

1T22

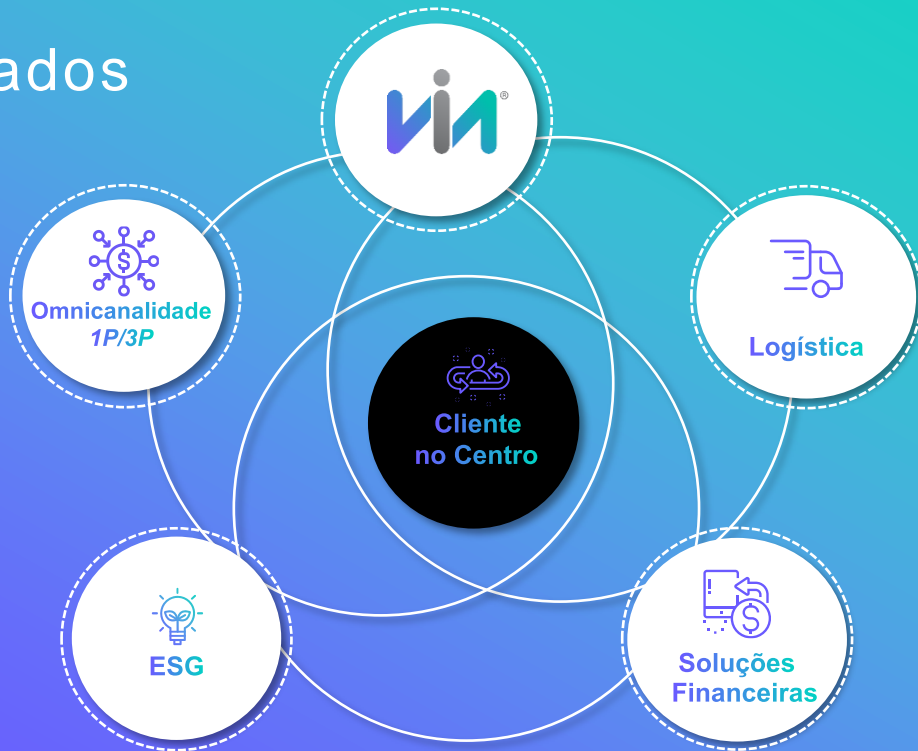
RESULTADOS VIA

Roberto Fulcherberguer
CEO

Para você,
onde, quando
e como quiser.



Resultados 1T22



GMV BRUTO TOTAL

R\$ 10,7 bi

+3,3% a/a

OMNICAL 1P (1P ON E OFF)

R\$ 9,5 bi

+2,3% a/a

OMNICAL 3P

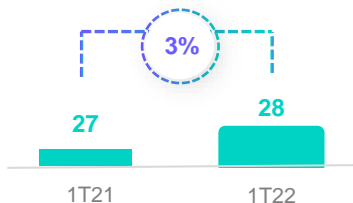
R\$ 1,2 bi

+12,0% a/a

Crescimento do spending de clientes multicanal e recorrência no 1T22

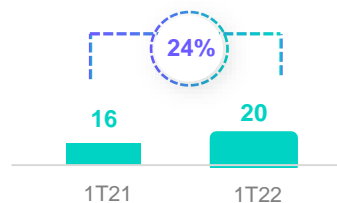


Evolução Base de Clientes Ativos (em milhões)



Usuários Ativos – MAU APP

(em milhões)



Engajamento 1T22

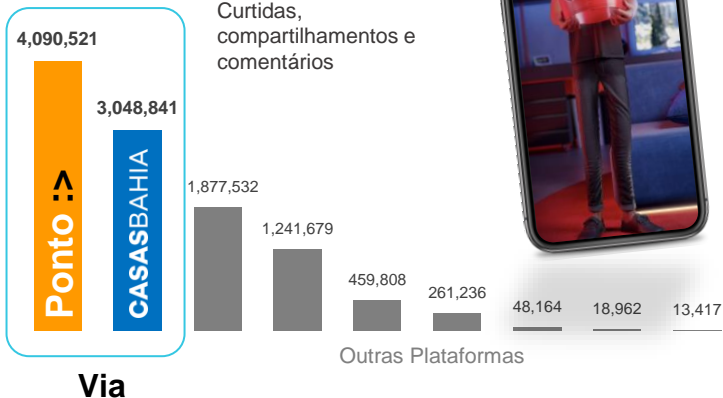


PONTO E CASAS BAHIA

foram as **marcas líderes** em número de posts e média de engajamento entre concorrentes

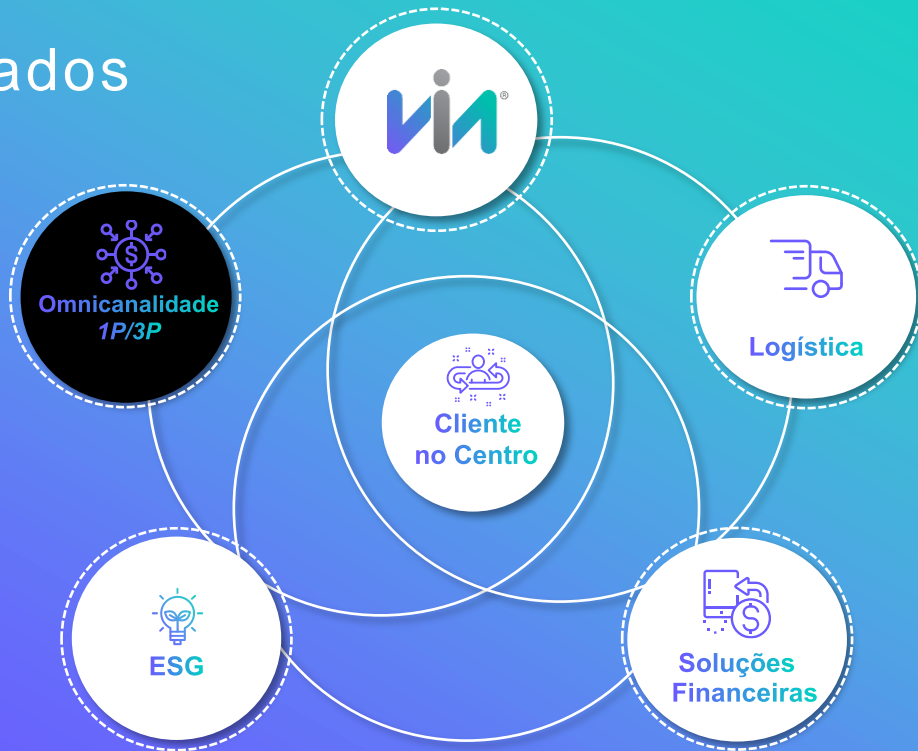


Engajamento



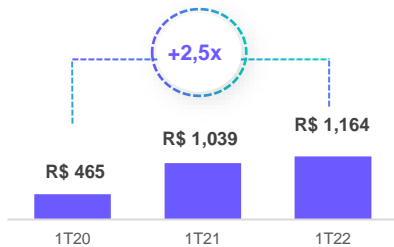
Fonte: Socialbakers

Resultados 1T22

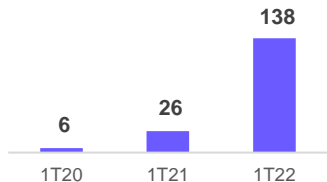


A escalada do Marketplace

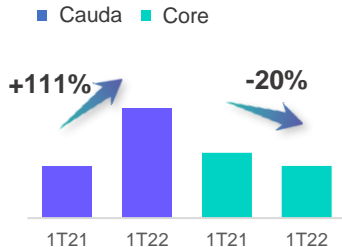
GMV 3P – R\$ MM



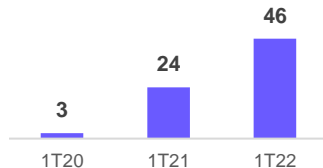
Sellers - Mil



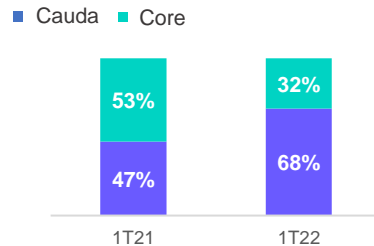
Pedidos



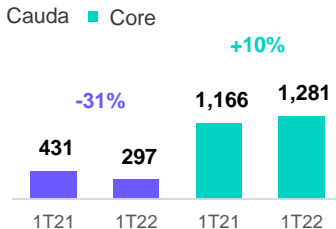
SKUs - MM



Share de Pedidos



Ticket Médio – R\$

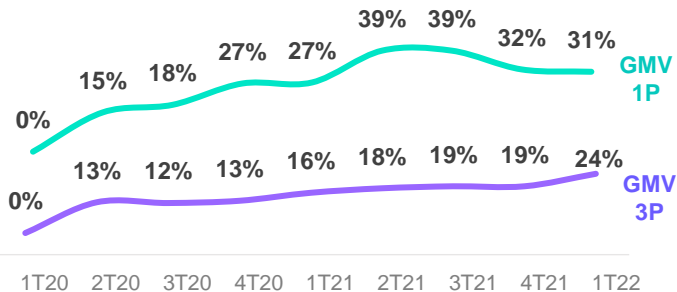


Vendedor Online

Uma fortaleza omnicanal



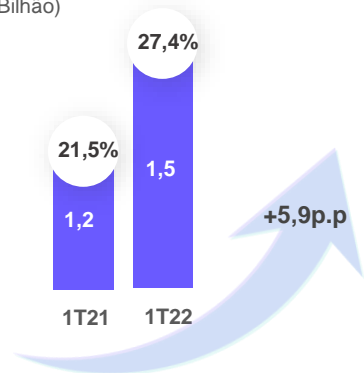
Part. (%) Vendedor Online



Part. (%) Vendedor Online

Vendas Digitais

(R\$ Bilhão)

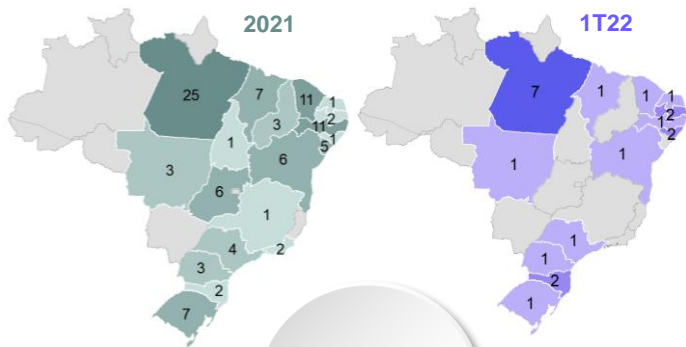




Omnicanalidade
1P/3P

Expansão de Lojas

Abertura de lojas por estado



22 lojas

Inauguradas no
1T22

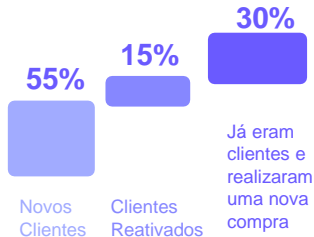
ONLINE

3x

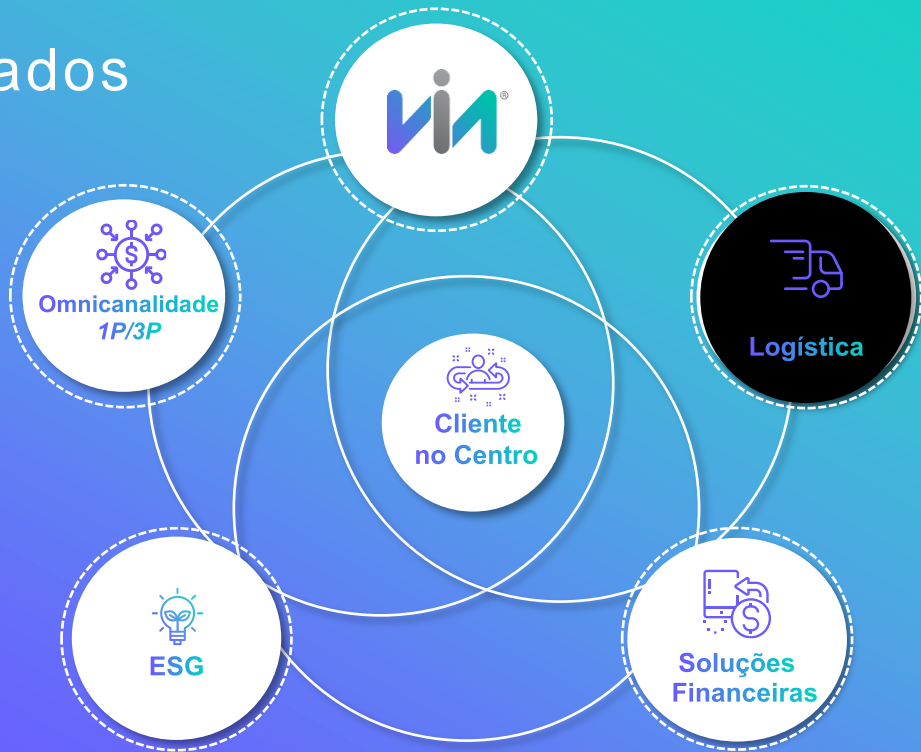
Incremento das
vendas online em
praças novas onde
foram abertas lojas

OFFLINE

Clientes das Novas Lojas



Resultados 1T22

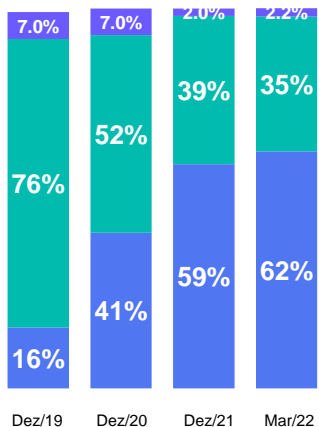


Logística a serviço da omnicanalidade



Omnicanalidade a serviço da logística

Malha Logística



● Malha própria ● Fracionado ● Correios

Custo de Servir (base 100)

Fracionado

100

Sai CD

Malha Própria

40

Sai Loja

15

Retira Rápido

Tempo de Entrega

Fracionado

De 2 a 12 dias úteis

Sai CD

Malha Própria

De 3h à 24h

Sai Loja

A partir de 2 horas

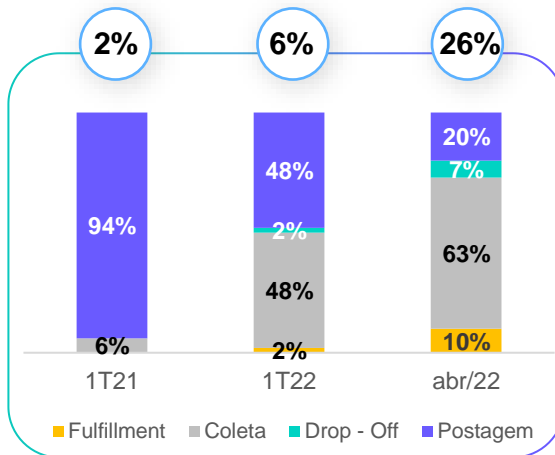
Retira Rápido

Envvias

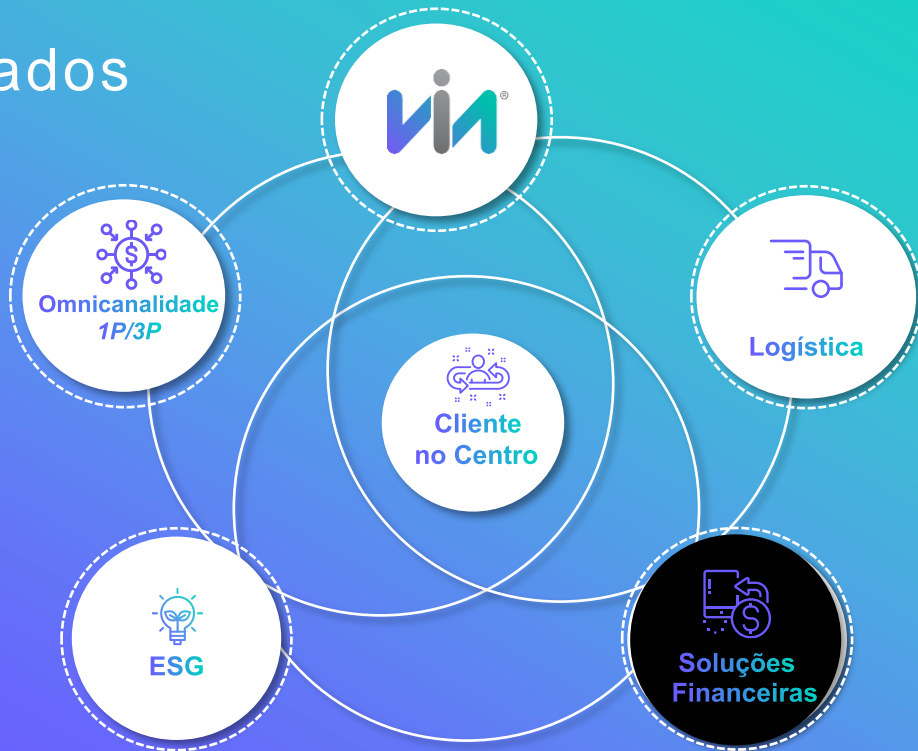
Serviço para sellers de postagem e coleta iniciado em 2021 que em 2022 passou a incluir fulfillment com aquisição da CNT

- 93% dos sellers ativos estão cadastrados para uso dos nossos serviços, um salto de +8 p.p. vs. 4T21 e +88 p.p. vs. o 1T21;
- Entregas no Envvias em relação ao total de entregas no marketplace (3P) saíram de 2% no 1T21 para 6% no 1T22 e já está em 26% em abril/22;
- Participação de coleta no Envvias saiu de 6% para 48% no período 1T22 vs. 1T21 e em abril/22 já é 63% das entregas;
- Redução da participação das Postagem pelos Correios de 94% para 20% das entregas no Envvias;
- Fulfillment já representa 10% das entregas no Envvias.

% sobre total das entregas
3P e Mix



Resultados 1T22



SOLUÇÕES FINANCEIRAS

André Calabro

CEO banQi

Para você,
onde, quando
e como quiser.

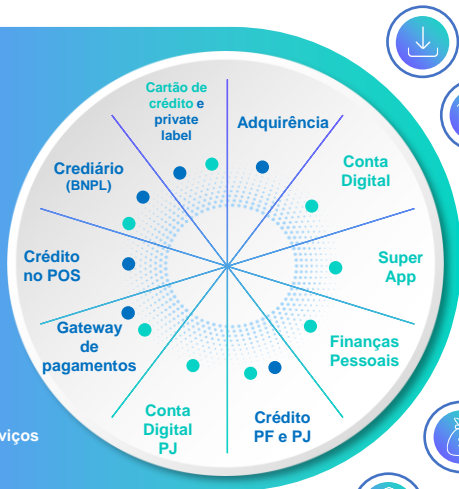


Uma iniciativa que nasceu no varejo e se tornou uma plataforma de soluções financeiras



Frentes de crescimento

- ✓ Conta Digital Completa
- ✓ Múltiplas Ofertas de Crédito
- ✓ Segmento PJ
- ✓ Ecossistema Casas Bahia
- ✓ Marketplace de Produtos e Serviços



● ON-US ● OFF-US



12 MM de clientes (+33% a.a)



+ R\$11,3 bilhões TPV acumulado (+27% a.a)



R\$ 5,2 bilhões de crediário (+12% a.a)



R\$ 1,2 bilhão de carnês pagos no app banQi, **22%** dos recebimentos do carnê



4,9 MM de contas banQi (+2,4X a.a)



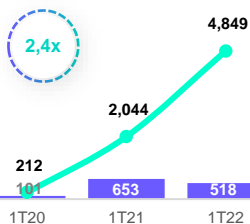
+R\$ 237 MM de empréstimos pessoais



Recorrência | **~17x** em 360 dias no banQi (+2,3X a.a)

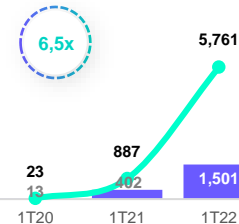
Abertura de Contas

(# mil)



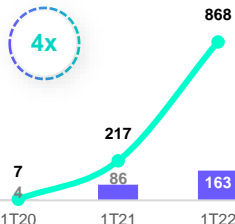
Total de Transações

(R\$ Milhões)



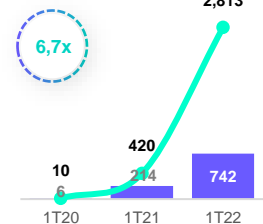
Transações em Lojas

(R\$ Milhões)



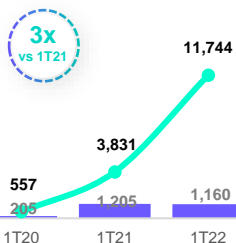
Total TPV

(R\$ Milhões)



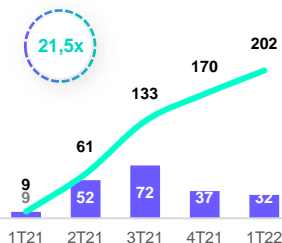
Downloads app

(# mil)



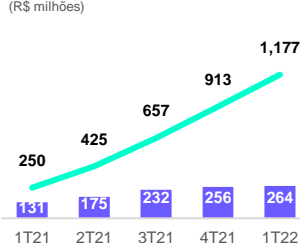
banQi no e-commerce

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

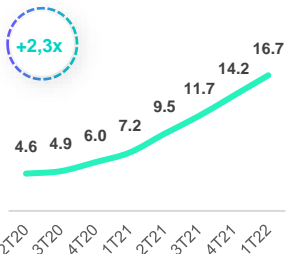


Pagamento de carnê no app

banQi
(R\$ milhões)

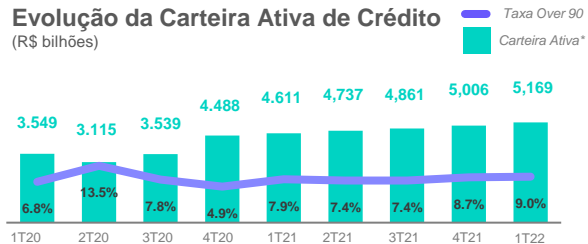


Frequência de uso do App banQi (360 dias)



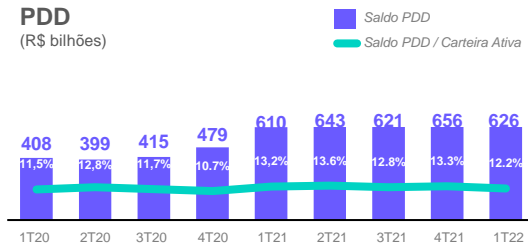
Crediário | Principais Indicadores

Evolução da Carteira Ativa de Crédito (R\$ bilhões)



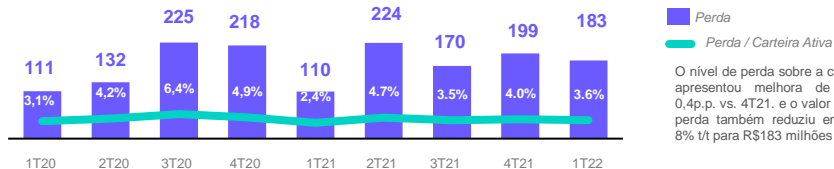
*Carteira Ativa = Base de Carnês sem efeito dos juros a incorrer

PDD (R\$ bilhões)



Taxa de cobertura sobre a carteira do crediário apresentou redução de 1,1 p.p. vs. 4T21, e redução de 1,0 p.p em relação ao 1T21

Perda sobre Carteira (R\$ milhões)



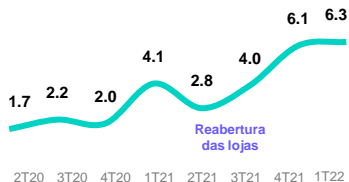
O nível de perda sobre a carteira ativa apresentou melhora de cerca de 0,4p.p. vs. 4T21, e o valor absoluto da perda também reduziu em cerca de 8% t/t para R\$183 milhões

Crediário Digital



Online
1P/3P

Participação do CDC Digital – (%) nas vendas online



CDC Digital - Produção



Ecosistema único e integrado



CDC no marketplace

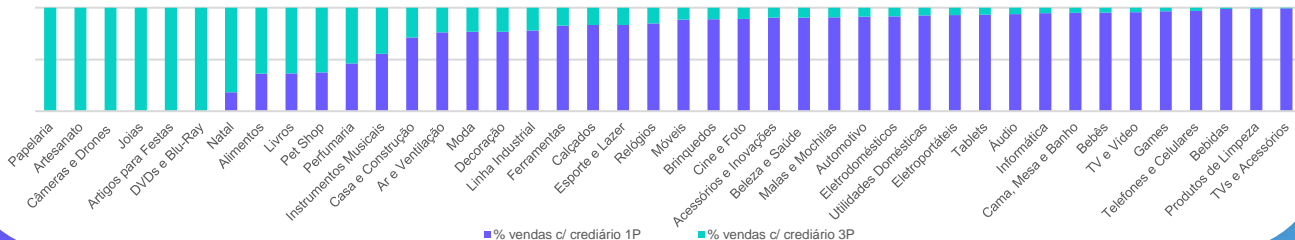


Top sellers habilitados já realizaram vendas



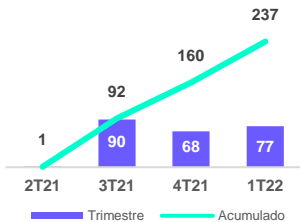
73% dos Sellers habilitados já realizaram vendas

Crediário trazendo complementariedade de categorias no 1P e 3P

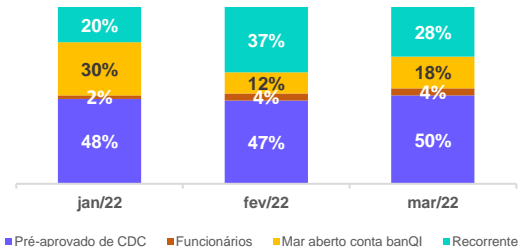


Evolução do Empréstimo Pessoal

Produção – R\$ MM



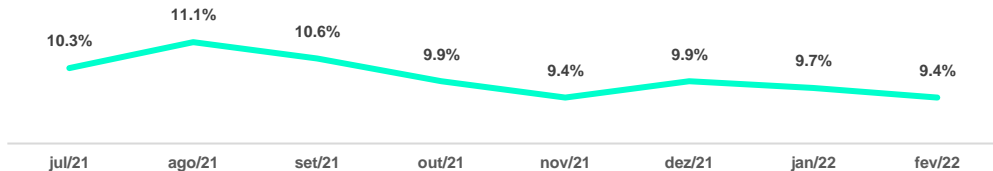
Mix de Contratos



Evolução Gradativa

- Jun/21: Abertura inicial de crédito para clientes pré-aprovados de CDC;
- Set/21: Atuação gradativa nos clientes mar aberto;
- Nov/21: Possibilidade de contratação do segundo empréstimo;
- Abri/22: Revisão Oferta 2º EP

Performance por safra de concessão – over 30



O que já entregamos esse ano

- Aceleração do Crediário no Marketplace
- banQi Pague + PJ
- banQi Pague + MEI

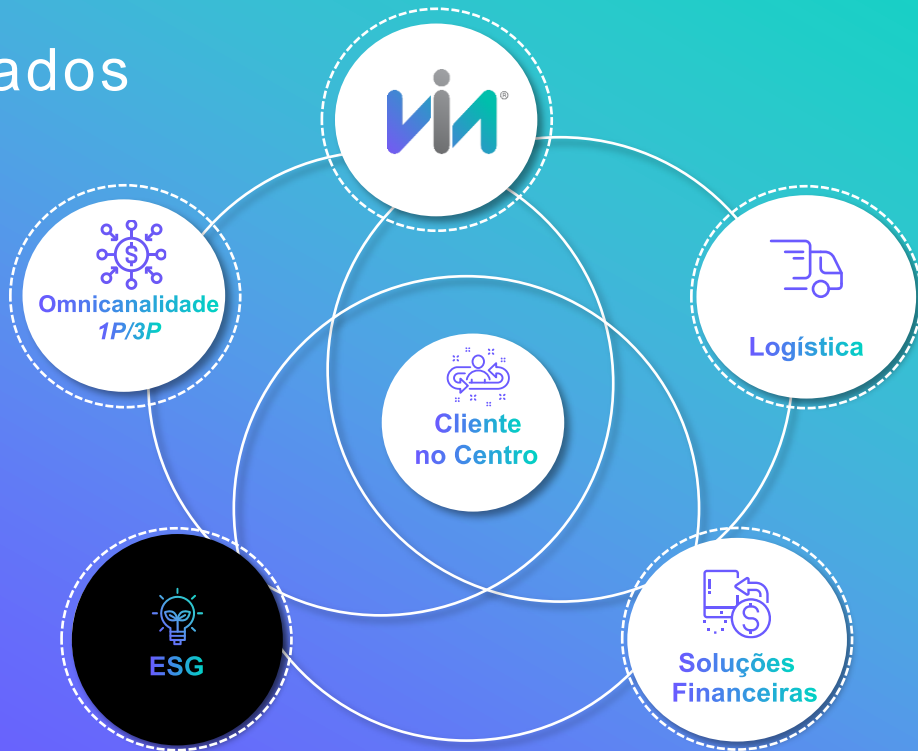


O que ainda vamos entregar

- CaaS – Crédito para terceiros



Resultados 1T22





AMBIENTAL

ICO2B3

Redução de emissão

No 1T22, os 10 veículos elétricos que realizam as entregas de última milha percorreram 92 mil quilômetros, gerando uma economia de 43,2 toneladas de emissão de CO2



Programa de Reciclagem Via – REVIVA

Mil toneladas de resíduos foram destinados para a reciclagem, beneficiando 12 cooperativas parceiras. Com 500 coletores nas lojas, recolhemos mais de meia tonelada de eletroeletrônicos para descarte e reciclagem.



Marketplace Social

É a loja de produtos sustentáveis da Via, com itens feitos por povos indígenas, cooperativas rurais, artesãos e fabricantes que respeitam o meio ambiente. Todas as transações são carbono zero.



SOCIAL

FUNDAÇÃO CASAS BAHIA

A Fundação passou a integrar a Rede Brasil do Pacto Global da ONU, que engaja empresas e organizações em ações alinhadas aos ODS. Além disso, renovamos as parcerias com Instituto PROA, Gerando Falcões e Junior Achievement RJ.



DIVERSIDADE



Prêmio – Selo Paulista de Diversidade

A Via recebeu o “Selo Paulista de Diversidade”, na categoria Adesão, uma certificação da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo



Autodeclaração racial

Com a campanha de autodeclaração racial, o percentual de pessoas não declaradas passou de 23% para 19%. Hoje 40% do time Via é composto por negros (pretos+pardos) e 27% nos cargos de gerencia acima. Nossa meta é de 45% de negros na liderança até 2025.



GOVERNANÇA



Diversidade no Conselho de Administração

Em abril de 2022, a Assembleia Geral da Companhia elegeu os membros do Conselho de Administração para mandato de dois anos. Destaque para a Sra. Claudia Woods, primeira mulher a ocupar o Conselho de Administração da Via desde que a empresa se tornou uma Companhia sem controlador.

Destques Financeiros

Orivaldo Padilha

CFO e Diretor de RI

Para você,
onde, quando
e como quiser.

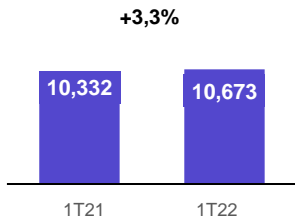


RESULTADO OPERACIONAL

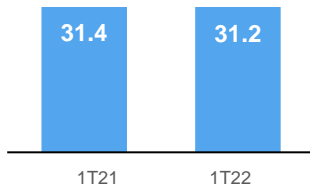
1T22 x 1T21



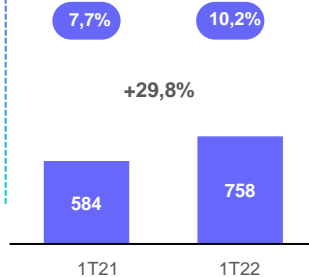
GMV Bruto (R\$ MM)



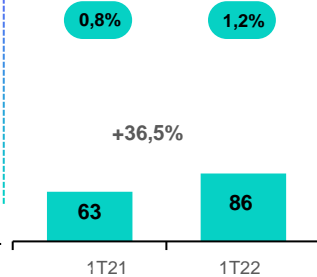
Margem Bruta (%)



EBITDA (R\$ MM e % VL)



Lucro Líq. (R\$ MM e % VL)



DRE OPERACIONAL - BRIDGE LUCRO BRUTO

1T21 x 1T22

-0,2 p.p.
Lucro Bruto Operacional



Margem Comercial

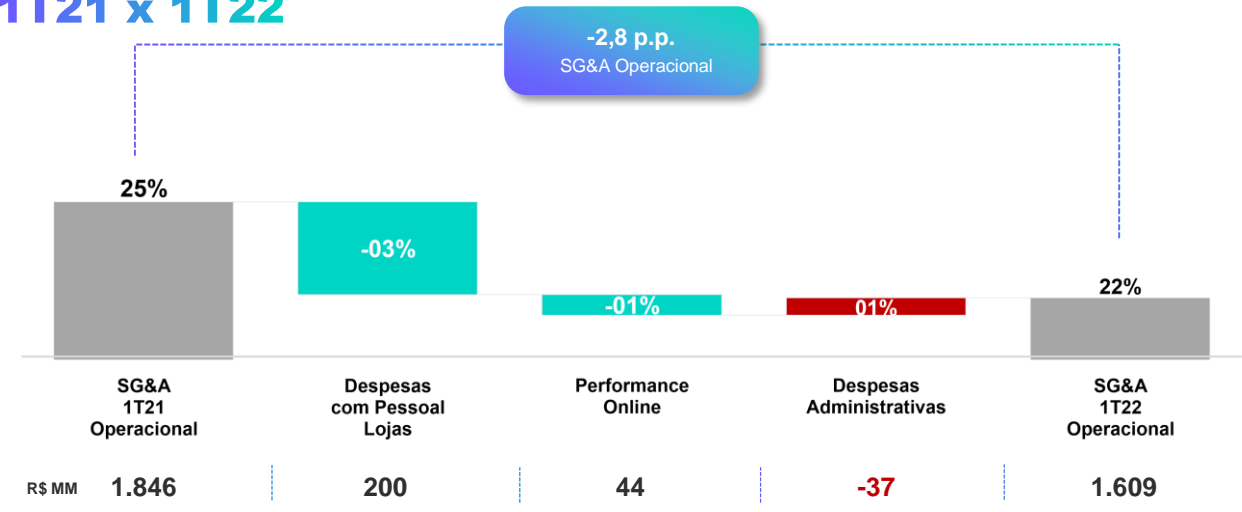
- Maior investimento em competitividade de preço compensadas pelo SG&A;

Credciário e Cartões / Comissão Marketplace

- Maior penetração do credciário e cartões – ganho R\$ 22 milhões;
- Comissão Marketplace: aumento do take rate de 7,3% para 9,6% (vs 1T21).

DRE OPERACIONAL - BRIDGE DESPESA

1T21 x 1T22



-2,8 p.p.
SG&A Operacional

Despesas com pessoal - Lojas

- Maior ganho de produtividade com vendedor e menor volume de entradas de novos processos trabalhistas;

Performance Online

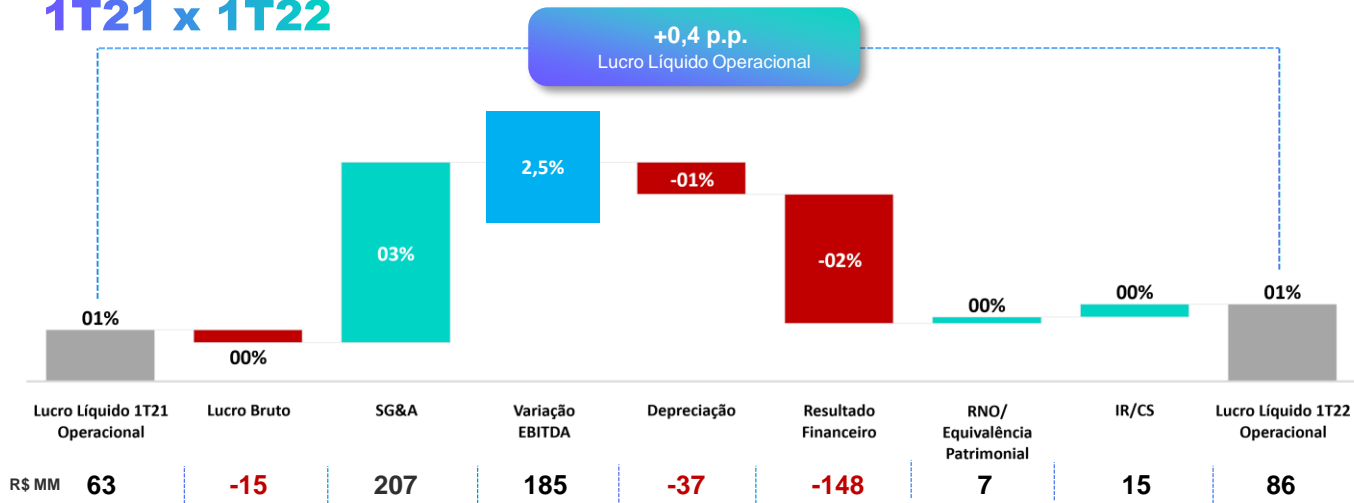
- Ganho de produtividade de performance online (menor necessidade de mídia paga);

Despesas administrativas

- Maior investimento (opex) em tecnologia.

DRE OPERACIONAL - BRIDGE LUCRO LÍQUIDO

1T21 x 1T22



SGA:

- ganho de 2,8 p.p.;

- **EBITDA Operacional:** de R\$ 758 milhões ou 10,2% (+2,5 p.p. e + R\$ 185 milhões vs 1T21);
- trimestre marcado pelo aumento de rentabilidade para fazer frente ao impacto do aumento dos juros na despesa financeira;

Resultado Financeiro:

- -2,0pp R\$ -148 milhões;
- aumento dos gastos referente ao custo financeiro em função do forte aumento da SELIC.

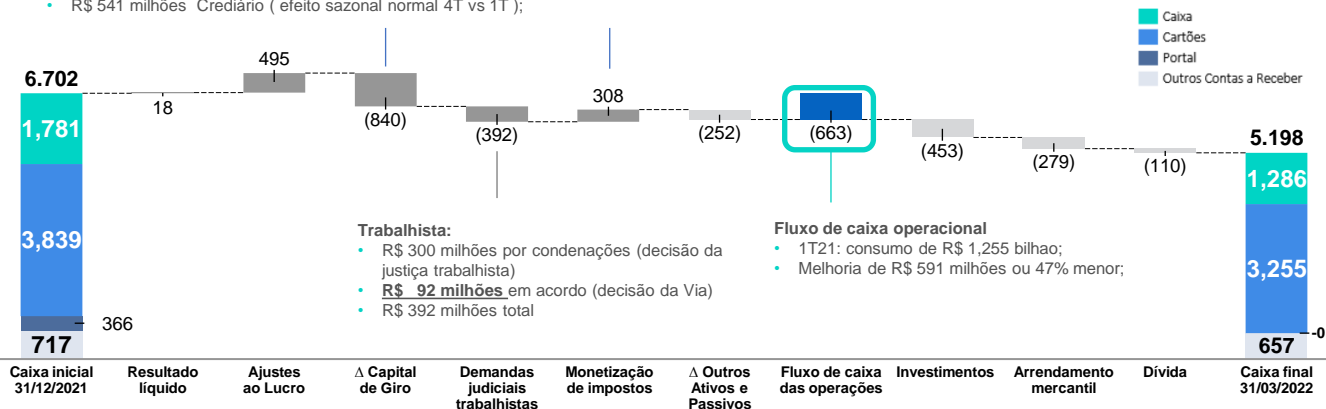
FLUXO DE CAIXA 1T 22 (R\$ MM)

Capital de Giro:

- R\$ 243 milhões Redução de Estoques;
- R\$ 542 milhões Fornecedores (efeito sazonal normal 4T vs 1T);
- R\$ 541 milhões Crediário (efeito sazonal normal 4T vs 1T);

Monetização:

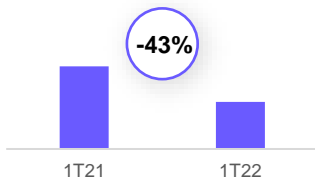
- a monetização de impostos totalizou R\$ 308 milhões.



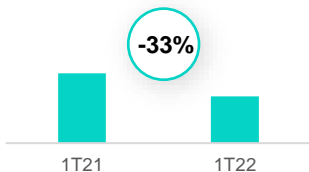
INDICADORES GERAIS

Demandas trabalhistas

Entradas de Processos

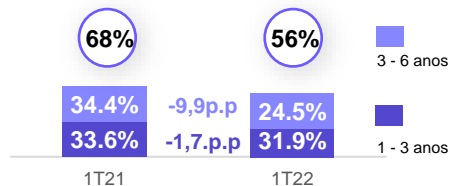


Turnover colaboradores



Aging

Processos mais caros (%)



Resultados do 1T22

Saídas de caixa:

- R\$ 300 milhões por condenações (por decisão da justiça trabalhista);
- R\$ 92 milhões em acordo (por decisão da Via);
- R\$ 392 milhões total de saída de caixa.

Despesas do 1T22 :

- Total de entradas 43% menor que 1T21.
- R\$ 56 milhões abaixo de 1T21.

Projeção

(Fato relevante – nov/21)

Previsto para 2022:

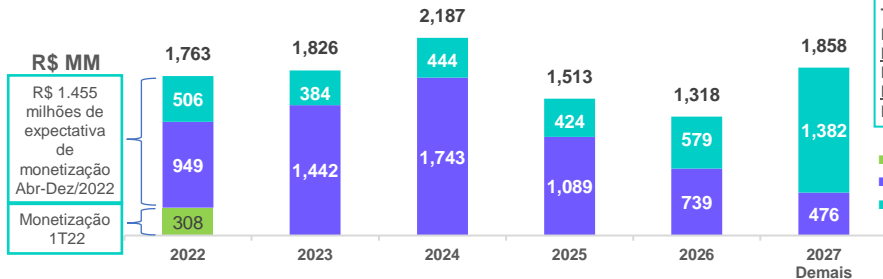
- Caixa: entre R\$ 1,5 e R\$ 2,0 bilhões;
- Resultados: entre R\$ 0,9 e R\$ 1,0 bilhão;

Caixa & Despesas do 1T22 vs Guidance para 2022 :

- Estamos dentro dos intervalos do guidance.

MONETIZAÇÃO DE CRÉDITOS

Plano de monetização



Total de créditos

R\$ 6.438 de impostos Federais e Estaduais sobre venda

R\$ 3.256 de impostos Federais sobre resultado

R\$ 9.694

R\$ 463 de créditos não reconhecidos

R\$ 10.157 TOTAL

■ Monetização 1T22

■ Monetização de impostos Federais e Estaduais sobre vendas

■ Monetização de impostos Federais sobre resultado

Estratégia de Monetização

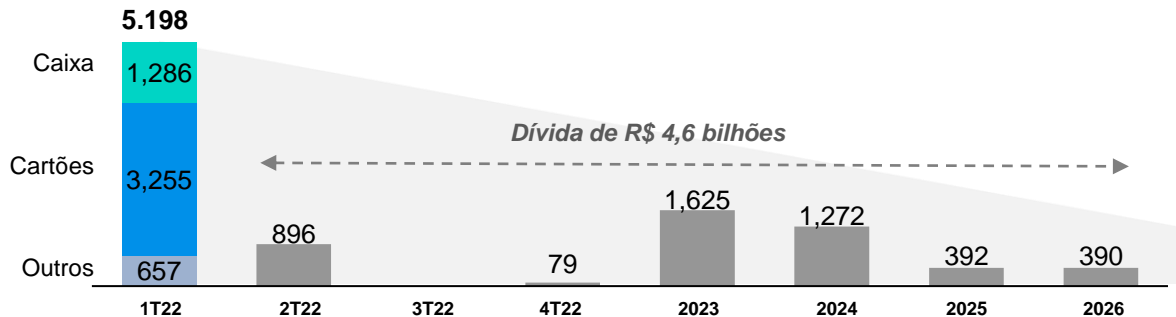
- Contínuo crescimento das receitas e rentabilidade;
- Cumprimento de obrigações burocráticas para habilitar créditos (dar liquidez);
- Inteligência logística-tributária na compra e armazenagem de produtos;
- Inteligência artificial e algoritmos utilizados ganho de eficiência na compra/ estocagem;
- Venda, quando viável, de créditos: (a) Contrato de R\$ 200 milhões, celebrado em janeiro/22; (b) Contrato de R\$ 300 milhões, celebrado em março/22; Total – R\$500 milhões;

Resultados do 1T22

Monetização: R\$ 308 milhões

DÍVIDA e CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO

Cronograma de amortização da dívida



- No 1º trimestre de 2022, o caixa incluindo recebíveis não descontados totalizou R\$ 5,2 bilhões
- Dívida de R\$ 4,6 bilhões

Considerações Finais

Roberto Fulcherberguer
CEO

Para você,
onde, quando
e como quiser.



E o que já somos

Uma Plataforma aberta com foco no cliente

Omnicanalidade

Manutenção do ritmo de expansão para novos mercados com objetivo de trazer novos clientes, redução do custo de servir e potencializar as vendas online, venda de serviços, concessão de crédito e serviços de logística

Logística as a service (Laas)

Evolução nos serviços de entregas “as a service” e aceleração de oferta de serviços de Fulfillment & Fullcommerce

Crédito as a service (Caas)

Expansão da penetração do crédito online (1P e 3P) e parcerias para alavancar oferta do crediário em outras plataformas

Marketplace

Contínuo crescimento, aumento da base de clientes ativos, aumento da recorrência e retroalimentação para o ecossistema Via



1T22

APÊNDICE

Para você,
onde, quando
e como quiser.



Reconciliação 1T21

Contábil p/ Operacional

	1T22 Contábil		Despesas trabalhistas (legado) ¹	1T22 Operacional	
	R\$MM	%RL		R\$MM	%RL
GMV BRUTO	10.673		-	10.673	
Receita Bruta	8.712		-	8.712	
Receita Líquida	7.399		-	7.399	
Lucro Bruto	2.275	30,7%	30	2.305	31,2%
Desp. Vendas e Adm .	(1.664)	(22,5%)	55	(1.609)	(21,7%)
EBITDA Ajustado	673	9,1%	85	758	10,2%
Resultado Financeiro	(428)	(5,8%)	-	(428)	(5,8%)
LAIR	(42)	(0,6%)	103	61	0,8%
IR & CS	60	0,8%	(35)	25	0,3%
Lucro Líquido	18	0,2%	68	86	1,2%

(1) Refere-se a despesas trabalhistas (legado).

7.041



Relações com Investidores

Orivaldo Padilha
CFO e DRI

Luiz Rossato
Estratégia, M&A e RI

Gabriel Succar
Gerente de RI

Daniel Morais
Especialista de RI

Larissa Boness
Analista de RI

ri@via.com.br | <https://ri.via.com.br>