

Resultados 4T22

VIA S.A. A plataforma de relacionamento e consumo do brasileiro

Geração de Caixa Operacional de R\$ 3,4 bilhões e posição de Caixa de R\$ 6,2 bilhões no 4T22. Margem Bruta de 31,3% e EBITDA Ajustado de R\$ 629 milhões (7,1% da Rec. Líquida).

Destaques 4T22 vs. 4T21

GMV BRUTO

R\$ 12,5 Bi

CREDIÁRIO (CARNÊ)

R\$ 5,5 Bi

LOJAS

+16,0%

SSS

+11,4%

PEDIDOS 3P (CAUDA)

+79%

ENVVIAS % entregas 3P

48%

FULFILLMENT % entregas 3P

10%

MARKET SHARE ON* 12,8%

Caixa

- Geração de Caixa Operacional de R\$ 3,4 bilhões no 4T22
- Dispêndio de caixa em causas trabalhistas de R\$ 1,2 bilhão em 2022, 20% menor que o mínimo do intervalo do guidance de R\$ 1,5 à R\$ 2,0 bilhões
- Monetização de créditos tributários de R\$ 1,1 bilhão no 4T22 e R\$ 2,4 bilhão em 2022, melhor que o guidance
- Posição de caixa, incluindo recebíveis de cartão, totalizou R\$ 6,2 bilhões em 4T22
- Dívida bruta menor em R\$ 500 milhões vs. 4T21
- redução de estoques de R\$ 1,6 bilhão no 4T22 vs. 4T21 sem prejuízo à margem bruta

Rentabilidade

- Margem bruta de 31,3% no 4T22, +2,2p.p vs. 4T21
- EBITDA ajustado de R\$ 629 milhões com margem de 7,1%
- Receita do 3P cresce 41,5% vs. 4T21 para R\$ 184 milhões, com estabilidade do GMV
- Share de cauda no mix de pedidos do marketplace cresce 12p.p atingindo 69%
- Produtividade do GMV por vendedor supera período pré pandemia em 25%

Omnicanalidade

- Crescimento do GMV nas lojas físicas de 16%, SSS +11,4% vs. 4T21
- 15 novas lojas no período, acumulando 63 em 2022 sendo 45 (+70%) em novos municípios
- 23% do GMV do 3P é via vendedor online, aumento de 4,4p.p vs. 4T21
- Número de pedidos de cauda longa no 3P cresceu +79% vs. 4T21 no 3P

Soluções Financeiras escalando na omnicanalidade da Via

- TPV de soluções financeiras somou R\$12,9 bilhões, +14% vs. 4T21
- Carteira do crediário fecha em R\$ 5,5 bilhões, com perda sobre carteira de 4,6%
- Carteira do CDC digital atinge R\$ 452 milhões, maior em R\$ 113 milhões vs. 4T21
- Carnê digital chega a +3.800 municípios sem lojas físicas
- banQi atinge +6,5 milhões de contas, +52% vs. 4T21
- Frequência de uso do banQi atinge 23x por ano, +60% vs. 4T21, a maior da série histórica
- Empréstimo Pessoal banQi acumula R\$ 504 milhões, com carteira de R\$ 226 milhões
- Cartões Co-branded atingem R\$ 6,3 bilhões de TPV, +14,5% vs. 4T21

Soluções Logísticas: Logistics as a Service se destaca no 3P e no Mar Aberto

- Entregas do 3P (Envvias) crescem +412% vs. 4T21
- Envvias executou 48% das entregas do marketplace vs. 6% no 1T22
- Fulfillment atinge 21% dos pedidos do Envvias e 10% do 3P, tendo sido lançado no 1T22
- Logística mar aberto cresce +837% em receita e +320% em pedidos, com rentabilidade

CAIXA TOTAL

R\$ 6,2 Bi

EBITDA AJUSTADO

R\$ 629 MM

Margem EBITDA Aj. de 7,1%

LUCRO LÍQUIDO (Prejuízo)

R\$ (163) MM

*Compre&Confie





Mensagem da administração

A Via busca crescer com rentabilidade e estar cada vez mais presente, com suas marcas, no dia a dia dos brasileiros. Para isso, temos uma estratégia clara e que evolui consistentemente: ser uma plataforma aberta, conectada com seus parceiros e ir além do varejo. Executamos esse planejamento somando o protagonismo cada vez maior nas categorias core com o aumento de recorrência, que vem tanto por produtos como por serviços.

Rentabilidade sempre foi uma palavra fundamental na Via, desde que este time assumiu a Companhia em junho de 2019. Houve momentos em que apenas crescer era o mantra do mercado e fomos muito cobrados. Nos mantivemos firmes em nossa convicção: além de crescer, era importante a qualidade do resultado e a longevidade da Companhia. Recentemente, o mercado pôde observar que crescimento a qualquer preço é uma saga que não termina bem. De forma consistente com nossa estratégia, não abriremos mão de crescer de forma sustentável.

Geração de caixa, tema que sempre norteou nossas decisões para esse crescimento sustentável, passou a ter ainda mais importância em um ambiente de juros elevados e de desafios no cenário macro. Em 2022, conseguimos gerar R\$ 2,6 bilhões de caixa operacional *versus* consumo de R\$ (910) milhões em 2021, contribuindo para a manutenção da posição de caixa líquido da Companhia. O desembolso com processos trabalhistas ficou R\$ 300 milhões abaixo do nível mínimo do guidance, a monetização de créditos fiscais foi de R\$ 2,4 bilhões em 2022, superando as estimativas. No capital de giro reduzimos estoques em R\$ 1,6 bilhão sem perder rentabilidade e sem aumento de ruptura. E a receita do marketplace no ano cresceu 44,5%.

Outra palavra importante na Via é transparência. Sempre soubemos da responsabilidade que gestores possuem, principalmente numa *corporation*. Adotamos, desde o início da gestão o *disclosure* de informações importantes para entendimento do negócio, mesmo que em alguns casos tenhamos agido isoladamente. Nos orgulhamos de nossa governança e de nossa transparência. Seguiremos com esse pensamento e com a cabeça aberta para evoluir cada dia mais na forma de nos relacionar com os vários stakeholders.

Em 2022, o ambiente de vendas se mostrou positivo nas lojas físicas, mas pressionado no digital. Foi um ano desafiador: inflação, demanda e crédito se deterioraram e, portanto, trouxeram desafios. Esse contexto desenhou um 2023 pautado em eficiência, rentabilidade e disciplina de caixa. No 4T22, observamos resiliência na operação de 1P, fortalecida pela performance das lojas (atuais e novas) e penetração de serviços financeiros, reflexo do forte papel da omnicanalidade. Mantivemos crescimento no canal B2B online com instituições parceiras contribuindo para o ganho de market share nas categorias core. Aumentamos a participação do crediário e serviços logísticos na receita do 3P (diversificando o *take rate*), além do ganho de relevância dos serviços logísticos *mar aberto*.

Nosso marketplace, vendendo do alfinete ao foguete: chegamos a cerca de 151 mil sellers e alcançamos a marca de 64 milhões de SKUs. Seguimos firmes com uma visão estratégica clara para o nosso marketplace: aumentar a base de clientes da Via a custo baixo, aumentando a recorrência. Mais uma vez, de forma consistente, batemos recordes de pedidos e itens vendidos no 3P, com crescimento de receita de +41,5% no 4T22.

Soluções Financeiras: iniciando pelo crediário, produto criado e operado pela Via, 100% proprietário e com alto nível de recorrência (>de 50%), observamos as perdas sob controle (melhor que 3T22) e uma carteira de R\$ 5,5 bilhões, sendo mais de R\$ 450 milhões no e-commerce. No crediário, são mais de seis décadas de *know-how* e experiência, hoje com processos digitalizados: mais de 99% das decisões de créditos são automatizadas por algoritmos constantemente atualizados ao ambiente de riscos e oportunidades. Adicionalmente, atingimos R\$ 504 milhões de produção acumulada no empréstimo pessoal e um TPV de R\$ 6,3 bilhões nos cartões co-branded. O banQi, nossa *fintech*, segue sua trajetória de crescimento e alcançou mais de 6,6 milhões de contas e 23x por ano de frequência de uso (+60% vs. 4T21), sendo que 50% desses clientes são novos no ecossistema Via.

Ecossistema Logístico: nestes três anos, investimos em tecnologia e processos para operar uma revolução em nossos serviços e atender cada vez melhor e com mais eficiência nossos clientes, de produtos leves e



Resultados 4T22

pesados. Reorganizamos e crescemos nossos centros de distribuição (hoje são 30) para lidar com a demanda do e-commerce e de nossas novas lojas. Com as aquisições de duas *logtechs*, hoje temos uma rede de mais de 300 mil entregadores na última milha, além de uma proposta de valor única no mercado com nosso *fulfillment* multiplataforma. As entregas do ENVVIAS cresceram +5x vs. 4T21 (+412%), atingindo +48% das entregas dos pedidos 3P. A operação de mar aberto obteve crescimento expressivo no número de entregas de +320% e receita de +837%. Nossa malha própria atingiu 72% de todas as nossas entregas do online no 4T22.

<u>Governança Corporativa:</u> em abril de 2022, foi eleita como membro independente no Conselho de Administração, a Sra. Claudia Quintella Woods, reforçando o comprometimento da Companhia com a diversidade e trazendo experiência do mundo digital. Em dezembro de 2022, o Sr. Renato Carvalho do Nascimento, membro independente do Conselho de Administração foi eleito como presidente do referido Órgão.

Com os pés no chão, continuamos exercitando e avaliando todas as possibilidades de aumento de crescimento, melhoria da experiência dos clientes, produtividade e reduções de despesas. Perseguir a excelência da execução de nossa estratégia e da nossa operação são objetivos permanentes.

Finalmente, é a esse time da Via que eu agradeço, bem como aos nossos milhões e milhões de consumidores, nossos fornecedores, parceiros, investidores e aos nossos conselheiros.

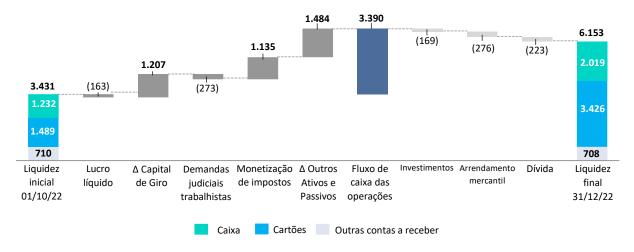
Obrigado a todos,

Roberto Fulcherberguer CEO



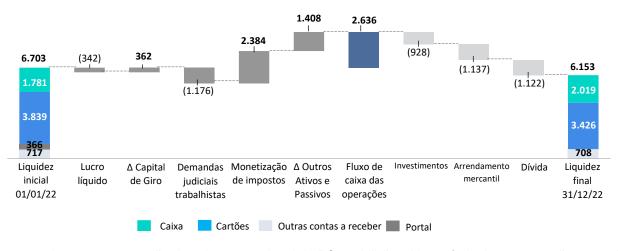
Fluxo de Caixa Gerencial (R\$ MM)

4T22



No 4T22, observamos geração de caixa operacional de R\$ 3,4 bilhões. No período, houve geração no capital de giro de R\$ 1,2 bilhão, efeito principalmente da redução de estoques. Os gastos com demandas judiciais trabalhistas totalizaram R\$ (273) milhões, enquanto a monetização de créditos tributários somou R\$ 1,1 bilhão e a renovação da parceria de cartões R\$ 1,75 bilhão. Adicionalmente, tivemos R\$ (169) milhões de investimentos, R\$ (276) milhões de arrendamento e R\$ (223) milhões da dívida. Por fim, a posição final de caixa encerrou o trimestre em R\$ 6,2 bilhões.

2022



Em 2022, observamos geração de caixa operacional de R\$ 2,6 bilhões. No período, houve geração no capital de giro de R\$ 362 milhões, efeito principalmente da redução de estoques. Os gastos com demandas judiciais trabalhistas totalizaram R\$ (1,2) bilhão, enquanto a monetização de créditos tributários somou R\$ 2,4 bilhão e a renovação da parceria de cartões R\$ 1,75 bilhão. Adicionalmente, tivemos R\$ (928) milhões de investimentos, R\$ (1,1) bilhão de arrendamento e R\$ (1,1) bilhão da dívida. Assim, a posição final de caixa fechou o ano em R\$ 6,2 bilhões.

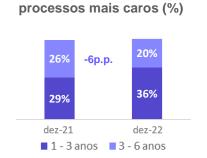


Atualização dos Processos Trabalhistas e Créditos Tributários

Demandas Trabalhistas







Aging

Resultados do 2022

Saídas de caixa:

- R\$ 273 milhões de saída de caixa no 4T22
- R\$ 1,2 bilhão de saída de caixa em 2022

Despesas do 2022:

- Entradas de novos processos 11% menor vs. 2021
- R\$ 329 milhões de pagamentos abaixo de 2021

Projeção

Previsto (Guidance) para 2022:

- Impacto no Caixa: entre R\$ 1,5 e R\$ 2,0 bilhões
- Impacto no Resultado: entre R\$ 0,9 e R\$ 1,0 bilhão

Realizado 2022 vs. Guidance para 2022:

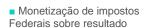
- Terminamos abaixo dos intervalos do guidance
- Impacto no Caixa de R\$ 1,2 bilhão
- Impacto no Resultado de R\$ 0,7 bilhão

Previsto (Guidance) para 2023:

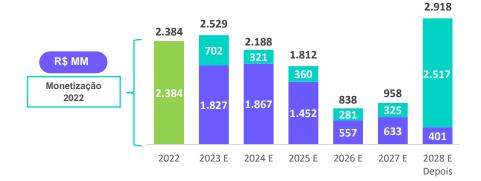
- Impacto no Caixa: entre R\$ 0,6 e R\$ 0,7 bilhão
- Impacto no Resultado: entre R\$ 0,5 e R\$ 0,6 bilhão

Plano de Monetização de Créditos Tributários

Curva de monetização



- Monetização de impostos
 Federais e Estaduais sobre vendas
- Monetização 2022



Total de créditos (R\$ milhões)

R\$ 6.737 de impostos Federais e Estaduais sobre venda R\$ 3.965 de impostos Federais sobre resultado R\$ 10.702

R\$ 541 de créditos não reconhecidos

R\$ 11.243 TOTAL

Resultados 2022

- Monetização 1T22: R\$ 308 milhões
- Monetização 2T22: R\$ 539 milhões
- Monetização 3T22: R\$ 401 milhões
- Monetização 4T22: R\$ 1.135 milhões

R\$ 2.384 TOTAL



Cliente no Centro do Negócio

Em 2022 desenvolvemos a campanha "tudo o que a vida pede, pede Casas Bahia" que vem mostrando aos clientes que a nossa marca está pronta para atender inúmeras ocasiões de compra, seja de bens duráveis, seja de itens de alta recorrência, no ambiente físico ou digital, reafirmando a conveniência de comprar onde, **Destagues nas Categorias**

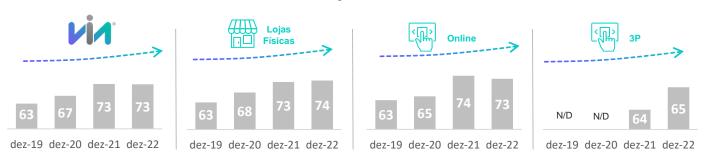




NPS

Nosso NPS envolve centenas de milhares de respostas, que avaliam tanto a experiência online quanto na loja física. Mantendo tendência de evolução gradual, mantivemos os patamares alcançados anteriormente e seguimos investindo para uma experiência cada vez mais fluída do nosso cliente.

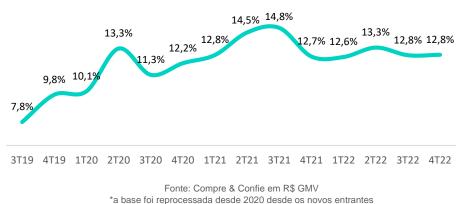
Evolução NPS



Market Share online

A Via segue entre os principais players de mercado online e, segundo os dados do Compre & Confie, obteve um market share de 12,8% no 4T22. A manutenção vs. 4T21 está relacionada ao movimento realizado pela Companhia no início de 2022 de focar na maior recorrência com itens de menor tíquete e complementares ao core o que reduziu o ritmo de crescimento do GVM do 3P em 2022 (tendência já revertida desde dez/22 quando registramos crescimento de +20%). Mas, vale ressaltar, que esse movimento foi compensado parcialmente pelo ganho de mercado no 1P.

Evolução da Participação de Mercado Online*





Omnicanalidade, uma fortaleza da Via

Lojas físicas servindo o e-commerce e banQi

Seguimos nossa expansão de lojas *hubs* pelo Brasil, principalmente em novos mercados. No 4T22 foram mais 15 aberturas, 60% em cidades novas, com a marca Casas Bahia. Adicionalmente, tais lojas nas novas praças (9) têm áreas de retaguarda maiores e são usadas para *drop-off* de sellers e entregas de última milha, além de também serem utilizadas como agências para transações dos clientes banQi.

Ao longo do trimestre, encerramos 3 lojas por apresentarem performance aquém do esperado. Em 2022 foram abertas 63 lojas e tivemos 21 fechamentos, totalizando 1.133 lojas ao final do período.

Produtividade

Nosso vendedor online está mais produtivo, com mais possibilidades em suas mãos, e os resultados têm sido um aumento tanto de GMV como de receita por vendedor – mesmo comparado com o período pré pandemia, quando o offline era mais representativo e o fluxo em loja maior.





Vendedor Online

O Vendedor Online (VO) contribuiu com R\$ 1,3 bilhão do GMV no 4T22 e participou com 23% do GMV Online. O VO está habilitado para realizar venda de produtos 1P e 3P, além de oferecer a opção do pagamento via crediário digital e serviços como seguros e instalações. No 3P, o VO atingiu 23% do GMV, impulsionando a estratégia de incremento da recorrência no 3P com as categorias de alto giro.

Participação do Vendedor Online no GMV do 1P e 3P

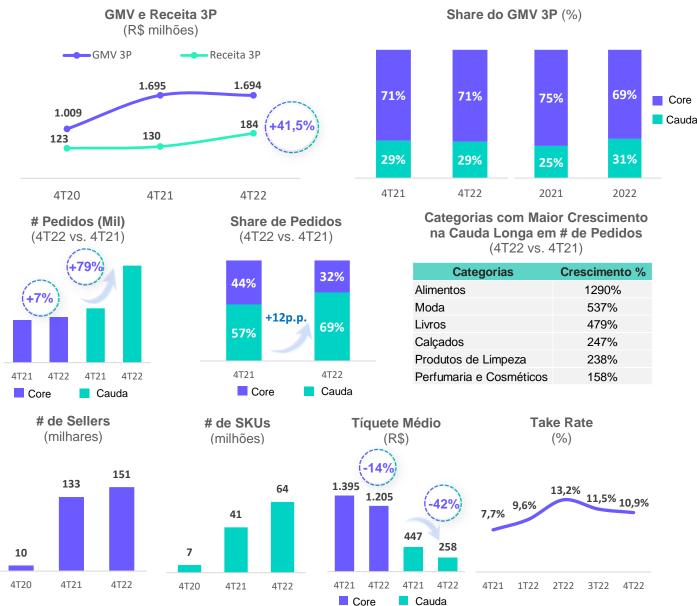






Omnicanalidade 3P

O GMV do 3P no 4T22 alcançou R\$ 1,7 bilhão (estável vs. 4T21 e +48% vs. 3T22), reflexo da execução da estratégia de estímulo da cauda longa e recorrência, o que resultou na redução de tíquete médio no canal. Por outro lado, mesmo com a estabilidade do GMV, o aumento das comissões (priorizando margens sustentáveis) e serviços oferecidos no marketplace contribuíram com o crescimento de +41,5% da receita bruta. É esse o papel do marketplace na Via: recorrência para clientes existentes, atração de novos clientes e uma experiência de compra cada vez mais completa, além de alavancar a logística e o crédito.



No 4T22: (i) aumentamos em 79% o número de pedidos de cauda longa vs. 4T21, chegando a 69% do *share* de pedidos e (ii) tivemos uma redução do tíquete médio de pedidos de cauda (-42%), mostrando que a ampliação de sortimento, melhoria na busca e filtros na plataforma, aliados à nova comunicação na mídia, têm gerado mais visibilidade ao canal de marketplace da Via.

Portanto, à medida que ampliamos as ofertas de serviços aos sellers (omnicanalidade, logística com fulfillment, crediário 3P e gestão financeira) e expandimos o sortimento, teremos maior complementariedade em relação às nossas categorias destino, elevaremos o nível de serviço, reduziremos o CAC, ativaremos a nossa base de clientes e elevaremos a recorrência, como já vem ocorrendo. O resultado esperado será aumento de receita, com rentabilidade.



Ecossistema Logístico

O ano de 2022 foi especial para a logística da Via. Avançamos em nossa estratégia de crescer com melhoria do nível de serviço e ampliação do uso dos ativos já existentes para servir também os *sellers* do marketplace e parceiros *off*-Via. Isso tem nos trazido não apenas eficiências operacionais mais um melhor retorno sobre os ativos, tudo com um *capex* incremental marginal.

Logística - 1P

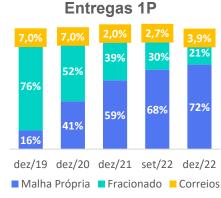
Nossa malha própria (entregas que passam apenas pela infraestrutura de lojas e CDs da Via) representou 72% de todas as entregas, 4,5x o que se fazia em 2019.

Logística - 3P (Envvias)

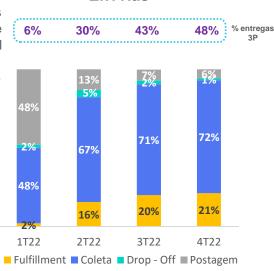
Entre o 4T20 e o 1T21, iniciamos o Envvias **Postagem**, seguido pela introdução do Envvias **Coleta e** *Drop-Off*, no qual os sellers podem postar ou colocar na nossa malha (CDs e lojas) produtos para envio aos clientes finais. No 1T22 entramos definitivamente no *fulfillment*. Os dados abaixo mostram a velocidade com a qual estamos evoluindo. Lembrando que os efeitos desse movimento são: melhora da experiência e nível de serviço, redução no custo de servir e aumento de receita.



- Entregas no Envvias em relação ao total de entregas no marketplace (3P) saíram de 6% no 1T22 para 48% no 4T22
- Participação de coleta no Envvias saiu de 48% para 72% no período 4T22 vs. 1T22
- Redução da participação da Postagem pelos Correios de 48% no 1T22 para 6% no 4T22
- Fulfillment já representa 21% das entregas no Envvias e 10% de todas as entregas no 3P



Envvias



Logística - Mar aberto

A logística da Via é, também, um negócio. Em 2022, iniciamos a prestação de serviços como operadores logísticos para parceiros não sellers. Estamos avançando em variados setores (vestuário, home center, ferramentas etc.). Com isso, não só damos densidade e volume à nossa logística, com consequente redução de custos, como geramos receita incremental rentável para a Via.

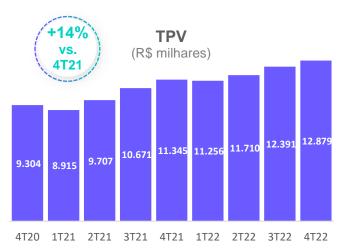




Soluções financeiras

Grandes Números 4T22

- R\$ 12,9 bilhões de TPV total, +14% vs. 4T21
- 13,4 milhões de clientes totais, +22% vs. 4T21
- 8,8 milhões de clientes ativos, +6% vs. 4T21
- 378 mil cartões emitidos no 4T22, -5% vs. 4T21
- TPV cartões co-branded atingiu R\$ 6,3 bilhões, +14% vs. 4T21

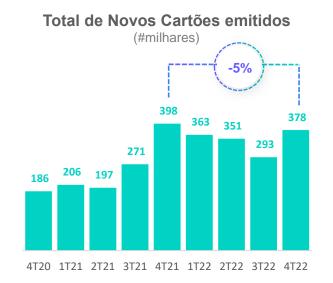


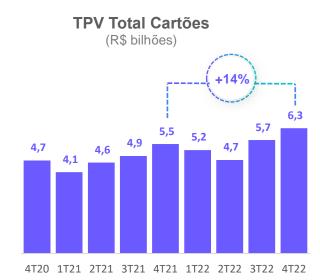




Cartões

Temos parceria na operação dos cartões de crédito *co-branded* com o Bradesco na Casas Bahia e o Itaú no Ponto. Seguimos fortes na nossa operação de cartões, hoje com 3,5 milhões de clientes. O TPV gerado pela operação de cartões alcançou R\$ 6,3 bilhões, +14% ao final do 4T22 e o número de novos cartões emitidos foi praticamente estável vs. 4T21.







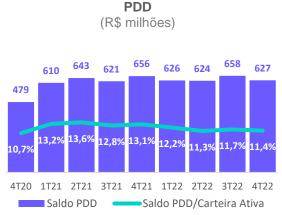
Crediário - Buy Now, Pay Later

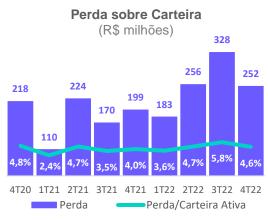
Antes de falar da evolução do crediário queremos reforçar a relevância deste produto no modelo de negócio e relembrar que ele foi criado pela Via e é 100% proprietário e operado unicamente pelo time de soluções financeiras da Via. No 4T22 a carteira ativa do crediário, cresceu +10% a/a, atingindo cerca de R\$ 5,5 bilhões ao final de dezembro. A expertise de crédito para a Via é uma ferramenta para o aumento de rentabilidade no canal online (1P, e agora também 3P) e de oportunidade de compras para a população que não tem acesso a crédito ou limites em cartões. No marketplace a opção de venda com crediário digital se encontra à disposição de +650 sellers e disponível para +2,6 milhões de SKUs. Adicionalmente, por meio da capilaridade do crediário digital, já realizamos vendas em +3.800 municípios sem presença de nossas lojas físicas.



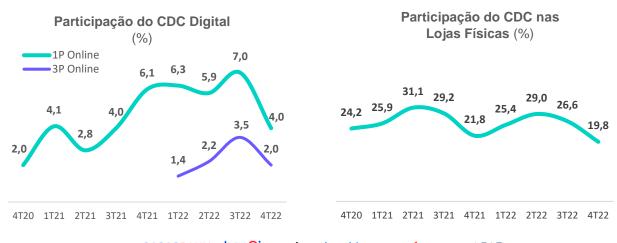


*Carteira ativa = base de carnês sem efeito dos juros a incorrer





Observamos redução na despesa de PDD em função da retração da curva de over 30 e eficiência na recuperação no 4T22. A taxa over 90 foi de 9,5% e elevou-se 0,8p.p vs. 4T21, com comportamento sazonal esperado. O nível de perda sobre a carteira ativa apresentou melhora vs. 3T22, e reflete a maior recuperação obtida nas faixas acima de 180 dias. Entendemos o momento de crescimento de inadimplência no mercado e, consequentemente, ao longo do de 2022 reduzimos exposição ao risco e fomos mais seletivos. Relativamente, seguimos com indicadores abaixo do mercado e continuamos atentos ao ambiente econômico.

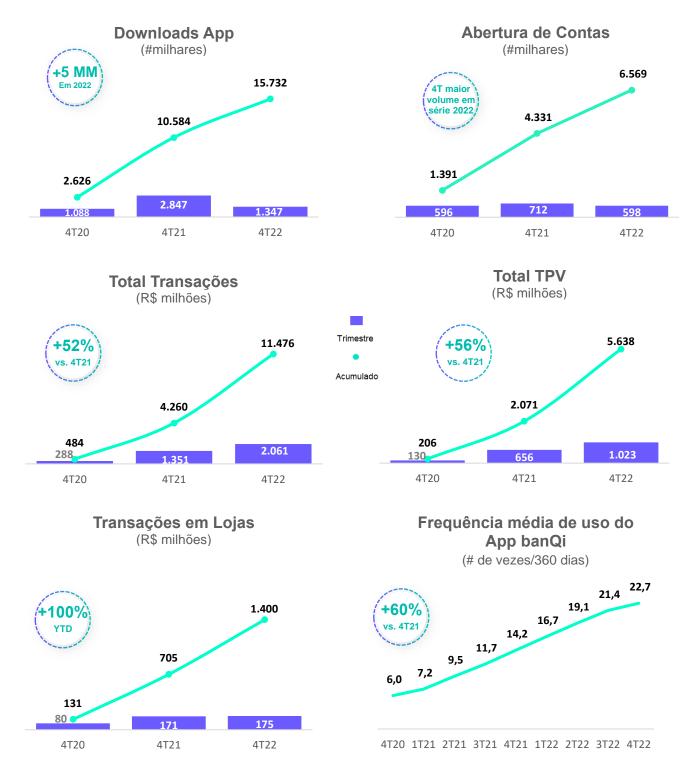








O banQi continua em crescimento consistente e focado na inclusão financeira por meio de ofertas de produtos de crédito, além de conectado ao ecossistema Casas Bahia (lojas, e-commerce e marketplace). Nos últimos 12 meses, crescemos +50% a abertura de novas contas, somando 6,6 milhões. Já os downloads do App acumulam 15,7 milhões, sendo 1,3 milhão no 4T22. O app está cada vez mais inserido no dia a dia dos clientes, e destacamos: (i) aumento de 1,5x em transações vs. 4T21; (ii) o TPV cresceu 1,6x atingindo R\$ 5,6 bilhões; e (iii) a frequência de utilização segue melhorando a cada trimestre, sendo cerca de 23x nos últimos 360 dias. Lembrando que esta recorrência no banQi beneficia o e-commerce da Via, visto que temos Casas Bahia com destaque no Shopping banQi.



18%

7,1%

4T22



banQi na jornada Casas Bahia

O banQi como moeda é mais uma das funcionalidades que trazem sinergia entre banQi e Casas Bahia, dado que nossos clientes utilizam seus saldos em conta para compras com benefícios em nossas lojas e no ecommerce. A combinação entre o e-commerce Casas Bahia e a moeda banQi já representam R\$ 267 milhões em transações acumuladas.

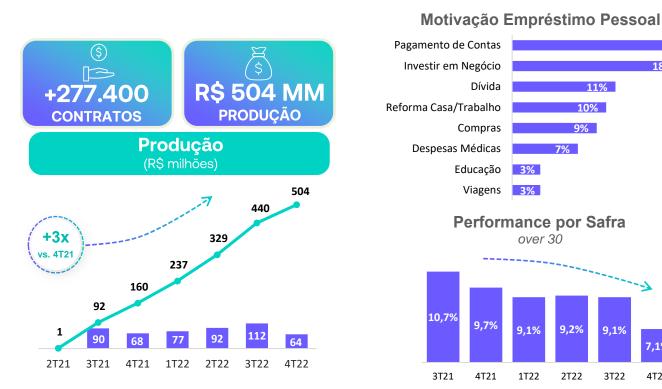
Olhando para combinação carnê e banQi, ultrapassamos a marca de R\$ 2,1 bilhões de carnês pagos no App do banQi no 4T22, +21,3% de todos os recebimentos dos carnês (mesmo com as lojas reabertas), impactando positivamente na digitalização do pagamento e melhora da cobrança.



Empréstimo Pessoal



No 4T22, nossa oferta acumulada de Empréstimo Pessoal pelo banQi atingiu R\$ 504 milhões. Sua evolução se deu de maneira gradativa, começando com os clientes pré-aprovados em junho de 2021. Posteriormente, expandimos para clientes mar aberto. Essa estratégia nos garantiu safras com qualidade e bons indicadores de inadimplência mês a mês (7,1% over 30 dias no 4T22). Os clientes, além do acesso ao crédito para o varejo, possuem acesso ao empréstimo para variados objetivos, conforme gráfico à direita:





Destaques ESG

Em 2022 a Via integrou novamente as carteiras de importantes índices da B3, tais como: ISE (índice de Sustentabilidade Empresarial), ICO2 (Índice carbono Eficiente) e IGPTW (Índice Great Place to Work), reforçando os compromissos ambientais, sociais e de governança.

Seguem abaixo os principais destaques do ano:



Ambientais

SLB (Sustainability Linked Bonds)

Em 2022, a Via atingiu a meta ESG estabelecida na SLB, divulgada em abril de 2021, de adquirir **50% de energia de fontes limpas e renováveis**. A meta foi assegurada pela KMPG. A Companhia se comprometeu a atingir 90% até 2025.

Programa de Reciclagem Via – REVIVA

Em 2022, por meio do programa REVIVA foram destinadas cerca de 3,5 mil toneladas de resíduos para reciclagem, beneficiando 12 cooperativas parceiras. Com 530 coletores de eletroeletrônicos distribuídos nas lojas e operações, 4,7 toneladas de eletroeletrônicos foi encaminhada para descarte e reciclagem.

Marketplace sustentável

A Pangeia, marketplace sustentável da Casas Bahia, segue apoiando o desenvolvimento de pequenos produtores como povos originários da Amazônia, cooperativas rurais e florestais, e artesãos. A Pangeia adota a iniciativa 1% pelo planeta (vendas convertidas em ações de ESG) e as transações são carbono zero, compensadas pela Moss.



Diversidade

Via de Respeito

Em 2022, desenvolvemos sensibilizações e treinamentos pela **promoção da equidade para todos os colaboradores**. Lançamos o Programa Via de Respeito para conscientizar e promover o **combate da discriminação e assédio**.

Pessoas com Deficiência

Em dezembro, firmamos parceria com a REIS com o objetivo de acelerar a inclusão dos profissionais com deficiência.

Raça

Criamos a iniciativa **Por Uma Via Antirracista**, para promoção do **combate ao racismo** e inclusão de pessoas pretas e pardas. Por meio do **Movimento Mover**, lançamos o letramento racial e distribuímos bolsas de **formação em tecnologia e em inglês** para colaboradores da Via.

Mulheres na liderança

A Via realizou, em 2022, diversas iniciativas para o desenvolvimento de mulheres na liderança. Dentre elas, uma voltada para as colaboradoras da área de tecnologia.



Sociais

Fundação Casas Bahia

Investimos R\$ 4,2 milhões em 15 projetos, divididos em três pilares estratégicos: Protagonismo Jovem, Empreendedorismo e Engajamento Social.

Destacamos a realização da **Gincana Agente+**, competição Social envolvendo o time de operações de todo o Brasil, que contou com a **participação de 475 lojas**, que arrecadaram 19 mil peças de roupas, 3.723 kg de alimentos e 3.477 brinquedos que **beneficiaram mais de 9 mil pessoas**. No total, a Fundação Casas Bahia **apoiou 67 organizações sociais locais** indicadas pelas lojas destaques participantes da gincana.

Com o **Instituto PROA**, nosso principal parceiro, contribuímos com a formação e o encaminhamento para a empregabilidade de **3.579 jovens** no Estados de SP, PE, RJ, RS e SC. Além disso, conectamos parte desses jovens ao ecossistema da Via, que **contratou** e deu a oportunidade do primeiro emprego para **33 alunos do PROA**.







Eleição Conselho de Administração

Em abril de 2022, indicamos e foi eleita, como membro independente no Conselho de Administração, a Sra. Claudia Quintella Woods, reforçando o comprometimento da Companhia com a diversidade e, ainda, visando aprimorar a governança corporativa da Companhia. Em dezembro de 2022, a Sra. Claudia passou a ocupar também uma posição de membro independente no Comitê de Pessoas e Governança. Com esta alteração, a composição deste órgão passou a ser, em sua maioria, de membros independentes.

Eleição Novo Presidente do Conselho de Administração

Além da nova composição, em linha com as melhores práticas de governança corporativa do mercado, em 16 de dezembro de 2022, o Sr. Renato Carvalho do Nascimento, membro independente do Conselho de Administração foi eleito como presidente do referido Órgão, antes ocupado pelo Sr. Raphael Oscar Klein que permanece como membro.

Destaques na atuação do Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance

No exercício de 2022, nosso Comitê de Auditoria, Riscos e *Complianc*e visando o acompanhamento de trabalhos, aprimoramento de suas análises e recomendações, em busca da lisura nos processos e operações da Companhia, além de sua atuação nas avaliações das informações financeiras trimestrais e demonstrações financeiras anuais, acompanhou de forma recorrente: (i) o Plano de trabalho conduzido pela área de Controles Internos, Riscos e *Compliance*, incluindo, mas não se limitando aos resultados do Canal de Denúncias e Mapas de Riscos; (ii) Revisão e atualização da Política de Gerenciamento de Riscos da Companhia pela área de Controles Internos Riscos e *Compliance*; (iii) Acompanhamento dos trabalhos conduzidos pela área de *Cyber* Segurança; (iv) Monetização dos Créditos Fiscais; (v) atualizações dos órgãos reguladores, a exemplo das alterações recentes no Formulário de Referência, em especial ESG, além de outros diversos temas.

Inovação

Em 2022, a Via efetivou investimentos minoritários em 5 startups, por meio da Sociedade em Conta de Participação (SCP) com a Darwin Startups. As 5 empresas — Hubii, Manfing, Yapoli, IDid e Já Vendeu - também realizaram provas de conceitos com as áreas da Companhia - Soluções Financeiras, Logística, Marketing e Marketplace - buscando oportunidades e sinergias, além de terem recebido mentoria dos principais executivos.

As 5 startups se somam às outras 4 – Uffa, GoPublic, PoupaCerto e byebnk - que receberam investimento da Via em 2021 por meio da estratégia de Corporate Venture Capital. Juntas, essas empresas permitem à Via obter ganhos de eficiência no curto prazo e desenvolver as teses para ir além do varejo no longo prazo.

Na vertical de cultura e educação corporativa, a companhia investiu em diferentes formatos de capacitação, com destaque para o total de quase 3.000 horas de conteúdo sobre inovação e tecnologia disponíveis na Universidade Corporativa aos mais de 40 mil colaboradores.

A Via foi também reconhecida como uma das 10 empresas que mais realizam inovação aberta com startups na categoria Varejo e Distribuição, pelo ranking da plataforma 100 Open Startups, ocupando a 8ª posição.



Resultados 4T22

Omnicanalidade

R\$ milhões	4T22	4T21	%	2022	2021	%
GMV Total Bruto	12.469	11.792	5,7%	44.378	44.604	(0,5%)
GMV Omnicanal (1P)	10.775	10.097	6,7%	39.026	38.230	2,1%
GMV Lojas Físicas Bruto	6.756	5.822	16,0%	23.819	21.405	11,3%
GMV Bruto (1P Online)	4.019	4.275	(6,0%)	15.207	16.825	(9,6%)
GMV Omnicanal (3P)	1.694	1.695	(0,1%)	5.352	6.374	(16,0%)

O GMV total em relação ao 4T21 cresceu +5,7%. No ano de 2022, o GMV Total apresentou redução de (0,5%). Já o GMV omnicanal do 1P (GMV bruto de lojas + GMV bruto 1P online) apresentou crescimento de 6,7%, em comparação com o período 4T21 e crescimento de 2,1% em 2022. O GMV omnicanal do 3P permaneceu estável (0,1%) no período vs. 4T21 com robusta evolução sequencial vs. 3T22 (+48%) e reduziu-se em (16,0%) em 2022, desempenho relacionado ao foco da Companhia no aumento do número de pedidos de cauda longa havendo, portanto, redução de tíquete médio. No GMV reportado acima, não contempla a renovação da parceria de cartões co-branded com o Bradesco.

Desempenho de Receita Bruta por Canal

R\$ milhões	4T22	4T21	%	2022	2021	%
Lojas Físicas	6.540	5.532	18,2%	22.139	20.487	8,1%
Online	3.887	4.034	(3,6%)	14.279	15.888	(10,1%)
Receita Bruta	10.427	9.566	9,0%	36.418	36.375	0,1%

No 4T22, a receita bruta consolidada registrou aumento de 9,0% frente ao mesmo período em 2021, para R\$ 10,4 bilhões. A variação é explicada pelo avanço de 18,2% na receita das lojas físicas, apesar do decréscimo de (3,6%) na receita das vendas online. Vale lembrar que houve na receita de lojas físicas a alocação de R\$ 350 milhões da renovação da parceria com o Bradesco nos cartões co-branded. No entanto, mesmo excluindo o montante, teríamos crescimento de 12% vs. 4T21.

Lojas Físicas – GMV e Receita Bruta

O desempenho do GMV bruto de lojas físicas (R\$ 6,8 bilhões e crescimento de 16,0%) e da receita bruta de lojas físicas (R\$ 6,5 bi e crescimento de 18,2%) no 4T22 reflete a melhoria no fluxo das lojas (apesar de ainda abaixo da do período pré pandemia), mas sobretudo uma maior conversão.

O desempenho no conceito mesmas lojas (GMV) foi de +11,4% no 4T22.

Na frente de expansão de lojas, tivemos no 4T22 a inauguração de 15 novas lojas das Casas Bahia, 60% em novos municípios, com objetivo de ganhar share e fortalecer a omnicanalidade com a potencialização da venda online, dos serviços logísticos, do banQi e ampliação da base de clientes. Ao longo do trimestre, encerramos 3 lojas por apresentarem performance aquém do esperado, fechando o 4T22 com 1.133 lojas. Todos os fechamentos ocorreram em municípios onde havia sobreposição de lojas.

1P e 3P ONLINE - GMV e Receita Bruta

O GMV 1P online apresentou redução de (6,0%) atingindo R\$ 4,0 bilhões em comparação ao 4T21, fruto da queda do mercado. Mesmo diante desse contexto, fortalecemos nossa presença e share no 1P, amparado pelas categorias core.

Apesar da manutenção no GMV omnicanal 3P em R\$ 1,7 bilhão, o canal apresentou crescimento de receita, +41,5% no 4T22 para R\$ 184 milhões, refletindo o fortalecimento da plataforma de marketplace na Via, com foco na cauda longa, maior rentabilidade e melhor experiência para os clientes e sellers através do maior número de serviços oferecidos em nossas plataformas, como logística e crédito. Terminamos o trimestre com *take rate* de cerca de 11%, +3,2p.p vs. 4T21, e número de pedidos de cauda longa com alta de 79% vs. 4T21. Vale ressaltar que em dez/22 já observamos a retomada de crescimento no GMV do 3P de +20%, tendência que permanece no 1T23.





Abertura da Receita Bruta

R\$ milhões	4T22	4T21	%	2022	2021	%
Mercadoria	9.012	8.711	3,5%	32.037	33.052	(3,1%)
Serviços de Frete e Montagem	113	66	71,2%	320	298	7,4%
Serviços	685	305	124,6%	1.702	1.088	56,4%
Crediário/Cartões	617	484	27,5%	2.359	1.937	21,8%
Receita Bruta	10.427	9.566	9,0%	36.418	36.375	0,1%

A receita bruta de mercadorias, mesmo com desempenho mais pressionado pelo recuo do GMV 1P online, apresentou crescimento de 3,5%. Entretanto, as receitas de serviços e de crediário/cartões apresentaram crescimento, correlacionado com a retomada das lojas físicas, efeito que alavancou as conversões de vendas de outros serviços e o crescimento da receita do marketplace. A receita do acordo de cartões co-branded foi alocada em serviços.

Composição Consolidada das Vendas	4T22	4T21	%	2022	2021	%
À vista	31,1%	29,4%	1,7 p.p.	28,7%	27,3%	1,4 p.p.
Carnê	11,2%	12,3%	(1,1 p.p.)	13,9%	12,6%	1,3 p.p.
banQi	0,4%	0,4%	0,0 p.p.	0,4%	0,5%	(0,1 p.p.)
Cartão de Crédito - Co-branded	10,5%	9,4%	1,1 p.p.	9,3%	7,9%	1,4 p.p.
Cartão de Crédito - Outros	46,8%	48,5%	(1,7 p.p.)	47,7%	51,7%	(4,0 p.p.)

Nosso crediário segue sendo uma importante ferramenta de fidelização de nossos clientes e diferencial competitivo, com penetração em 2022 de 14% na receita consolidada da Via, um aumento de 1,3p.p. vs. 2021. Nas lojas, em 2022, participou com 26% das vendas e 5% das vendas online da marca Casas Bahia. As vendas realizadas por meios de pagamentos próprios cresceram 2,6p.p. representando cerca de 24%, com destaque para o cartão co-branded, com crescimento no ano e no trimestre.

Lucro Bruto

R\$ milhões	4T22	4T21	%	2022	2021	%
Lucro Bruto	2.767	2.364	17,0%	9.590	9.327	2,8%
% Margem Bruta	31,3%	29,1%	2,2p.p.	31,0%	30,2%	0,8p.p.
Ajustes Não Recorrentes	9	8	n/a	62	124	n/a
Lucro Bruto Operacional	2.776	2.372	17,0%	9.652	9.451	2,1%
% Margem Bruta Operacional	31,4%	29,2%	2,2p.p.	31,2%	30,6%	0,6p.p.

No 4T22, o lucro bruto operacional foi de R\$ 2,8 bilhões, com margem bruta de 31,3%, aumento de 2,2p.p. A margem é explicada pela maior penetração de serviços, além da contribuição do maior *take rate* no 3P. Em 2022, a margem bruta teve aumento de 0,8p.p. Os ajustes não recorrentes por conta dos efeitos trabalhistas (legado) no lucro bruto foram de R\$ 9 milhões no trimestre e de 62 milhões em 2022.

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

R\$ milhões	4T22	4T21	%	2022	2021	%
Despesas de Vendas, Gerais e Adm.	(2.202)	(1.784)	23,4%	(7.472)	(8.198)	(8,9%)
% Receita Líquida	(24,9%)	(22,0%)	(2,9p.p.)	(24,2%)	(26,5%)	2,3p.p.
Ajustes Não Recorrentes	99	85	n/a	274	979	n/a
Despesas de Vendas, Gerais e Adm. Operacionais	(2.103)	(1.699)	23,8%	(7.198)	(7.219)	(0,3%)
% Receita Líquida	(23,8%)	(20,9%)	(2,9p.p.)	(23,3%)	(23,4%)	0,1p.p.

As despesas com vendas, gerais e administrativas no 4T22 apresentaram aumento de 23,4% a/a, aumento de 2,9p.p. para 24,9% da ROL. O resultado é explicado pela desalavancagem operacional, apesar do crescimento de 9% da Receita Bruta. O nível de despesas do 4T21 foi menor em função de recuperações de créditos fiscais relacionados a despesas que se concentraram no período.

No ano de 2022, as despesas com vendas, gerais e administrativas apresentaram redução de 8,9% com melhora de 2,3p.p em relação a ROL. Entendemos que esse patamar reflete de forma fiel o nível de despesas da Companhia no período.

Os ajustes não recorrentes referem-se aos ajustes nas provisões trabalhistas relacionado ao legado de R\$ 99 milhões no trimestre e de 274 milhões em 2022.



EBITDA Ajustado

R\$ milhões	4T22	4T21	%	2022	2021	%
EBITDA Ajustado	629	641	(1,9%)	2.382	1.368	74,1%
% Margem EBITDA Ajustada	7,1%	7,9%	(0,8p.p.)	7,7%	4,4%	3,3p.p.
Ajustes Não Recorrentes	108	93	n/a	336	1.103	n/a
EBITDA Ajustado Operacional	737	734	0,4%	2.718	2.471	10,0%
% Margem EBITDA Ajustada Operacional	8,3%	9,0%	(0,7p.p.)	8,8%	8,0%	0,8p.p.

O EBITDA Ajustado atingiu R\$ 629 milhões no 4T22 e margem de 7,1%, com recuo de 0,8p.p. vs. 4T21. No ano de 2022, apresentamos margem de 7,7%, +3,3p.p vs. 2021. Na linha do EBITDA Ajustado, os ajustes não recorrentes relacionados à atualização dos processos trabalhistas (legado) foram de R\$ 108 milhões no trimestre e de 336 milhões em 2022.

Resultado Financeiro

R\$ milhões	4T22	4T21	%	2022	2021	%
Receitas financeiras	51	22	131,8%	116	75	54,7%
Despesas financeiras	(698)	(489)	42,7%	(2.659)	(1.473)	80,5%
Despesas Financeiras Dívidas	(155)	(108)	43,5%	(557)	(323)	72,4%
Despesas Financeiras CDCI	(196)	(95)	106,3%	(626)	(306)	104,6%
Despesas com Desconto de Recebíveis	(137)	(146)	(6,2%)	(763)	(288)	164,9%
Juros de Passivo de arrendamento	(116)	(103)	12,6%	(435)	(391)	11,3%
Outras Despesas Financeiras	(94)	(37)	154,1%	(278)	(165)	68,5%
Resultado financeiro antes de atualizações	(647)	(467)	38,5%	(2.543)	(1.398)	81,9%
% Receita Líquida	(7,3%)	(5,7%)	(1,6p.p.)	(8,2%)	(4,5%)	(3,7p.p.)
Atualizações Monetárias	6	29	(79,3%)	299	181	65,2%
Resultado financeiro líquido	(641)	(438)	46,3%	(2.244)	(1.217)	84,4%
% Receita Líquida	(7,2%)	(5,4%)	(1,8p.p.)	(7,3%)	(3,9%)	(3,4p.p.)
Ajustes Não Recorrentes	-	27	n/a	-	(4)	n/a
Resultado financeiro líquido sem ajustes não recorrentes	(641)	(411)	56,0%	(2.244)	(1.221)	83,8%
% Receita Líquida	(7,2%)	(5,1%)	(2,1p.p.)	(7,3%)	(4,0%)	(3,3p.p.)

No 4T22, o resultado financeiro líquido foi de R\$ (641) milhões, 1,8p.p. maior como percentual da Receita Líquida (7,2%), em razão, principalmente, do aumento da taxa Selic. No ano o resultado financeiro líquido foi de R\$ (2,2) bilhões, 3.3p.p maior como percentual da Receita Líquida (7,3%) e igualmente fruto da elevação da taxa de juros.

Lucro Líquido

R\$ milhões	4T22	4T21	%	2022	2021	%
Lucro Líquido (Prejuízo)	(163)	29	n/a	(342)	(297)	15,2%
% Margem Líquida	(1,8%)	0,4%	(2,2p.p.)	(1,1%)	(1,0%)	(0,1p.p.)
Ajustes Não Recorrentes	98	96	n/a	244	835	n/a
Lucro Líquido Operacional (Prejuízo)	(65)	125	n/a	(98)	538	n/a
Incentivo de Subvenção*	-	-	n/a	-	(203)	n/a
Reconciliação Lucro Líquido (Prejuízo) Pós Subvenção e Ajustes	(65)	125	n/a	(98)	335	n/a
% Margem Líquida Pós Subvenção	(0,7%)	1,5%	(2,2p.p.)	(0,3%)	1,1%	(1,4p.p.)

O lucro líquido (prejuízo) foi de R\$ (163) milhões e margem líquida de (1,8%) no trimestre, com recuo de 2,2p.p frente ao 4T21. No ano de 2022, apresentamos lucro líquido (prejuízo) de R\$ (342) milhões e margem líquida de (1,1%), patamar semelhante a 2021.

Ciclo Financeiro

R\$ milhões	4T22	3T22	2T22	1T22	4T21	(+/-) 4T22 vs. 4T21
(+/-) Estoques	5.574	6.418	6.633	6.907	7.152	(1.578)
Dias Estoques ¹	95	111	113	117	120	(25 dias)
(+/-) Fornecedores sem convênio e não revenda	7.078	6.388	6.780	6.190	6.940	138
Convênio	2.463	2.499	2.500	2.509	1.904	559
Não revenda	830	716	759	662	810	20
Dias Fornecedores sem convênio e não revenda ¹	121	111	116	105	117	4 dias
Variação Ciclo Financeiro	26	-	3	(12)	(3)	29

⁽¹⁾ Dias de CMV

^{*}No 4T22, houve incentivo de subvenção de R\$ 71 milhões de maneira recorrente, mas sem valores de períodos anteriores. No 4T21, houve efeito do incentivo de subvenção recorrente de R\$ 88 milhões, mas também não houve valores de períodos anteriores.





Encerramos o 4T22 com significativa redução no número de dias de estoque (25 dias) em relação ao 4T21, em linha com a estratégia de melhoria de giro e qualidade dos estoques adotada sem afetar a disponibilidade, aproveitando os eventos sazonais, como a Copa do Mundo, a Black Friday e o Natal.

Para melhor entendimento, além do saldo de fornecedor convênio que já era reportado, optamos em abrir também o montante do saldo de fornecedores não revenda (indiretos), que se soma à linha fornecedores no balanço.

Capital de Giro

R\$ milhões	4T22	3T22	2T22	1T22	4T21
(+) Contas a receber (sem cartões de crédito)	4.976	5.038	4.939	4.533	4.460
(+) Carnês - Juros a incorrer	(1.494)	(1.477)	(1.390)	(1.209)	(1.165)
(+) Estoques	5.574	6.418	6.633	6.907	7.152
(+) Partes relacionadas	299	291	290	277	271
(+) Impostos a recuperar	1.827	1.602	1.664	1.585	1.809
(+) Outros ativos	809	862	819	690	551
(+) Ativos circulantes operacionais	11.991	12.734	12.955	12.783	13.078
(-) Fornecedores	7.908	7.103	7.539	6.852	7.750
(-) Fornecedores convênio	2.463	2.500	2.500	2.509	1.904
(-) Fornecedores Portal - gerencial	-	-	-	-	366
(-) Carnês financiamento ao consumidor	5.014	4.804	4.757	4.464	4.482
(-) Carnês financiamento ao consumidor - Juros a apropriar	(393)	(386)	(328)	(257)	(213)
(-) Obrigações sociais e trabalhistas	440	522	470	582	591
(-) Tributos a pagar	255	178	157	214	231
(-) Partes relacionadas	20	24	15	20	27
(-) Receita diferida	201	107	104	100	374
(-) Outros contas a pagar	1.445	1.448	1.384	1.749	1.688
(-) Passivos circulantes operacionais	17.353	16.300	16.598	16.233	17.200
Total	5.362	3.566	3.643	3.450	4.122

A variação do capital de giro no 4T22 foi de R\$ 1,8 bilhão vs. 3T22, reflexo da sazonalidade da operação. Em relação ao igual trimestre do ano anterior, o capital de giro variou R\$ 1,2 bilhão. Tomamos a decisão estratégica de reduzir sustentavelmente a posição de estoques ao longo de 2022, considerando o cenário mais regular de abastecimento. Tal decisão contribuiu de forma positiva para uma redução da necessidade de capital de giro e consequentemente uma melhora na geração de caixa operacional da Companhia em 2022.

Estrutura de Capital

R\$ milhões	4T22	3T22	2T22	1T22	4T21
(-) Empréstimos e Financiamentos circulante	(1.752)	(1.748)	(1.327)	(1.420)	(1.014)
(-) Empréstimos e Financiamentos não circulante	(2.385)	(2.459)	(2.460)	(3.232)	(3.580)
(=) Endividamento Bruto	(4.137)	(4.207)	(3.787)	(4.652)	(4.594)
(+) Caixa e aplicações financeiras	2.019	1.232	1.233	1.286	1.781
(+) Cartões de Crédito	3.426	1.489	2.370	3.255	3.839
(+) Antecipações - Portal	-	-	-	-	366
(+) Outros contas a receber	708	710	699	657	717
(=) Caixa, Aplicações, Cartões de Crédito, Antecipações e outros	6.153	3.431	4.302	5.198	6.703
(=) Caixa Líquido Ajustado - Gerencial	2.016	(776)	515	546	2.109
Endividamento de Curto Prazo / Total	42%	42%	35%	31%	22%
Endividamento de Longo Prazo / Total	58%	58%	65%	69%	78%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	2.382	2.394	1.662	1.457	1.368
Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado	0,8x	-0,3x	0,3x	0,4x	1,5x
Patrimônio Líquido	5.284	5.505	5.627	5.635	5.637

A Companhia apresentou caixa líquido ajustado de R\$ 2,0 bilhões e patrimônio líquido de R\$ 5,3 bilhões, com índices de alavancagem em patamares inferiores aos *covenants* financeiros.

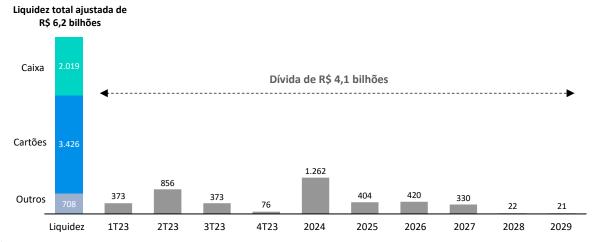
No 4º trimestre de 2022, o caixa incluindo recebíveis não descontados totalizou R\$ 6,2 bilhões. O indicador de alavancagem financeira, medido pelo caixa líquido/EBITDA ajustado dos últimos 12 meses ficou em 0,8x em dezembro/22.



Cronograma de Amortização de Dívidas

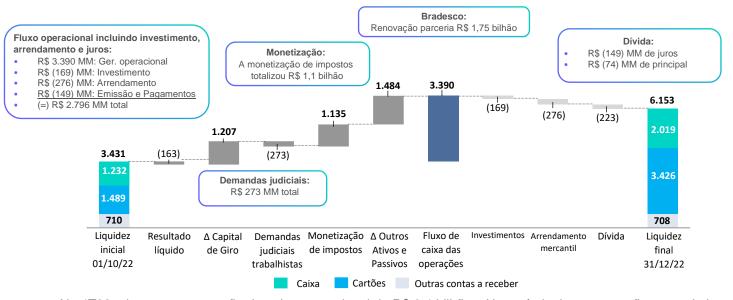
Do total de R\$ 4,1 bilhões da dívida, temos R\$ 1,6 bilhão com vencimentos em 2023 que são todos bilaterais com os bancos de relacionamento. Os demais R\$ 2,5 bilhões estão em debêntures a mercado (60% da dívida), com vencimento entre 2024 à 2029. O custo médio da Companhia é CDI+2,0% a/a vs. CDI + 2,4 a/a no 4T21.

A posição de liquidez incluindo recebíveis não descontados totalizou R\$ 6,2 bilhões.



R\$ milhões - base 31/dez/22

Fluxo de Caixa 4T22 (R\$ milhões)



No 4T22, observamos geração de caixa operacional de R\$ 3,4 bilhões. No período, houve geração no capital de giro em R\$ 1,2 bilhão, efeito principalmente da redução de estoques. Os gastos com demandas judiciais trabalhistas totalizaram R\$ (273) milhões, enquanto a monetização de créditos tributários somou R\$ 1,1 bilhão. Adicionalmente, tivemos R\$ (169) milhões de investimentos direcionados para tecnologia, logística e a abertura de 15 novas lojas, R\$ (276) milhões de arrendamento e R\$ (223) milhões de serviço da dívida e amortização. Por fim, a posição final de caixa encerrou-se em R\$ 6,2 bilhões no trimestre.



CAPEX

No trimestre, os investimentos da Via totalizaram R\$ 210 milhões, sendo +80% do total direcionado para projetos relacionados à tecnologia para suportar o crescimento, digitalização da Companhia e a experiência do cliente.

R\$ milhões	4T22	4T21	%	2022	2021	%
Logística	7	38	(82%)	52	87	(40%)
Novas Lojas	25	116	(78%)	180	223	(19%)
Reforma de Lojas	9	52	(83%)	56	154	(64%)
Tecnologia	168	143	18%	654	514	27%
Outros	1	30	(97%)	64	62	3%
Total	210	379	(45%)	1.006	1.040	(3%)

Movimentação de Lojas por Formato e Bandeira

Foram abertas 15 lojas no trimestre, todas na bandeira Casas Bahia, e encerradas 3, sendo 2 lojas da bandeira Casas Bahia e 1 loja Ponto, totalizando 1.133 lojas ao final do ano. Destacamos que 60% as lojas inauguradas foram em novos municípios, ampliando a estratégia de expansão da Via para novas geografias, e se posicionando em novas praças.

Casas Bahia	4T21	3T22	Abertas	Fechadas	4T22
Rua	736	775	Apertas 14	rechauas	789
	191	189	14	-	188
Shopping Canadidate (tatal)	_		•	2 2	
Consolidado (total)	927	964	15	_	977
Área de Vendas (mil m²)	852	939	11	1	949
Årea Total (mil m²)	1.367	1.483	16	2	1.497
Ponto	4T21	3T22	Abertas	Fechadas	4T22
Rua	89	89	-	1	88
Shopping	75	68	-	-	68
Consolidado (total)	164	157	-	1	156
Área de Vendas (mil m²)	90	85	_	1	84
Área Total (mil m²)	147	141	-	1	140
Consolidado	4T21	3T22	Abertas	Fechadas	4T22
Rua	825	864	14	1	877
Shopping	266	257	1	2	256
Consolidado (total)	1.091	1.121	15	3	1.133
Área de Vendas (mil m²)	942	1.024	11	2	1.033
Área Total (mil m²)	1.514	1.624	16	3	1.637
Centros de Distribuição	4T21	3T22	Abertos	Fechados	4T22
CDs	28	30	-	-	30
Área Total (mil m²)	1.287	1.290	-	-	1.290
Consolidado Total	4T21	3T22	Abertas	Fechadas	4T22
Área Total (mil m²)	2.801	2.914	16	3	2.927



Demonstração de Resultados - Visão Contábil

Demonstração do Resultado Consolidado						
R\$ milhões	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
Receita Bruta	10.427	9.566	9,0%	36.418	36.375	0,1%
Receita Líquida	8.845	8.127	8,8%	30.898	30.899	0,0%
Custo das Mercadorias Vendidas	(6.022)	(5.711)	5,4%	(21.084)	(21.378)	(1,4%)
Depreciação (Logística)	(56)	(52)	7,7%	(224)	(194)	15,5%
Lucro Bruto	2.767	2.364	17,0%	9.590	9.327	2,8%
Despesas com Vendas	(1.854)	(1.503)	23,4%	(6.340)	(7.121)	(11,0%)
Despesas Gerais e Administrativas	(348)	(281)	23,8%	(1.132)	(1.077)	5,1%
Resultado da Equivalência Patrimonial	8	9	(11,1%)	40	45	(11,1%)
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(87)	(35)	148,6%	(102)	(718)	(85,8%)
Total das Despesas Operacionais	(2.281)	(1.810)	26,0%	(7.534)	(8.871)	(15,1%)
Depreciação e Amortização	(225)	(217)	3,7%	(895)	(799)	12,0%
EBIT - Lucro Operacional antes Impostos e Receita	261	337	(22.69/)	1.161	(242)	n/a
(Despesa) Financeiras ¹	201	337	(22,6%)	1.101	(343)	II/a
Receitas Financeiras	123	70	75,7%	634	303	109,2%
Despesas Financeiras	(764)	(508)	50,4%	(2.878)	(1.520)	89,3%
Resultado Financeiro Líquido	(641)	(438)	46,3%	(2.244)	(1.217)	84,4%
Lucro Operacional antes do I.R.	(380)	(101)	276,2%	(1.083)	(1.560)	(30,6%)
IR&CS	217	130	66,9%	741	1.263	(41,3%)
Lucro Líquido (Prejuízo)	(163)	29	n/a	(342)	(297)	15,2%
EBIT - Lucro Operacional antes Impostos e Receita	261	337	(22.69/)	1.161	(242)	n/a
(Despesa) Financeiras ¹	201	331	(22,6%)	1.101	(343)	II/a
Depreciação (Logística)	56	52	7,7%	224	194	15,5%
Depreciação e Amortização	225	217	3,7%	895	799	12,0%
EBITDA - Lucro Operacional antes da Depreciação e	542	606	(40.00/)	2.280	650	250.00/
Receita (Despesa) Financeiras ¹	542	606	(10,6%)	2.280	650	250,8%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	87	35	148,6%	102	718	(85,8%)
EBITDA Ajustado	629	641	(1,9%)	2.382	1.368	74,1%
% sobre Receita Líquida de Vendas	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
Lucro Bruto	31,3%	29,1%	2,2 p.p.	31,0%	30,2%	0,8 p.p.
Despesas com Vendas	(21,0%)	(18,5%)	(2,5 p.p.)	(20,5%)	(23,0%)	2,5 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	(3,9%)	(3,5%)	(0,4 p.p.)	(3,7%)	(3,5%)	(0,2 p.p.)
Resultado da Equivalência Patrimonial	0,1%	0,1%	0,0 p.p.	0,1%	0,1%	0,0 p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(1,0%)	(0,4%)	(0,6 p.p.)	(0,3%)	(2,3%)	2,0 p.p.
Total das Despesas Operacionais	(25,8%)	(22,3%)	(3,5 p.p.)	(24,4%)	(28,7%)	4,3 p.p.
Depreciação e Amortização	(2,5%)	(2,7%)	0,2 p.p.	(2,9%)	(2,6%)	(0,3 p.p.)
EBIT - Lucro Operacional antes Impostos e Receita						
(Despesa) Financeiras ¹	3,0%	4,1%	(1,1 p.p.)	3,8%	(1,1%)	4,9 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(7,2%)	(5,4%)	(1,8 p.p.)	(7,3%)	(3,9%)	(3,3 p.p.)
Lucro Operacional antes do I.R.	(4,3%)	(1,2%)	(3,1 p.p.)	(3,5%)	(5,0%)	1,5 p.p.
IR&CS	2,5%	1,6%	0,9 p.p.	2,4%	4,1%	(1,7 p.p.)
Lucro Líquido (Prejuízo)	(1,8%)	0,4%	(2,2 p.p.)	(1,1%)	(1,0%)	(0,1 p.p.)
EBITDA ¹	6,1%	7,5%	(1,4 p.p.)	7,4%	2,1%	5,3 p.p.
EBITDA Ajustado¹	7,1%	7,9%	(0,8 p.p.)	7,7%	4,4%	3,3 p.p.
(1) FRITDA FRITDA Ajustado e FRIT não fazem parte da re		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		1,170	7,770	о,о р.р.

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



Balanço Patrimonial

Ativo		
R\$ milhões	31.12.202	31.12.2021
Ativo Circulante	17.12	3 18.464
Caixas e Equivalentes de Caixa	2.019	9 1.78
Contas a Receber	6.599	6.900
Cartões de Crédito	3.11	3.605
Carnês - Financiamento ao Consumidor	4.83	4.37
Carnês - Juros a incorrer	(1.49	4) (1.16
Outros	360	350
Contas a Receber B2B	342	2 36
Provisão para Devedores Duvidosos	(570	0) (628
Estoques	5.574	7.15
Tributos a Recuperar	1.82	7 1.809
Partes Relacionadas	299	9 27
Despesas Antecipadas	23	1 19
Outros Ativos	578	360
Ativo Não Circulante	18.45	1 16.87
Realizável a Longo Prazo	10.929	9.489
Contas a Receber	764	4 668
Cartões de Crédito	31:	3 23
Carnês - Financiamento ao Consumidor	684	4 63
Carnês - Juros a incorrer	(15	5) (12
Provisão para Devedores Duvidosos	(78	(8:
Tributos a Recuperar	4.910	4.49
Tributos Diferidos	3.63	2.84
Partes Relacionadas	184	4 188
Instrumentos financeiros	10	0 10
Depósitos Judiciais	929	5 823
Outros Ativos	50	1 467
Investimentos	269	5 22
Imobilizado	1.73	7 1.712
Ativo de Direito de Uso	2.81	3.30
Intangível	2.70	4 2.143

Passivo e Pat	rimônio	Líquido
---------------	---------	---------

TOTAL DO ATIVO

R\$ milhões	31.12.2022	31.12.2021
Passivo Circulante	19.750	18.677
Fornecedores	7.251	6.784
Fornecedores Portal	657	1.332
Fornecedores Convênio	2.463	1.904
Fornecedores Portal (Gerencial)	-	(366)
Empréstimos e Financiamentos	1.752	1.014
Carnês - Financiamento ao Consumidor (CDCI)	5.014	4.482
Carnês - Financiamento ao Consumidor (CDCI) - Juros a apropriar	(393)	(213)
Tributos a Pagar	255	231
Obrigações Sociais e Trabalhistas	440	591
Receitas Diferidas	201	374
Partes Relacionadas	20	27
Repasse de Terceiros	648	576
Passivo de arrendamento	645	829
Outros Passivos	797	1.112
Passivo Não Circulante	10.540	11.026
Empréstimos e Financiamentos	2.385	3.580
Carnês - Financiamento ao Consumidor (CDCI)	651	578
Carnês - Financiamento ao Consumidor (CDCI) - Juros a apropriar	(31)	(19)
Receita Diferida	2.228	853
Provisão para Demandas Judiciais	2.188	2.593
Tributos a Pagar	20	21
Passivo de arrendamento	3.054	3.373
Tributos Diferidos	34	6
Outros Passivos	11	41
Patrimônio Líquido	5.284	5.637
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	35.574	35.340

35.574

35.340



Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa (R\$ milhões) R\$ milhões	31.12.2022	31.12.2021
Lucro Líquido (Prejuízo) do exercício	(342)	(297
Ajustes em:	(-)	, -
Depreciações e Amortizações	1.118	993
Equivalência Patrimonial	(40)	(45
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	(754)	(1.181
Juros e Variações Monetárias, não realizadas	1.517	` 853
Provisão para demandas judiciais trabalhistas, líquidas de reversões	615	2.224
Provisões para demandas judiciais outras, líquidas de reversões	109	131
Perda estimada com créditos de Liquidação Duvidosa	1.085	830
Perda com alienação de ativo imobilizado e intangível	(38)	38
Perda estimada do valor recuperável líquido dos estoques	19	15
Receita diferida reconhecida no resultado	(238)	(267
Baixa de direito de uso e passivo de arrendamento	(58)	1
Remuneração Baseada em Ações	59	49
Outros	15	19
	3.067	3.363
(Aumento) Redução de Ativos		
Contas a Receber	(910)	246
Estoques	1.563	(987
Tributos a Recuperar	(97)	(691
Partes relacionadas	(59)	(3
Depósitos judiciais	(58)	(110
Despesas Antecipadas	(40)	90
Outros ativos	(295)	(393
	104	(1.848
		,
Aumento (Redução) de Passivos		
Fornecedores	151	(192
Tributos a Pagar	23	(47
Obrigações sociais e trabalhistas	(142)	(12
Repasse de Terceiros	72	(93
Receita diferida	1.396	(18
Demandas judiciais - Trabalhistas	(1.176)	(1.505
Demandas judiciais - Outras	(69)	(133
Outros passivos	(336)	157
	(81)	(1.843
		-
(Aumento) Redução de Ativo e Passivo - Outros		
Dividendos recebidos de investidas	-	26
Imposto de renda e contribuição social pagos	(11)	
	(11)	26
Caixa Líquido gerado nas atividades operacionais	3.079	(302
Flore de Oche des Athida des de housethoorte		
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento	(4.000)	(0.10
Aquisição de bens do ativo imobilizado e intangível	(1.008)	(912
Alienação e baixa de bens do ativo imobilizado e intangível	98	3
Instrumentos financeiros	- (40)	(10
Aquisição de controlada, líquida de caixa adquirido	(18)	(39
Caixa Líquido das Atividades de Investimento	(928)	(958
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento		
	7,000	0.40
Captações	7.803	9.199
Pagamento de principal	(8.164)	(9.028
Pagamento de juros	(912)	(49
Pagamentos de Principal - Arrendamento Mercantil	(702)	(64
Pagamentos de Juros - Arrendamento Mercantil	(435)	(39
Aquisição de ações em tesouraria, líquida de alienação	(62)	(10
Fornecedores convênio	559	1.420
	(4.040)	Ę-
'	(1.913)	57
Aumento de capital Caixa Líquido das Atividades de Financiamento		
Caixa Líquido das Atividades de Financiamento	4.704	0.00
Caixa Líquido das Atividades de Financiamento Saldo inicial de caixa e equivalentes de caixa	1.781	2.984
·	1.781 2.019 238	2.98 ² 1.78 ² (1.20 3



VIIA3 e VIAYY

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

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

Videoconferência de Resultados



09 de março de 2023

(após fechamento do mercado)

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

Vídeoconferência

(Somente Perguntas e Respostas)

10 de março de 2023 14h00 (horário de Brasília) 12h00 (horário de Nova York) Português/Inglês (tradução simultânea)

Vídeoconferência Português:

Clique aqui

Sergio Leme EVP Supply Chain e IRO

Daniel Morais Coordenador de RI Vídeoconferência Inglês:

Clique aqui

Gabriel Succar

Gerente Executivo de RI

Larissa Boness Analista de RI