

# 1T23

## RESULTADOS VIA

Sérgio Leme

EVP People, ESG & IRO

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.



# Destaque do 1T23



## Omnicanalidade

### Lojas

+11% de GMV  
Canal mais rentável da Via  
Ganho 1,7 p.p. de market  
share a/a

### 1P Online

Recorde de share em  
mar/23 (15%)\*  
sem perda de margem

### 3P

+26% de GMV  
Foco em rentabilidade,  
receita +56% a/a



## Soluções Financeiras

### Crédito (Credário e EP)

Alavanca de vendas e  
rentabilidade

Melhora nos indicadores  
de inadimplência  
(4,5% de perda,  
9,0% de over 90)

### Cartões Co-Branded

Monetizando clientes e  
alavancando vendas

### banQi

6,8 MM de contas (+41%)  
+2,3X de TPV



## Logística

### Novas Fontes de Receita e Rentabilidade

#### Fulfillment

+40% de clientes  
+29% de pedidos

#### Mar Aberto

+294% de receita  
+17X de clientes  
+188% de pedidos



## Resultado Financeiro

### Lucro Bruto

Aumento de 1,4 p.p. na  
margem bruta para 32,1%

### EBITDA

Melhoria de 0,1 p.p. para 9,2%

### Resultado Financeiro

R\$ -827 MM, impactado pela  
Selic

### Prejuízo Líquido

R\$ -297 MM



## Liquidez

### Liability Management

Aprovação do alongamento de  
R\$ 1,1 Bilhão (+24 meses)

### Capital de Giro

Melhoria de R\$ 542 MM  
comparado ao 1T22

### Monetização Créditos

R\$ 606 MM (+2X a/a) e  
-3X superior as demandas  
trabalhistas

### Fornecedor Convênio

Redução de R\$ 1,7 Bilhão a/a

# OMNICANALIDADE

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.

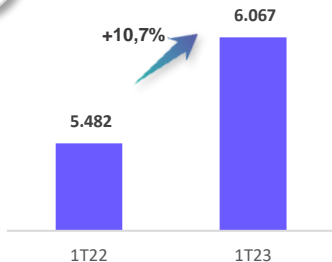


Sozinhos, pensamos grande. Com você, pensamos gigante.

# Omnicanalidade 1P

GMV Loja Física - R\$ MM

**+9,0%**  
mesmas  
lojas



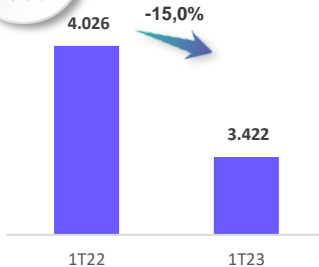
GMV  
por  
Loja

R\$ 4,9 MM

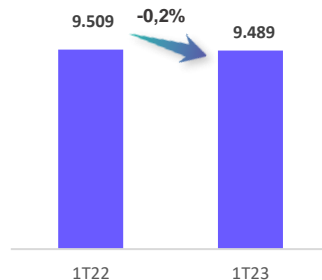
R\$ 5,4 MM

GMV 1P Online - R\$ MM

**Máxima**  
histórica de  
market  
share



GMV 1P - R\$ MM



**Nosso canal mais rentável  
performando melhor**

Aumento de  
GMV  
+  
Aumento de  
rentabilidade

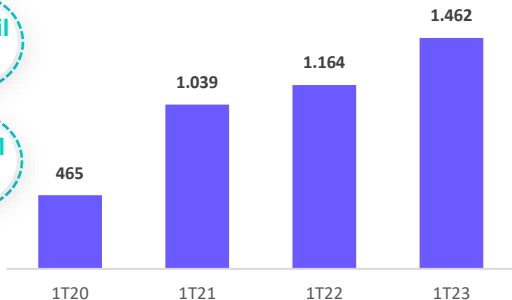
# Omnicanalidade 3P

Omnicanalidade  
1P/3P

GMV - R\$ MM

155 Mil  
Sellers  
+12% a/a

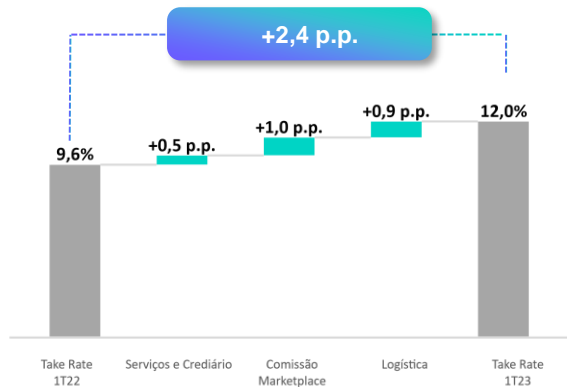
67 MM  
SKUs  
+46% a/a



Variação  
% a/a

+27%    +123%    +12%    +26%

Taxa de Comissão



Receita  
R\$ MM

112    175

+56%  
receita  
a/a

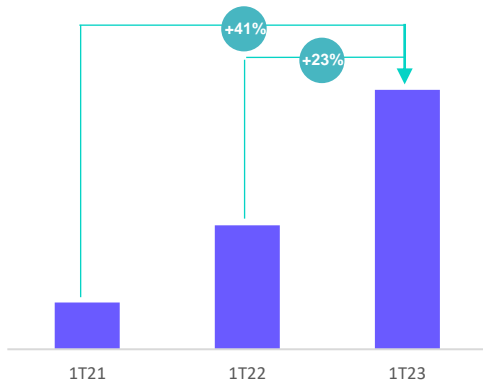
Crescendo e reforçando a  
rentabilidade

Maior  
Eficiência  
Operacional

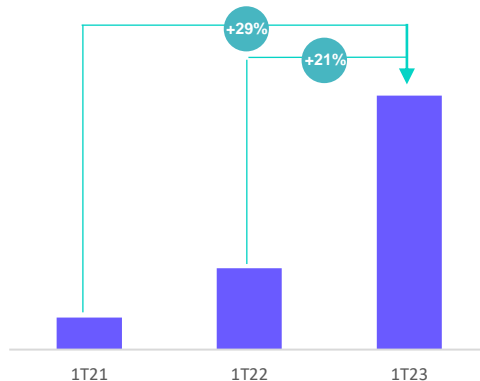
## Ganho de Produtividade do Vendedor

Omnicanalidade  
1P/3P

GMV por Vendedor



Receita por Vendedor



Eficiência  
Operacional

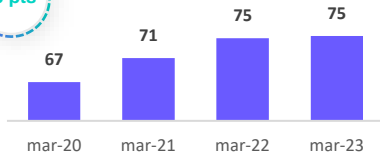


Rentabilidade

# Nível de Satisfação do Cliente - NPS

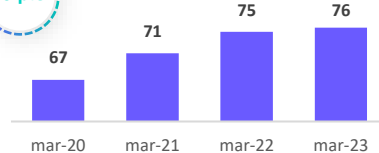


+8 pts



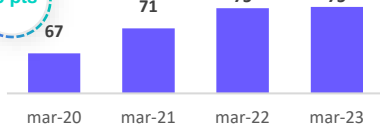
Lojas  
Físicas

+9 pts



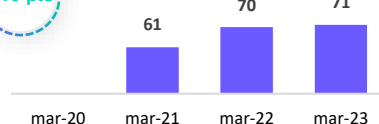
Online

+8 pts



3P

+10 pts



Maior  
NPS



Maior satisfação do cliente  
Maior recorrência  
Menor CAC



Maior  
Rentabilidade

Crescimento  
priorizando  
categorias de  
maior  
rentabilidade

# Market Share

Omnicanalidade  
1P/3P

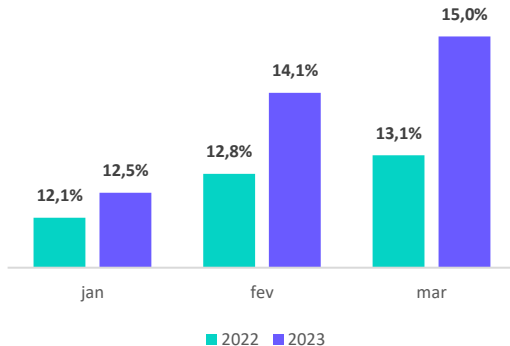
### Share Online - Trimestral



### Share Físico - Trimestral

+1,7 p.p.  
a/a

### Share Online - Mensal



Máxima  
histórica de  
share

Ganho de share offline  
e online batendo recorde



# VINGEFAST

PLATAFORMA DE MÍDIA EXCLUSIVA DA VIA, 100% REGIONAL, RÁPIDA E EFETIVA



## Objetivo

- **Anúncio geolocalizado**
- **Maior espaço em mídia**
- **Atende tanto o fornecedor 1P como seller**



## Escolha do Cliente

- **Compra de mídia por audiência impactada**



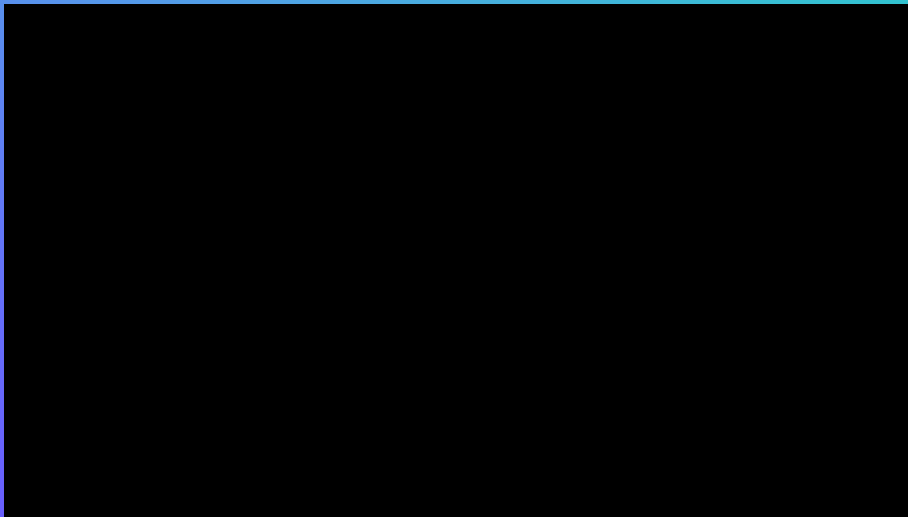
## Como é Feito

- **Utilização de artistas renomados**
- **Produção digitalizada de conteúdos**
- **Personalização da produção em minutos**



# VINGEFAST

PLATAFORMA DE MÍDIA EXCLUSIVA DA VIA, 100% REGIONAL, RÁPIDA E EFETIVA



# Tecnologia e Inovação

## Aumento de Conversão

Melhor preço à vista sendo exibido no resumo do carrinho

Personalização do chatbot criando um menu dinâmico



Lojas: Evolução do App 2.0 para vendedores - habilitando múltiplos itens na mesma negociação

Pix como entrada para Crediário Digital



Nova loja Bartira com nosso White Label - Via Store

Modelos de Machine Learning para Marketing: foco em push para recomendação de Vitrine



Google Promotions: Novos recursos da Google para promoções e anúncios

WMS Manhattan CD Jundiá (Ganho de produtividade)



Eficiência Operacional / Redução de Custos

# LOGÍSTICA

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.



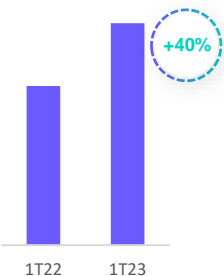
Expansão de novas fontes de receita e rentabilidade

# Logística | As a Service

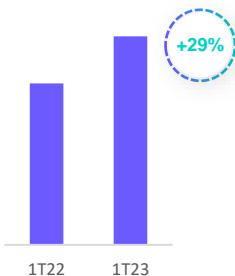


## Fulfillment Multimarketplace

Clientes

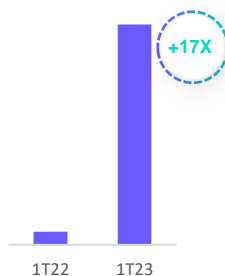


Pedidos

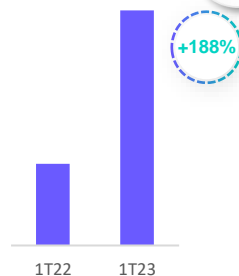


## Transporte (Mar Aberto)

Clientes



Pedidos

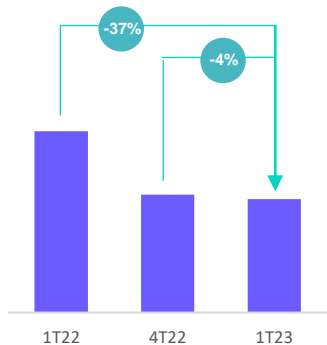


+294%  
receita  
a/a

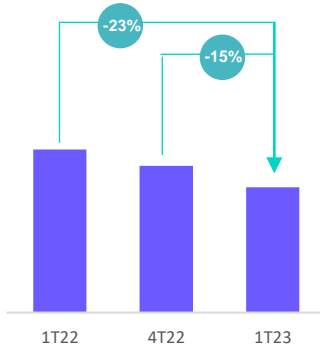
Consistência na execução da estratégia:  
explorar os ativos, trazer receita e rentabilidade incremental...

# Prazo de Entrega

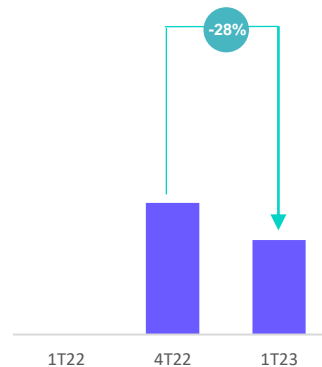
**Marketplace**  
Entregas não gerenciadas pela Via



**Marketplace**  
Entregas gerenciadas pela Via



**Fulfillment Via**



... ao mesmo tempo que melhoramos nossos prazos de entrega

# SOLUÇÕES FINANCEIRAS

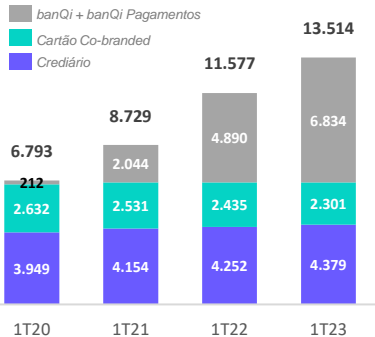
**Padilha**  
CFO

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.

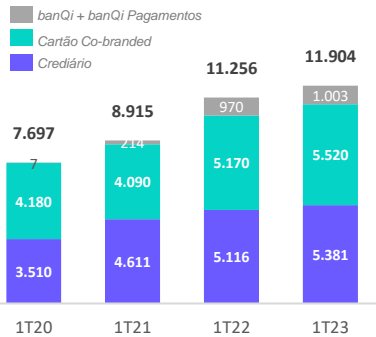


# Plataforma de Soluções Financeiras (on-us e off-us)

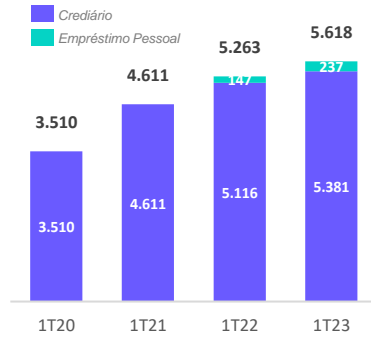
## # Clientes - Mil



## TPV - R\$ MM



## Carteira de Crédito – R\$ MM



\*EP – Início da operação no 3T21

## Plataforma de Soluções ● ON-US ● OFF-US

● Credidiário (BNPL)

● Crédito PF e PJ

● Cartão de crédito e private label

● Gateway pagamentos

● Conta Digital

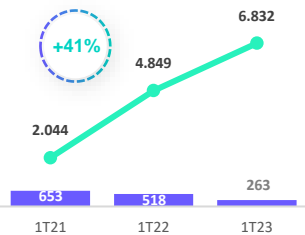
● Super App

● Empréstimo Pessoal



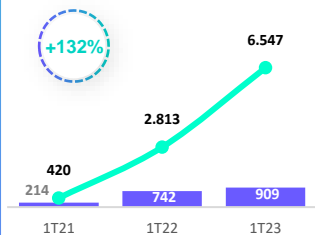
## Abertura de Contas

(# Mil)



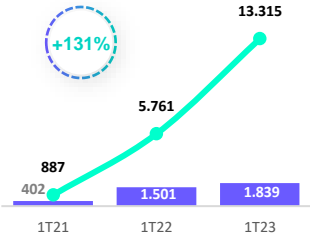
## Total TPV

(R\$ Milhões)



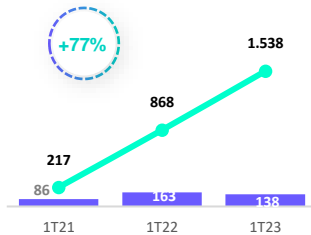
## Total de Transações

(R\$ Milhões)



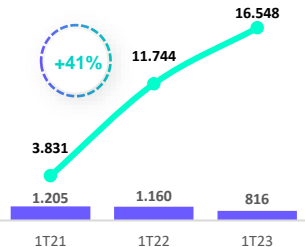
## Transações em Lojas

(R\$ Milhões)



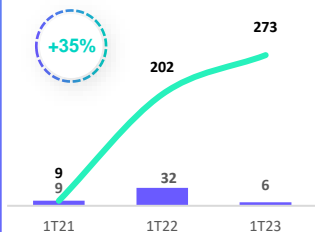
## Downloads App

(# Mil)



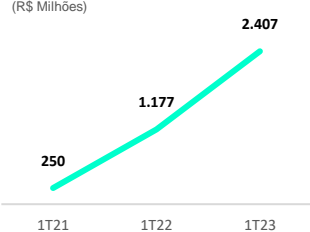
## banQi no e-commerce

banQi no e-commerce Casas Bahia  
(R\$ Milhões)



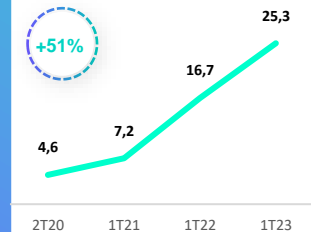
## Pagamento de Carnê no App

banQi  
(R\$ Milhões)



## Frequência de Uso do App banQi

(360 Dias)

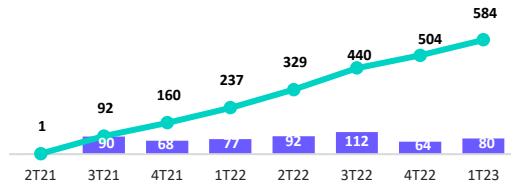




# Empréstimo Pessoal

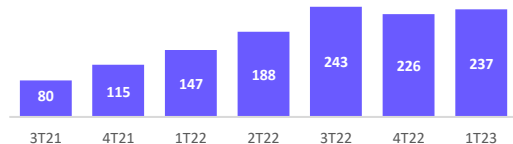
## Produção

(R\$ milhões)



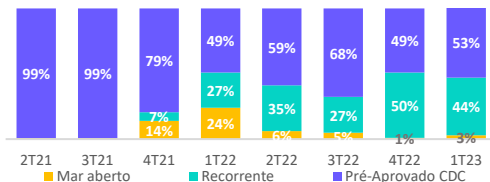
## Carteira Ativa

(R\$ milhões)

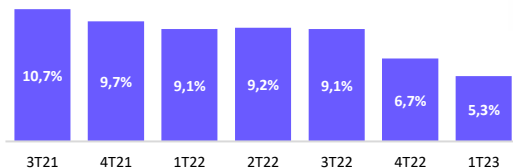


+61%  
a/a

## Mix de Contratos - Produção



## Performance por safra - Over 30



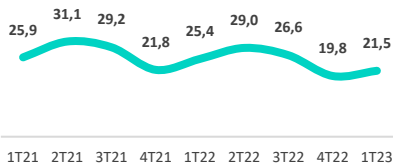
-42%  
a/a

Mais um uso rentável das  
competências de crédito da Via

# Crediário | Por Canal

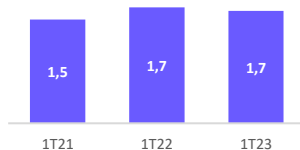
## Participação do Crediário

(% nas vendas offline)



## Crediário – Produção

(R\$ Bilhões)



## Destques



**Recorrência** de +55% de clientes



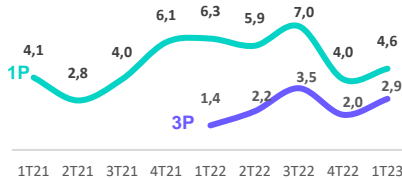
Geração de **relacionamento** com o banQi com CAC baixo



**Atrativo e diferencial** da expansão em novas regiões

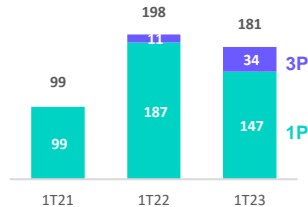
## Participação do Crediário

(% nas vendas online)



## Crediário – Produção

(R\$ Milhões)



## Destques



**Novos** sellers habilitados para venda pelo crediário



**Venda em +3.900 municípios** sem presença de loja física



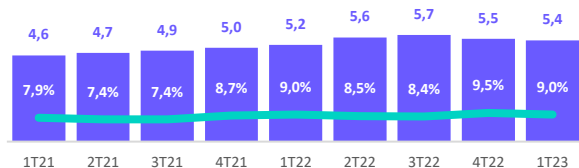
**Aumento de +15%** no número de municípios com crediário

# Crediário | Principais Indicadores

## Evolução da Carteira Ativa de Crédito

(R\$ bilhões)

■ Carteira Ativa\*  
— Taxa Over 90

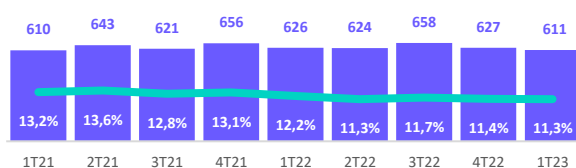


\*Carteira Ativa = Clientes com atraso até 180 dias

## PDD

(R\$ bilhões)

■ Saldo PDD  
— Saldo PDD / Carteira Ativa

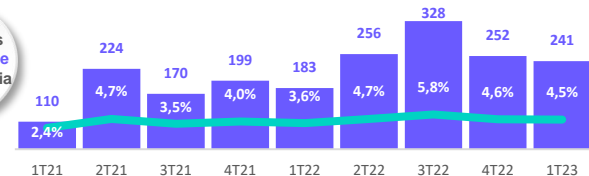


Taxa de cobertura sobre a carteira do crediário apresentou redução de 0,9 p.p. vs. 1T22, e redução de 0,1 p.p em relação ao 4T22

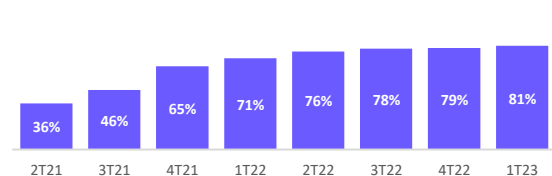
## Perda Líquida sobre Carteira

(R\$ milhões)

■ Perda  
— Perda / Carteira Ativa



## Penetração do Crediário nos municípios do Brasil

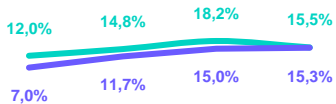


Indicadores saudáveis de inadimplência

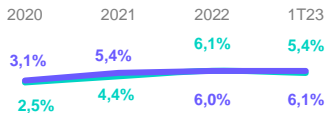
# Cartões Co-branded

Lojas

## Participação Vendas



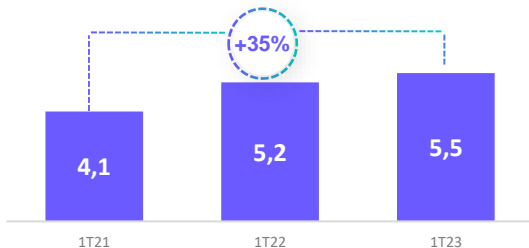
Online



2020 2021 2022 1T23

— Ponto — CB

## TPV (R\$ BI)

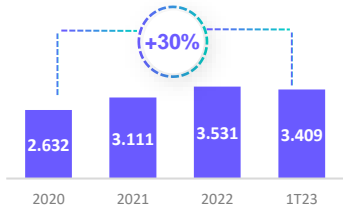


Compras on-us e off-us com os cartões CB e Ponto.

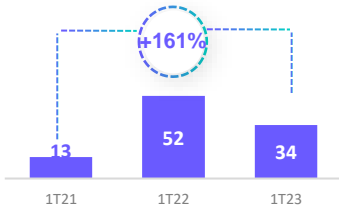


## Nosso Clientes

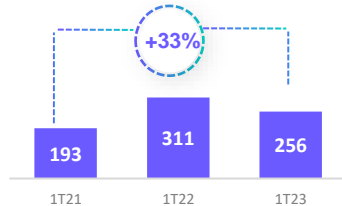
### Total de Clientes – Cartões (# mil)



### Novos Clientes Online (# mil)



### Novos Clientes Lojas + Tele vendas (# mil)



# Destques Financeiros

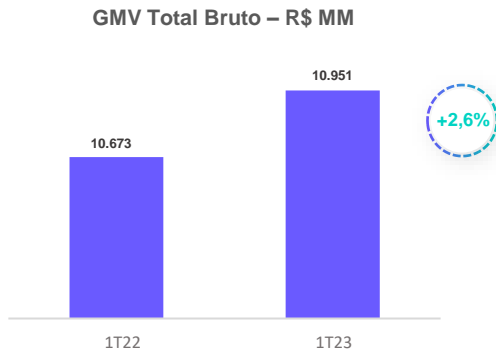
**Padilha**  
CFO

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.



# GMV e Receita

GMV Total de R\$ 11 Bilhões, ganho de R\$ 279 milhões (+2,6%), com forte crescimento do 3P e foco na rentabilidade dos nossos canais



GMV - R\$ MM	1T23	%
<b>GMV Total Bruto</b>	<b>10.951</b>	<b>2,6%</b>
<b>GMV Omnicanal (1P)</b>	<b>9.489</b>	<b>(0,2%)</b>
GMV Lojas Físicas Bruto	6.067	10,7%
GMV Bruto (1P Online)	3.422	(15,0%)
<b>GMV Omnicanal (3P)</b>	<b>1.462</b>	<b>25,6%</b>

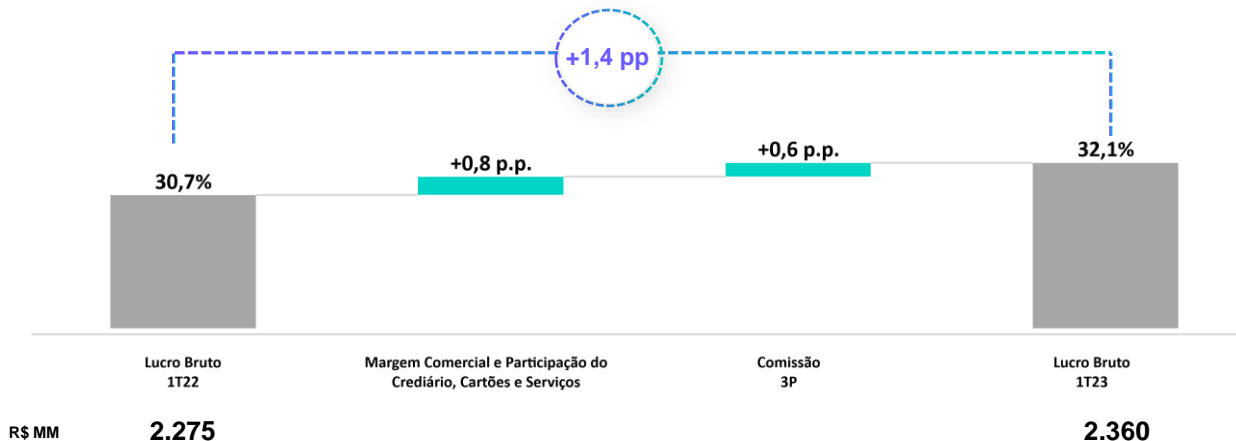
Receita por Canal - R\$ MM	1T23	%
Lojas Físicas	5.536	10,3%
Online	3.252	(12,0%)
<b>Receita Bruta</b>	<b>8.788</b>	<b>0,9%</b>

Abertura da Receita - R\$	1T23	%
Mercadoria	7.737	0,1%
Serviços de Frete	89	46,1%
Serviços	337	(8,8%)
Crediário/Cartões	625	13,6%
<b>Receita Bruta</b>	<b>8.788</b>	<b>0,9%</b>

- GMV Total Bruto atingiu R\$ 11,0 Bilhões, com crescimento de 2,6%
- GMV das lojas físicas cresceu 10,7%, o crescimento no conceito “mesmas lojas” foi de 9%
- GMV do 3P apresentou forte crescimento de 25,6%
- Destaque para os ganhos de market share no online de 1,2 p.p. contra o 1T22 e 1,0 p.p. contra o 4T22

# Lucro Bruto

Lucro bruto de R\$ 2,4 Bilhões, com margem bruta de 32,1%, aumento de 1,4 p.p.



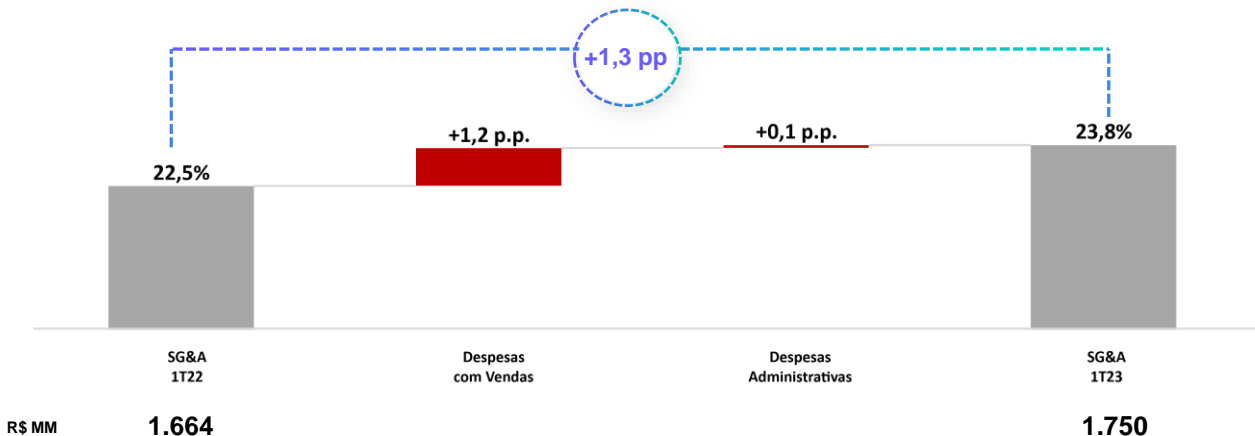
Com foco no aumento da rentabilidade, a margem bruta apresentou uma expansão de 1,4 p.p. para 32,1%. Contribuição positiva de:

- Maior participação de lojas físicas
- Maior racionalidade do mercado online
- Maior contribuição do take rate no 3P



# Despesas

Despesa de R\$ 1,75 Bilhão ou 23,8%, aumento de 1,3 p.p.



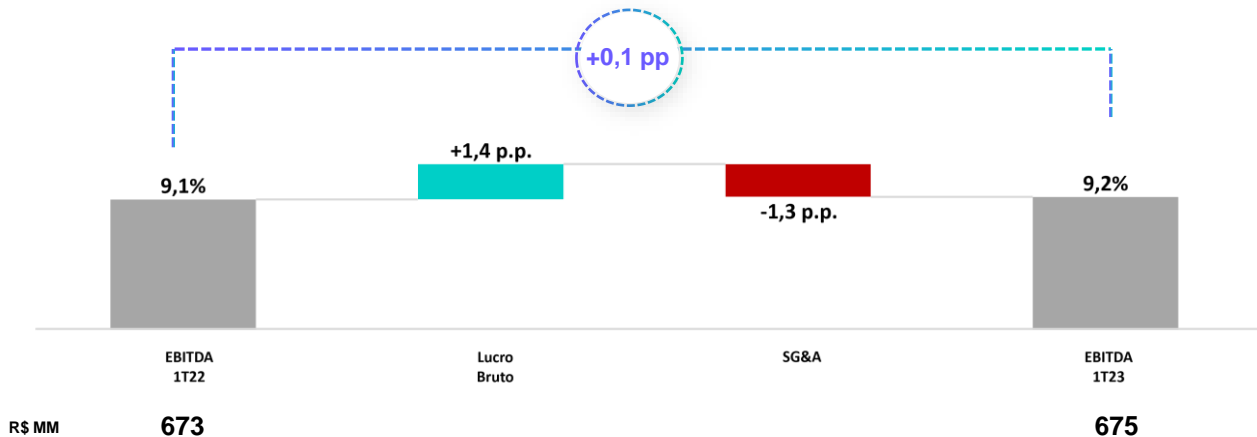
Com foco no aumento da eficiência, o crescimento das despesas em 1,3 p.p. é explicada por:

- aumento da PDD do Credidiário em função do crescimento da carteira vs. 1T22
- maior participação das lojas físicas, ou seja no mix de venda por canal
- desalavancagem operacional, ou seja, não crescimento da receita líquida no período.

A Cia implementou programa de redução de despesas que trarão benefícios ao longo do ano. São frentes de trabalho que envolvem desde uma reorganização administrativa até a melhor eficiência nas despesas de funil de marketing, despesas logísticas e de operações de lojas

# EBITDA

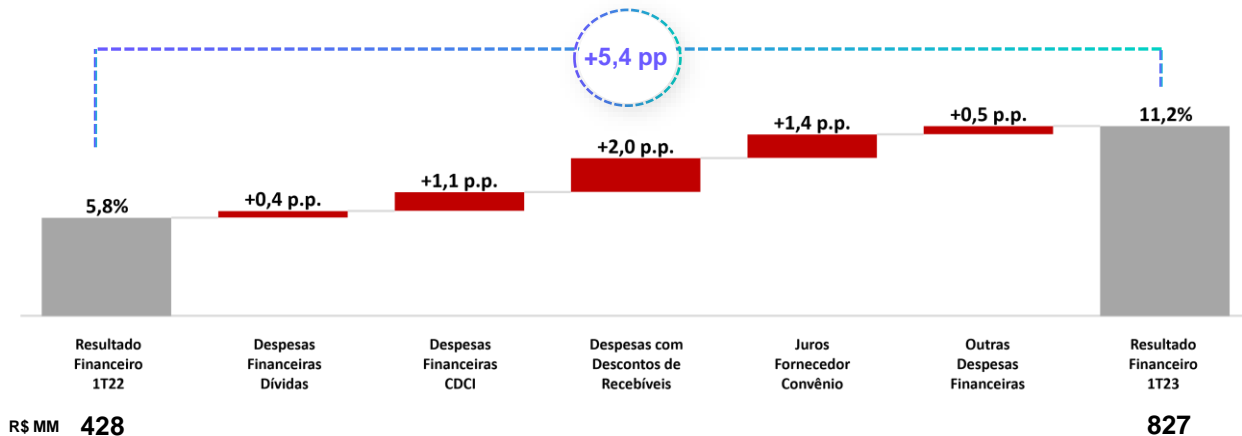
EBITDA de R\$ 675 Milhões, com margem de 9,2%, aumento de 0,1 p.p.



Com foco no aumento da eficiência e na rentabilidade, mantivemos nível elevado de EBITDA que atingiu R\$ 675 Milhões, com margem bruta de 9,2%

# Resultado Financeiro

Resultado financeiro líquido de R\$ -827 Milhões, ou -11,2%, com piora de 5,4 p.p. ou R\$ 399 Milhões

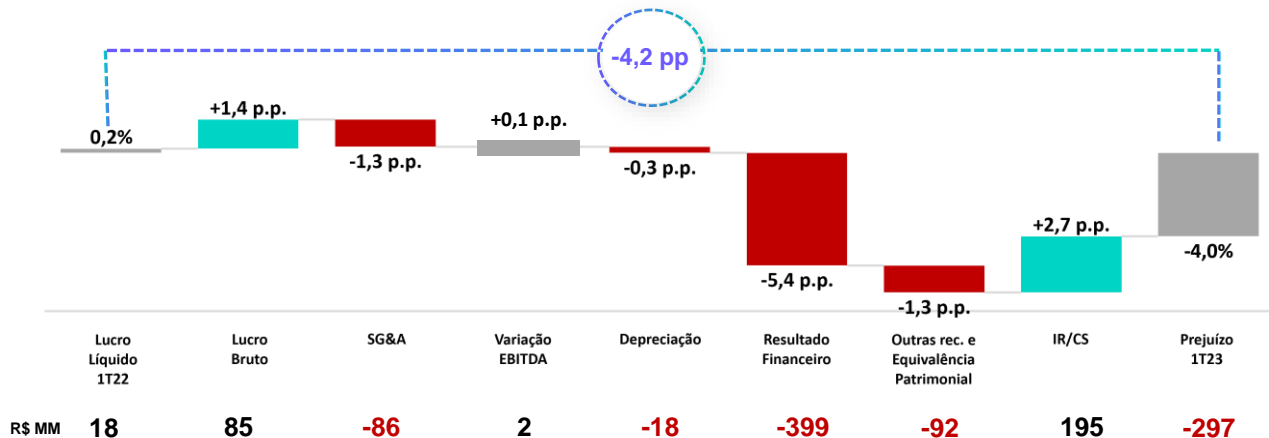


Principais razões: aumento da taxa Selic e dos volumes de desconto de recebíveis:

- Aumento do volume de descontos de cartões de crédito: +R\$ 137 Milhões
- Aumento do volume de descontos de crediário: +R\$ 85 Milhões
- Aumento do custo com risco sacado: +R\$ 94 Milhões
- Despesas com dívida bancária e outras despesas financeiras: +R\$ 83 Milhões

# Lucro Líquido

Prejuízo de R\$ - 297 Milhões, R\$ 315 Milhões pior que 1T22



Prejuízo de R\$ 297 Milhões e margem líquida de -4,0% no trimestre, com recuo de 4,2 p.p. frente ao 1T22, principalmente impactado pelo resultado financeiro

# Fluxo de Caixa

## Fluxo de Caixa (R\$ milhões)

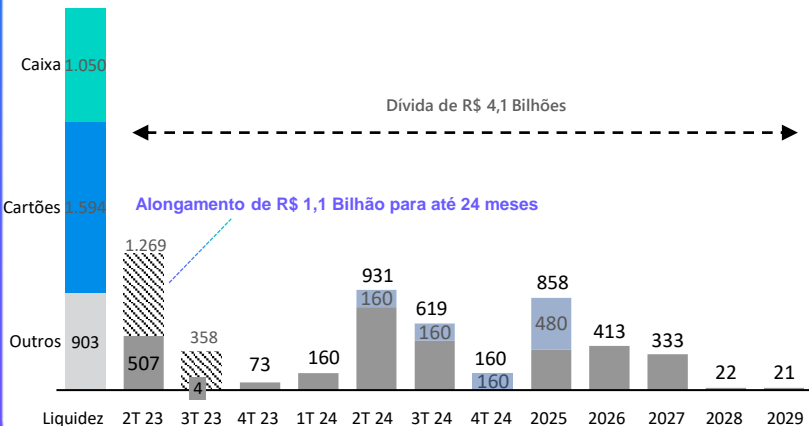
	31.03.2023	31.03.2022	Δ
<b>Lucro líquido do exercício</b>	<b>(297)</b>	<b>18</b>	<b>(315)</b>
Total de ajustes ao lucro	372	477	(105)
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>75</b>	<b>495</b>	<b>(420)</b>
<b>Δ Capital de giro</b>	<b>(902)</b>	<b>(1.445)</b>	<b>543</b>
Demandas judiciais trabalhistas	(232)	(392)	160
Monetização de impostos	606	309	297
Outros ativos e passivos	(357)	(235)	(122)
<b>(Aumento) Redução de Ativos e Passivos</b>	<b>(885)</b>	<b>(1.763)</b>	<b>878</b>
<b>Fluxo de Caixa das atividades operacionais</b>	<b>(810)</b>	<b>(1.268)</b>	<b>458</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento</b>	<b>(251)</b>	<b>(453)</b>	<b>202</b>
<b>Fluxo de Caixa Livre</b>	<b>(1.061)</b>	<b>(1.721)</b>	<b>660</b>
Arrendamento mercantil	(273)	(279)	6
Fornecedores Convênio	(1.082)	605	(1.687)
Captações	320	-	320
Pagamento de principal	(359)	-	(359)
Pagamento de juros	(151)	(82)	(69)
<b>Fluxo de caixa das atividades de financiamento</b>	<b>(1.545)</b>	<b>216</b>	<b>(1.761)</b>
Saldo inicial de caixa, cartões, portal e outros contas a receber	6.153	6.703	(550)
Saldo final de caixa, cartões, portal e outros contas a receber	3.547	5.198	(1.651)
<b>Variação no saldo de caixa e cartões</b>	<b>(2.606)</b>	<b>(1.505)</b>	<b>(1.101)</b>

No trimestre o fluxo de caixa segue ganhando eficiência:

- Capital de giro melhor em R\$ 543 Milhões vs 1T22;
- Monetização de impostos R\$ 374 Milhões acima das demandas trabalhistas (R\$ 606 Milhões vs R\$ 232 Milhões, respectivamente);
- Redução de R\$ 202 Milhões em Capex;
- Fluxo de Caixa livre melhor em R\$ 660 Milhões vs 1T22.
- Nosso endividamento apresenta variação de R\$ 1,76 Bilhão, sendo R\$ 1,7 Bilhão em risco sacado (fornecedor convenio) menor que 1T22;
- Encerramos o trimestre com R\$ 3,5 Bilhões em liquidez, sendo R\$ 1 Bilhão em Caixa e aplicações e R\$ 2,5 Bilhões em recebíveis não descontados.

# Liquidez e Alavancagem

Liquidez total de R\$ 3,5 Bilhões



A companhia aprovou o alongamento de R\$ 1,1 Bilhão (+24 meses).

Endividamento de R\$ 4,1 Bilhões, sendo que R\$ 0,5 Bilhão de dívidas de curto prazo, dos quais R\$ 320 milhões são de capital de giro com rolagem trimestral.

No trimestre, realizamos o pagamento líquido de R\$ 190 Milhões em dívidas bancárias.

59% dos vencimentos estão entre 2024 e 2029.

Posição de liquidez de R\$ 3,5 Bilhões de reais.

Os índices de alavancagem seguem em patamares inferiores aos nossos covenants financeiros.

ESG

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.





## AMBIENTAL

### Programa de Reciclagem Via – REVIVA

- **800 toneladas** de resíduos destinados para reciclagem, beneficiando **12 cooperativas parceiras**
- **530 coletores** de eletroeletrônicos distribuídos nas lojas e operações
- **1,2 tonelada de eletroeletrônicos** encaminhados para descarte e reciclagem

### G10 Favelas e Favela Express

- Continuidade a parceria desenvolvida com a organização G10 Favelas e a startup Favela Express
- Entregas em comunidades vulneráveis, onde o acesso é mais difícil. **Mais de 12.000 pedidos** entregues no 1T23

### Pangeia Marketplace Sustentável

- Apoio ao desenvolvimento de pequenos produtores como povos originários da Amazônia, cooperativas rurais e florestais e artesãos
- Adoção da **iniciativa 1% pelo planeta** (parte das vendas convertidas em ações de ESG) e as **transações são carbono zero**, compensadas pela Moss

### Energia Renovável

- Seguimos avançando no uso de energia renovável em nossas operações, com o objetivo de atingirmos 90% até 2025



## SOCIAL

### Fundação Casas Bahia

#### Protagonismo Jovem

- Parceria com Aldeia Infantis de Manaus: apoio ao projeto Novos Horizontes para formação de jovens manauaras para o primeiro emprego
- Parceria com Instituto PROA: contribuição para formação de **1.564 jovens**
- Parceria com Instituto Vini Jr.: contribuir com a expansão do Instituto e a instalação de salas de tecnologia em escolas públicas, manutenção institucional do app das regiões

#### Empreendedorismo

- Abertura de **300 vagas** para formação de empreendedoras no RJ e POA em parceria com o Instituto Dona de Si

#### Engajamento Social

- Ajuda emergencial para o Litoral Norte de SP e **doação de 1.500 itens**, entre colchões, cobertores, itens de higiene pessoal e limpeza, doados para o Fundo Social de São Sebastião







## SOCIAL

### Diversidade

#### Pessoas com Deficiência

- Foco no aumento de pessoas com deficiência em toda companhia
- Dentro da plataforma de inclusão de surdos, HandTalk, a Casas Bahia foi indicada como o 3º site mais visitado por clientes surdos no Brasil

#### LGPTQIAP+

- Criação do programa **Orgulhosamente Trans**, para promoção do **combate à transfobia** e acolhimento dos colaboradores transgêneros
- A iniciativa contou com 2 encontros exclusivos e uma campanha, obtendo mais de 30 mil visualizações do conteúdo educacional

#### Equidade de Gênero

- Lançamento da campanha "**Mulheres Potência**", que contou com diversas ações relacionadas ao combate ao preconceito e assédio
- Com mais de 90 mil visualizações do conteúdo digital, a campanha reforçou a importância do aumento das mulheres na liderança



## GOVERNANÇA CORPORATIVA



### Eleição do novo Diretor Presidente

- Em 31 de março de 2023, o Conselho de Administração da Companhia, aprovou a eleição do Sr. Renato Horta Franklin como **novo Diretor Presidente** da Companhia, a desde 1º de maio de 2023

# Considerações Finais

**Renato Franklin**  
CEO

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.



# Nossas Fortalezas

**Marcas fortes  
e conhecidas  
em todo país**

**Crediário com  
longo histórico  
e eficiência na  
concessão**

**Malha logística  
pronta e  
com alcance  
nacional**

**Relacionamento  
sólido  
com a  
indústria**



# Destaque do 1T23



## Omnicanalidade

### Lojas

+11% de GMV  
Canal mais rentável da Via  
Ganho 1,7 p.p. de market  
share a/a

### 1P Online

Recorde de share em  
mar/23 (15%)\*  
sem perda de margem

### 3P

+26 de GMV  
Foco em rentabilidade,  
receita +56% a/a



## Soluções Financeiras

### Crédito (Credário e EP)

Alavanca de vendas e  
rentabilidade

Melhora nos indicadores  
de inadimplência  
(4,5% de perda,  
9,0% de over 90)

### Cartões Co-branded

Monetizando clientes e  
alavancando vendas

### banQi

6,8 MM de contas (+41%)  
+2,3X de TPV



## Logística

### Novas Fontes de Receita e Rentabilidade

#### Fulfillment

+40% de clientes  
+29% de pedidos

#### Mar Aberto

+294% de receita  
+17X de clientes  
+188% de pedidos



## Resultado Financeiro

### Lucro Bruto

Aumento de 1,4 p.p. na  
margem bruta para 32,1%

### EBITDA

Melhoria de 0,1 p.p. para 9,2%

### Resultado Financeiro

R\$ -827 MM, impactado pela  
Selic

### Prejuízo Líquido

R\$ -297 MM



## Liquidez

### Liability Management

Aprovação do alongamento de  
R\$ 1,1 Bilhão (+24 meses)

### Capital de Giro

Melhoria de R\$ 542 MM  
comparado ao 1T22

### Monetização Créditos

R\$ 606 MM (+2X a/a) e  
-3X superior as demandas  
trabalhistas

### Fornecedor Convênio

Redução de R\$ 1,7 Bilhão a/a

7.041



# Relações com Investidores

**Sérgio Leme**

EVP People, ESG & IRO

**Gabriel Succar**

Gerente Executivo de RI

**Daniel Morais**

Coordenador de RI

**Larissa Boness**

Analista de RI

Ticker: VIIA3 (B3) | VIAYY (ADR)

[ri@via.com.br](mailto:ri@via.com.br) | <https://ri.via.com.br>