lojas ou em parceiros.

Vendas Mesmas Lojas: Receita de lojas em operação há mais de doze meses.

Via+: Sistema de Vendas das lojas, web-based, que unifica todas as ferramentas que desenvolvemos ao longo dos últimos meses para auxiliar na venda de produtos e serviços.

Mini-Hub: Lojas que funcionam como centros de envio de mercadorias para clientes (shipping from store).

Vendedor Online e Me Chama no Zap: novo formato de vendas pela internet, por meio da qual os vendedores interagem com consumidores por meio de redes sociais.