

# 4T22

## RESULTADOS VIA

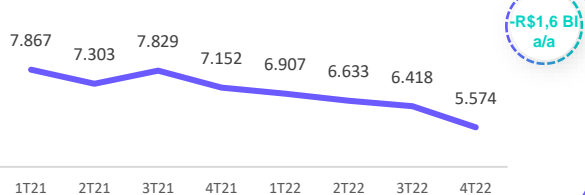
**Roberto Fulcherberguer**  
CEO

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.

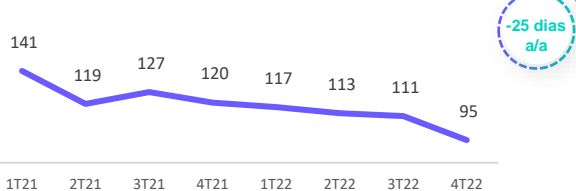


# Geração de Caixa Operacional

### Estoque – R\$ MM



### Estoque – Dias



**R\$ 1,75 Bilhão**

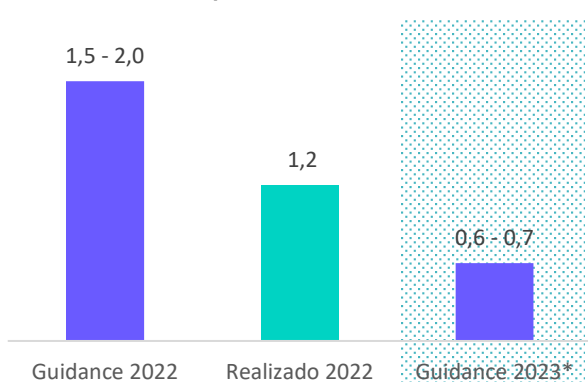
Renovação da Parceria com Bradesco para Cartões Co-Branded

### Geração de Caixa Operacional – R\$ MM

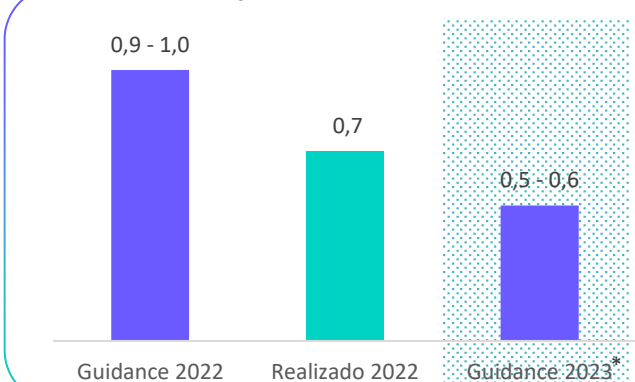


# Demandas Trabalhistas

## Impacto Caixa - R\$ BI



## Impacto Resultado - R\$ BI

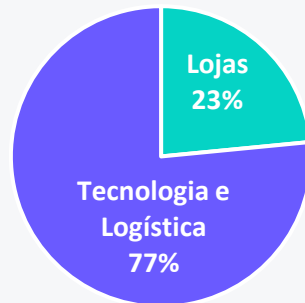


\*Guidance para 2023 segue inalterado, conforme publicado no fato relevante de 10 de novembro de 2021

## **Eficácia** na Monetização de Créditos



## Investimentos Focando em **Eficácia** Operacional e Experiência do cliente



# OMNICANALIDADE

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.

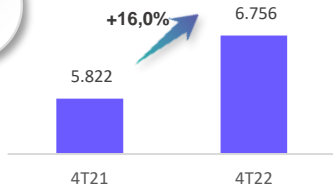


Sozinhos, pensamos grande. Com você, pensamos gigante.

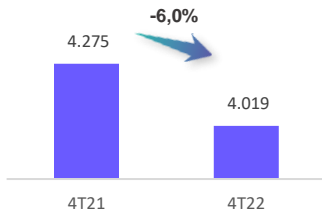
# Omnicanalidade 1P

GMV Loja Física - R\$ MM

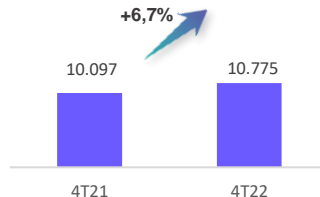
+11,4%  
mesmas  
lojas



GMV 1P Online - R\$ MM



GMV 1P - R\$ MM



2022

63  
aberturas

4T22

15  
aberturas



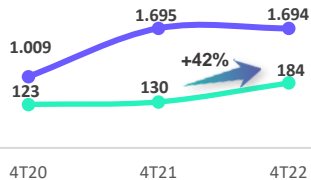
63 lojas  
novas  
2022

21 encerramentos

# Omnicanalidade 3P

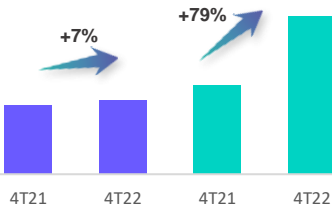
GMV e Receita 3P - R\$ MM

■ GMV ■ Receita



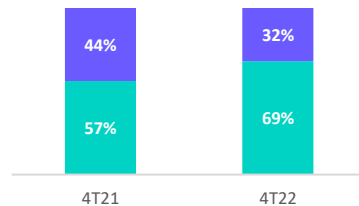
# Pedidos

■ Core\* ■ Cauda

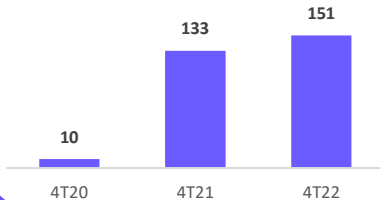


Participação de Pedidos

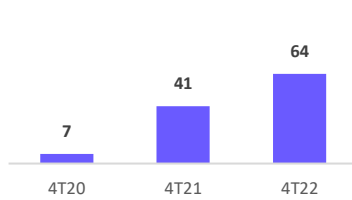
■ Core\* ■ Cauda



# Sellers - Mil

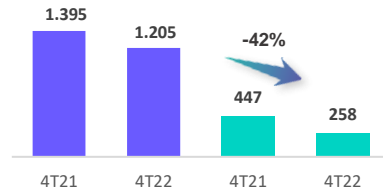


# SKUs - MM



Ticket Médio - R\$

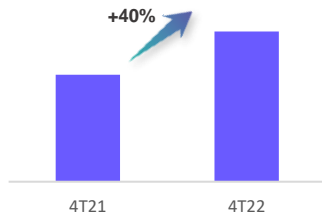
■ Core\* ■ Cauda



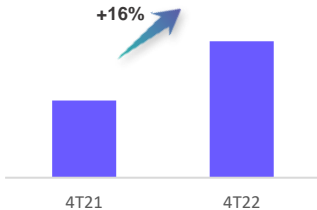
\*Considera (i) Telefones e Celulares, (ii) Móveis, (iii) Eletroportáteis, (iv) Eletrodomésticos, (v) TV e Vídeo

# Omnicanalidade 3P

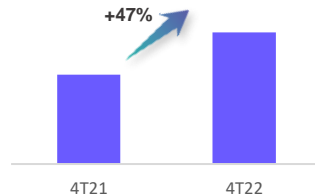
## # Clientes - Cauda



## Frequência - Cauda



## Itens comprados por cliente



## # Pedidos - Cauda

Categorias er	Crescimento % a/a
Alimentos	1.290%
Moda	537%
Livros	479%
Calçados	247%
Produtos de Limpeza	238%
Perfumaria e Cosméticos	158%

## Crescimento de # Clientes nas Categorias de Cauda



Moda

**+7X**  
clientes  
a/a



Calçados

**+5X**  
clientes  
a/a



Livros

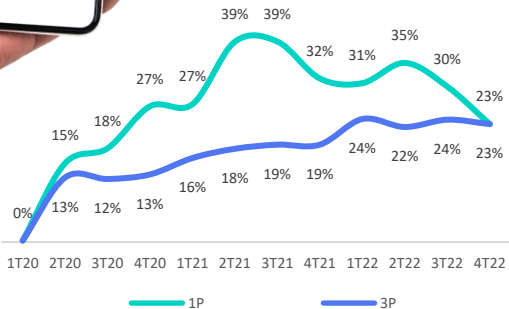
**+4X**  
clientes  
a/a



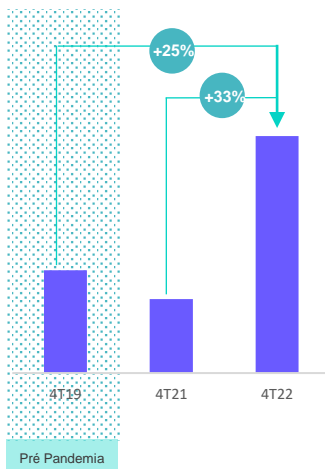
# Ganho de Produtividade do Vendedor



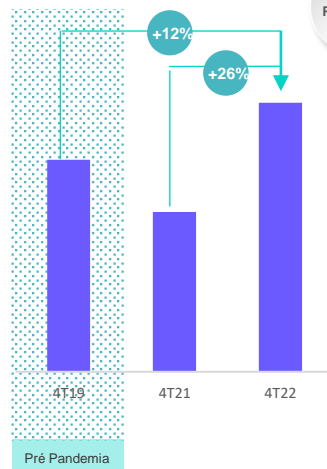
## Participação Vendedor Online



## GMV por Vendedor



## Receita por Vendedor



**+14%**  
Pedidos por  
vendedor  
a/a

# LOGÍSTICA

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.

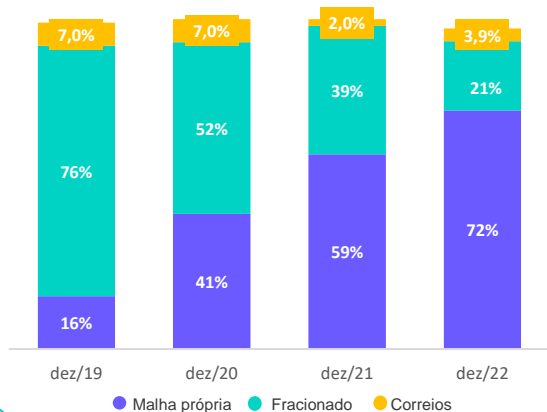


# Logística a serviço da omnicanalidade

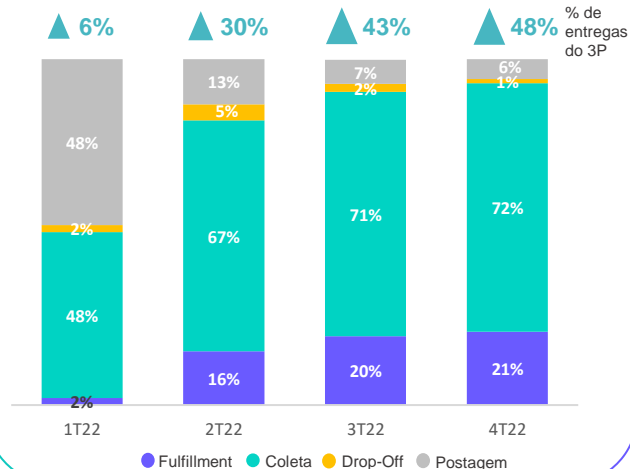


# Omnicanalidade a serviço da logística

Entregas 1P Online

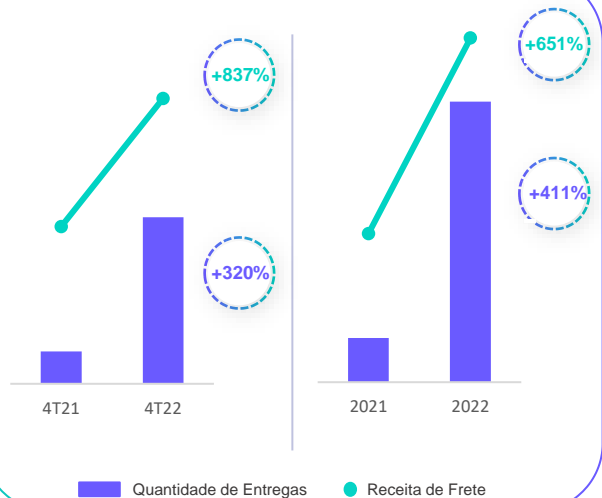


Entregas 3P gerenciadas pela Via



# Logística | As a Service

## Transporte First & Last Mile (Mar Aberto)



Transporte  
1º e last-mile



Fulfillment



Fullcommerce

Atender clientes B2C, B2B e D2C



# SOLUÇÕES FINANCEIRAS

**André Calabro**

banQi President &  
Financial Solutions

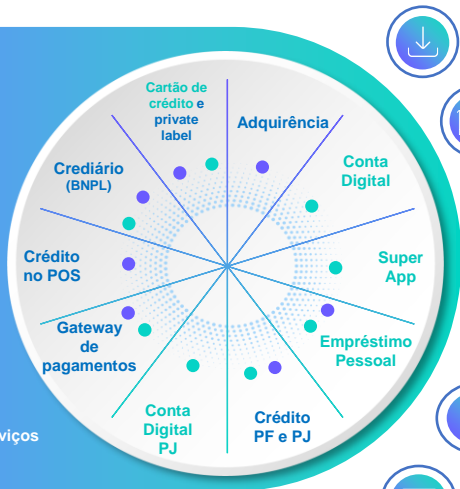
Para você,  
onde, quando  
e como quiser.



# A Plataforma de Soluções Financeiras está dentro e fora do ecossistema Via e segue em expansão

## Frentes de crescimento

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



● ON-US ● OFF-US



**13,4 MM** de clientes (+22% a.a)



**+ R\$12,9 Bilhões** TPV acumulado (+14% a.a)



**R\$ 5,5 Bilhões** de crediário (+11% a.a)



**R\$ 2,1 Bilhões** de carnês pagos no app banQi (**21%** dos recebimentos)



**R\$ 504 MM** de produção acumulada de empréstimos pessoais, carteira ativa de R\$ 226 MM



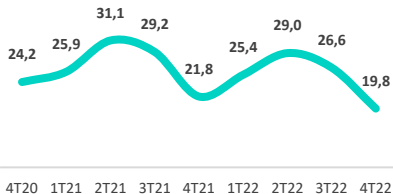
**R\$ 6,3 Bilhões** de TPV dos cartões co-branded (+15% a.a)  
Renovação da parceria com Bradesco

# Crediário | Por Canal

Loja

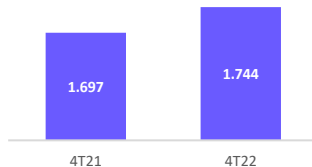
## Participação do Crediário

(% nas vendas offline)



## Crediário – Produção

(R\$ Milhões)



## Destaques



**Recorrência** participação de +53% de clientes recorrentes



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

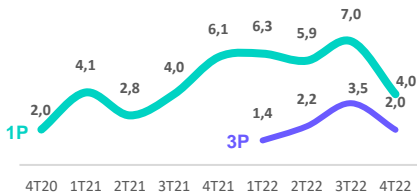


**Atrativo e diferencial** da expansão em novas regiões

Digital

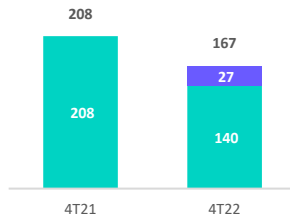
## Participação do Crediário

(% nas vendas online)



## Crediário – Produção

(R\$ Milhões)



## Destaques



**88%** dos sellers habilitados já realizaram venda pelo crediário



**Venda em +3.800 municípios** sem presença de loja física

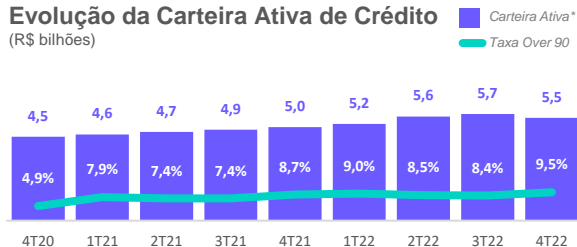


**+23% de novos municípios** com crediário

# Crediário | Principais Indicadores

## Evolução da Carteira Ativa de Crédito

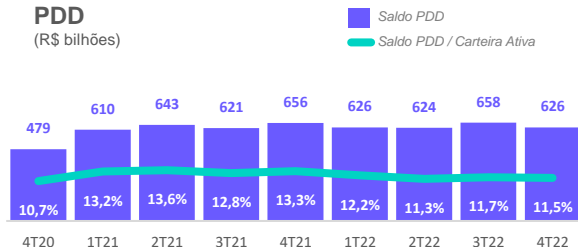
(R\$ bilhões)



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

## PDD

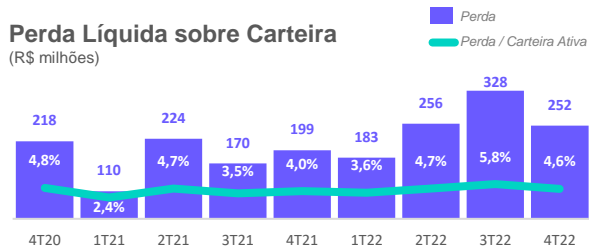
(R\$ bilhões)



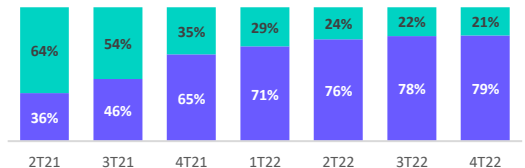
Taxa de cobertura sobre a carteira do crediário apresentou redução de 1,8 p.p. vs. 4T21, e redução de 0,2 p.p em relação ao 3T22

## Perda Líquida sobre Carteira

(R\$ milhões)



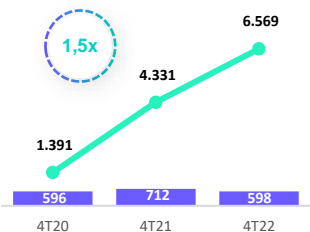
## Penetração do Crediário nos municípios do Brasil





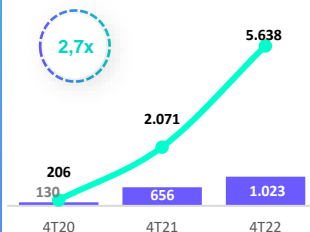
## Abertura de Contas

(# Mil)



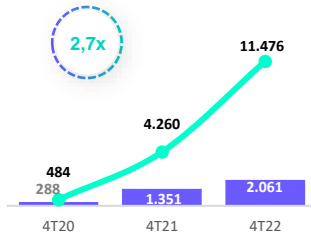
## Total TPV

(R\$ Milhões)



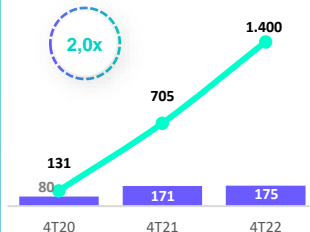
## Total de Transações

(R\$ Milhões)



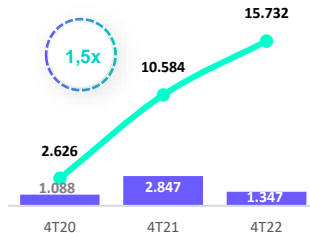
## Transações em Lojas

(R\$ Milhões)



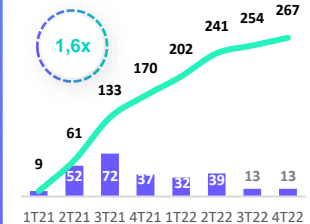
## Downloads App

(# Mil)



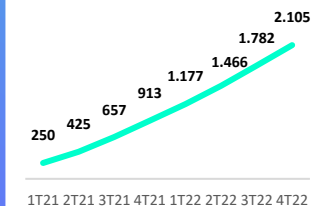
## banQi no e-commerce

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



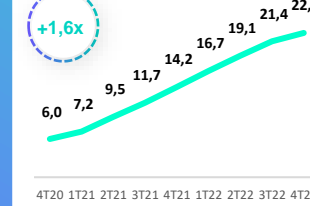
## Pagamento de Carnê no App banQi

(R\$ Milhões)



## Frequência de Uso do App banQi

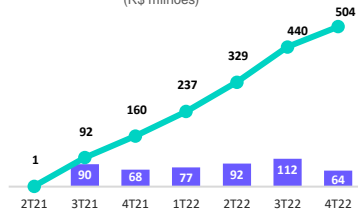
(360 Dias)



# Empréstimo Pessoal

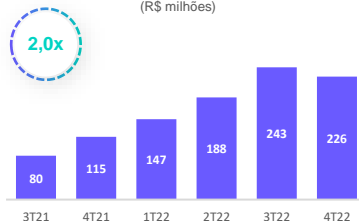
### Produção

(R\$ milhões)

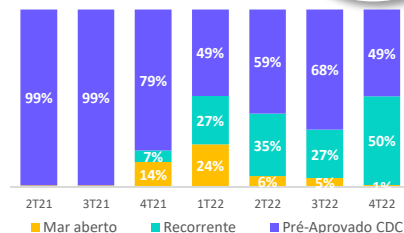


### Carteira Ativa

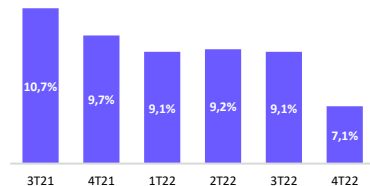
(R\$ milhões)



### Mix de Contratos

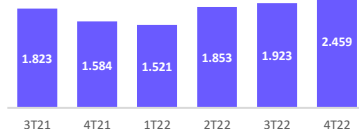


### Performance por safra - Over 30



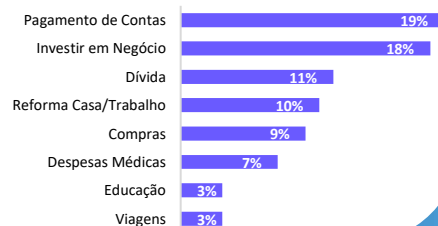
### Ticket Médio – Empréstimo

(R\$ Mil)



### Motivação do Empréstimo

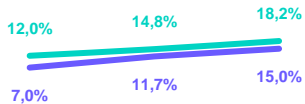
(4T22)



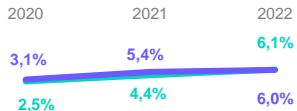
# Cartões Co-branded

Lojas

## Participação Vendas

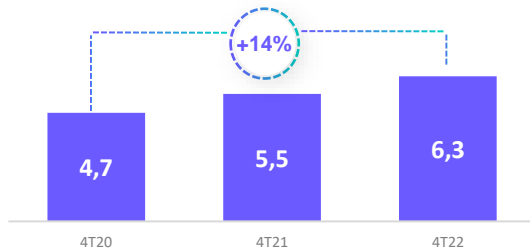


Online



— Ponto — CB

## TPV (R\$ BI)

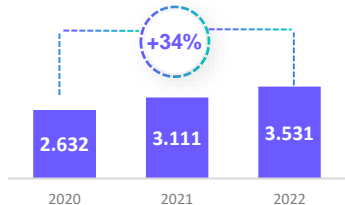


Compras on-us e off-us com os cartões CB e Ponto.

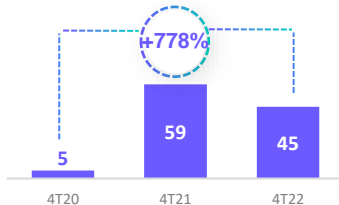


## Nosso Clientes

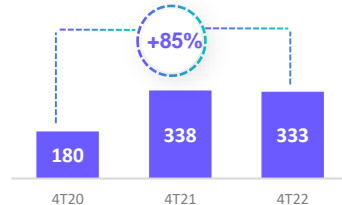
### Total de Clientes – Cartões (# mil)



### Novos Clientes Online (# mil)



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



ESG

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.





## AMBIENTAL

### SLB (Sustainability Linked Bonds)

- **Atingimento da meta ESG estabelecida na SLB de adquirir 50% de energia de fontes limpas e renováveis até 2022.**
- Comprometimento de atingir 90% até 2025

### Programa de Reciclagem Via – REVIVA

- **3,5 mil toneladas de resíduos destinados para reciclagem em 2022, beneficiando 12 cooperativas parceiras**
- 530 coletores de eletroeletrônicos distribuídos nas lojas e operações
- **4,7 toneladas de eletroeletrônicos encaminhados para descarte e reciclagem em 2022**

### 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



## SOCIAL

### Fundação Casas Bahia

- **R\$ 4,2 milhões investidos em 15 projetos, divididos em três pilares estratégicos: Protagonismo Jovem, Empreendedorismo e Engajamento Social**
- Realização da Gincana Agente+, competição Social envolvendo o time de operações de todo o Brasil, com participação de 475 lojas
  - Arrecadação de 19 mil peças de roupas, 3.723 kg de alimentos e 3.477 brinquedos que beneficiaram mais de 9 mil pessoas
  - Apoio a 67 organizações sociais locais indicadas pelas lojas destaques participantes da gincana
- Com o Instituto PROA, contribuimos com a formação e o encaminhamento para a empregabilidade de 3.579 jovens no Estados de SP, PE, RJ, RS e SC. Conexão de parte desses jovens ao ecossistema da Via, que contratou e deu a oportunidade do primeiro emprego para 33 alunos do PROA





## DIVERSIDADE

### Via de Respeito

- Lançamento do Programa Via de Respeito para conscientizar e promover o combate à discriminação e ao assédio

### Pessoas com Deficiência

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

### Raça

- **Iniciativa Por Uma Via Antirracista, para combater o racismo e promover a inclusão de pessoas negras**
- Lançamento do letramento racial e investimento de bolsas de formação em tecnologia e em inglês para colaboradores da Via participantes do programa MOVER

### Mulheres na liderança

- Iniciativas para o desenvolvimento de mulheres na liderança, com destaque para área de tecnologia



## GOVERNANÇA CORPORATIVA

### Eleição do Conselho de Administração

- **Eleição da Sra. Claudia Quintella Woods, como membro independente, em abril de 2022**
- Em dezembro de 2022, a Sra. Claudia passou a ocupar também uma posição de membro independente no Comitê de Pessoas e Governança

### Eleição do Novo Presidente do Conselho de Administração

- **Em 16 de dezembro de 2022, o Sr. Renato Carvalho do Nascimento, membro independente do Conselho de Administração foi eleito como presidente**

### Reformulação do Comitê de Pessoas

- Eleição da Sra. Claudia Quintella Woods e Sr. Marco Antonio Moreira Pinto Santana. Comitê passou a ser composto somente por membros não executivos

### Atuação no Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance

- (i) o Plano de trabalho sob resultados do Canal de Denúncias e Mapas de Riscos; (ii) Revisão e atualização da Política de Gerenciamento de Riscos da Companhia; (iii) Acompanhamento dos trabalhos conduzidos pela área de Cyber Segurança; (iv) Monetização dos Créditos Fiscais; entre outros

# Destques Financeiros

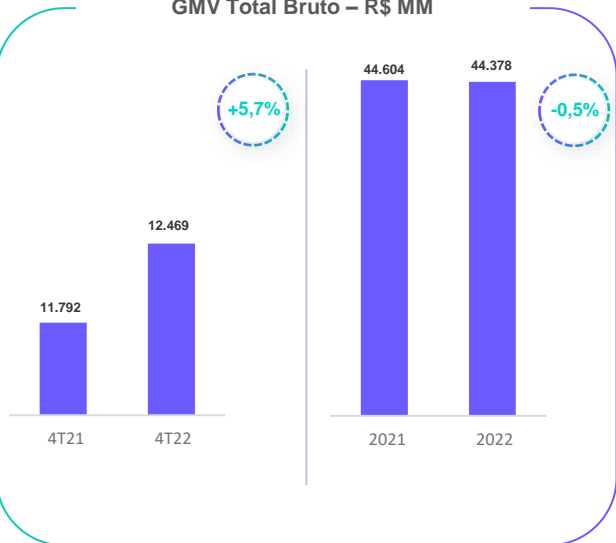
**Padilha**  
CFO

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.

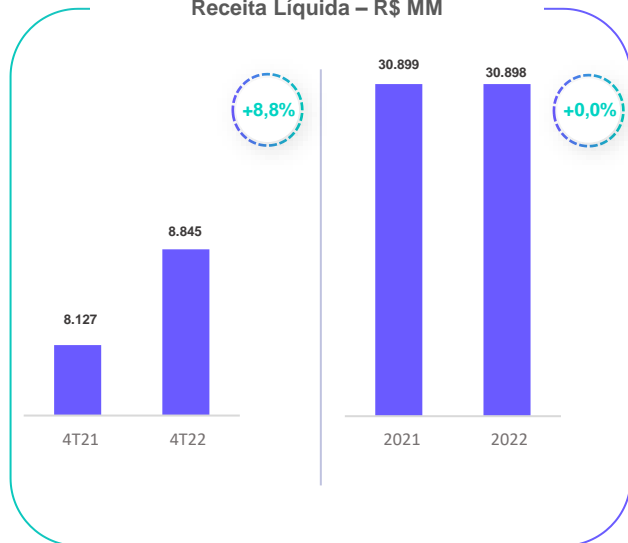


# GMV e Receita Líquida

## GMV Total Bruto – R\$ MM



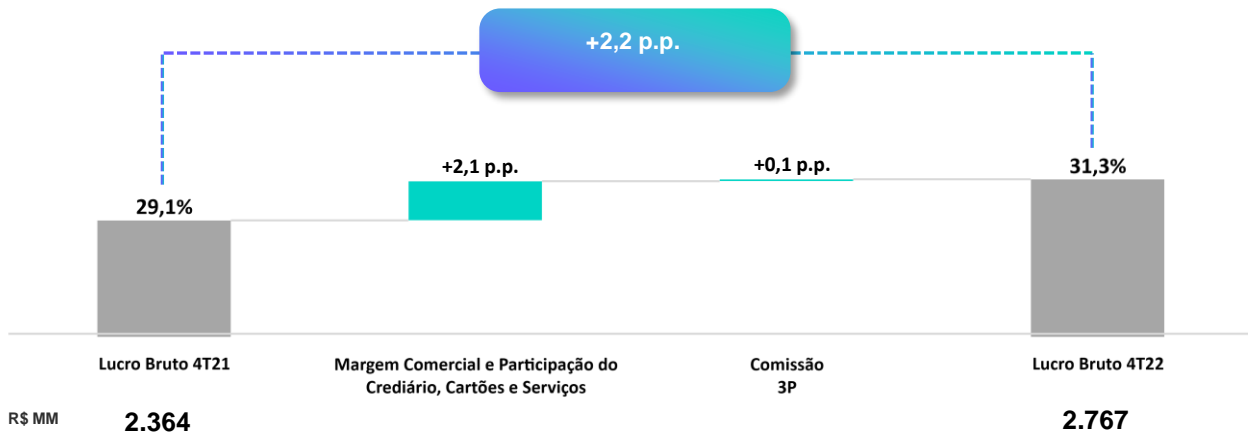
## Receita Líquida – R\$ MM





# Lucro Bruto

## 4T22 x 4T21



### Margem Comercial e Participação do Credenciário, Cartões e Serviços

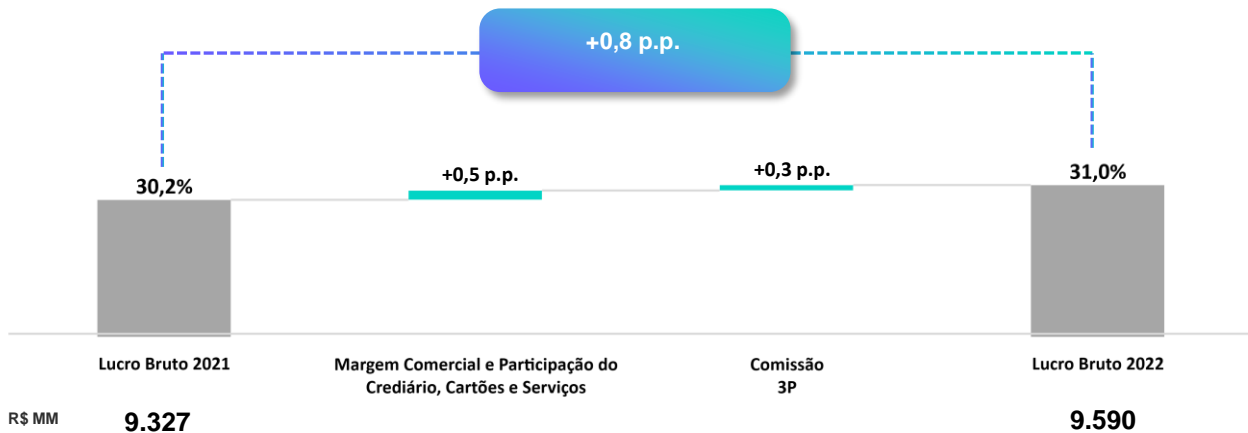
- Maior penetração do credenciário, cartões e serviços
- Novo contrato cartões co-branded na Casas Bahia com Bradesco

### Comissão 3P (take rate)

- De 7,7% no 4T21 para 10,9% no 4T22

# Lucro Bruto

## 2022 x 2021



### Margem Comercial e Participação do Credciário, Cartões e Serviços

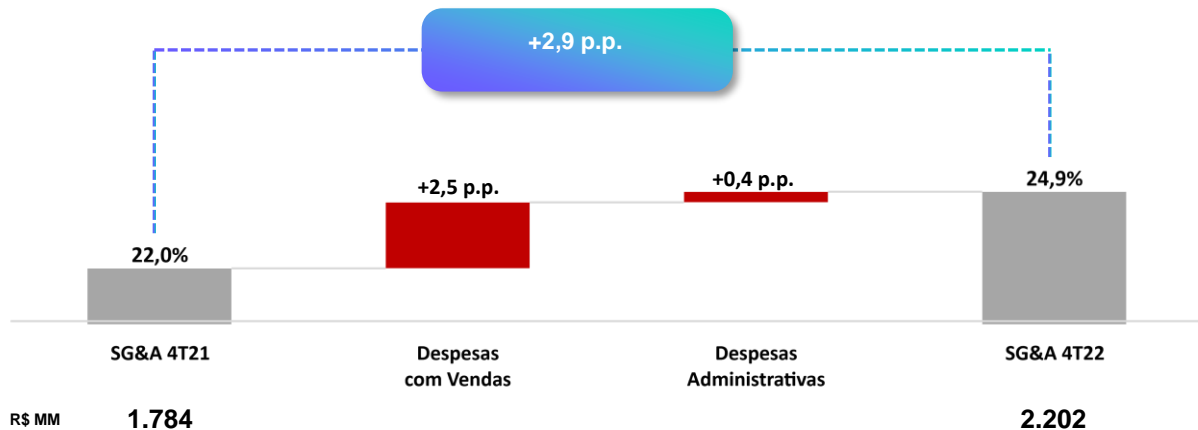
- Maior penetração do credciário, cartões e serviços
- Novo contrato cartões co-branded na Casas Bahia com Bradesco

### Comissão 3P (take rate)

- De 6,6% em 2021 para 11,3% em 2022

# Despesas

## 4T22 x 4T21



### Desalavancagem Operacional

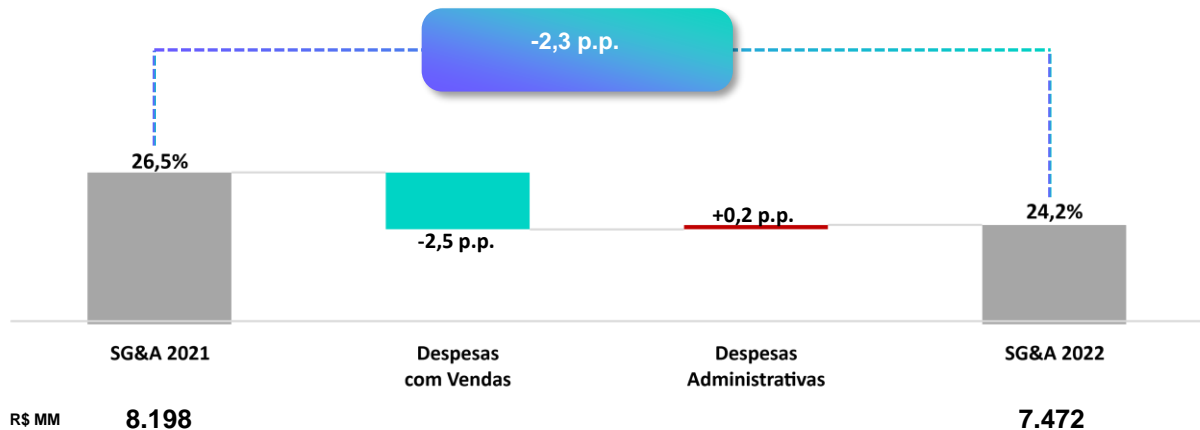
- Impacto de desalavancagem operacional, apesar do aumento de 9% da receita bruta no trimestre

### Base Comparativa

- Nível de despesa do 4T21 foi reduzido em função de recuperação de créditos fiscais no período

# Despesas

## 2022 x 2021



### Ganhos de Eficiência de Despesas

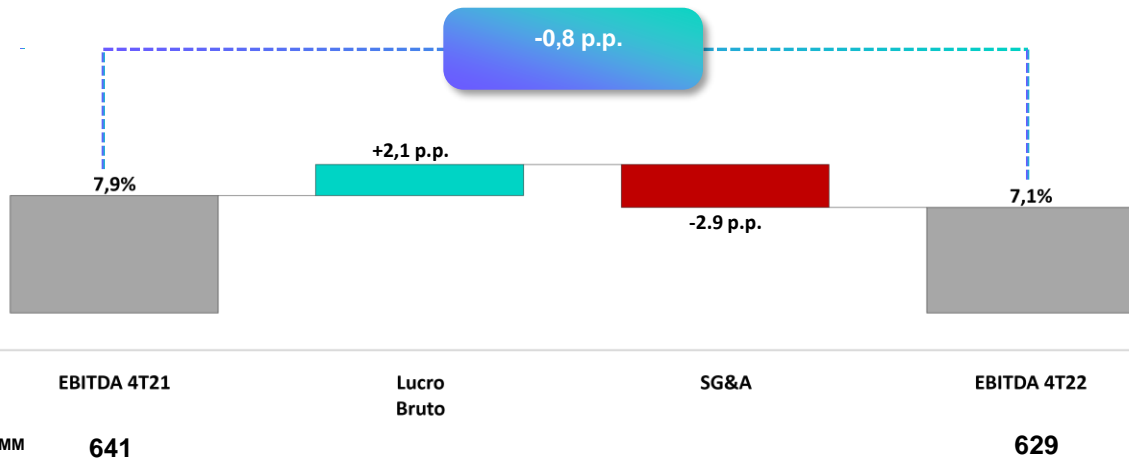
- Principalmente produtividade de marketing e performance online

### Despesa com Pessoal

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

# EBITDA

## 4T22 x 4T21



### Margem Bruta expandindo

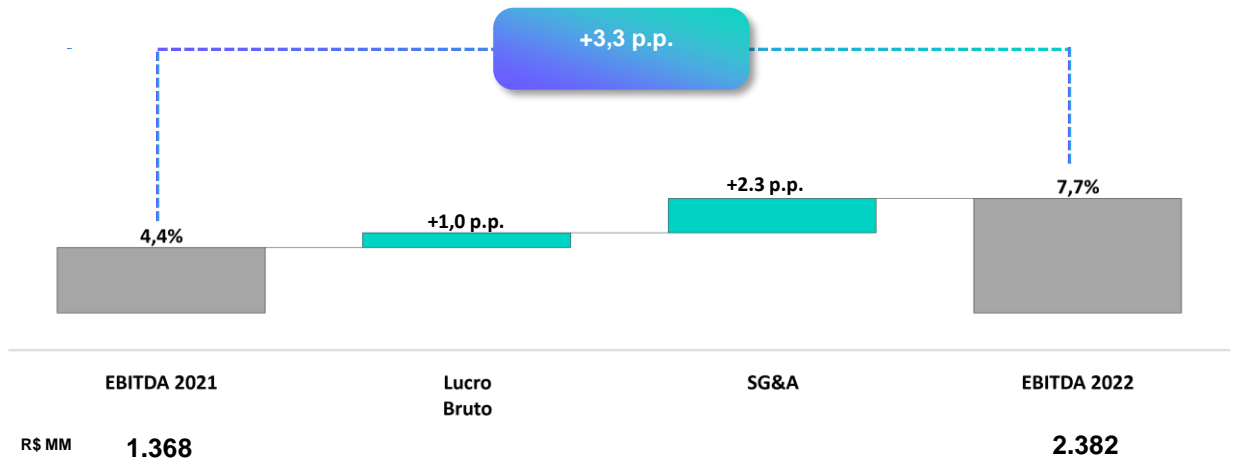
- Maior penetração do crediário, cartões e serviços
- Novo contrato de cartões co-branded na Casas Bahia com Bradesco
- Aumento da taxa de comissão do 3P

### SG&A recuando pela base comparativa

- Nível de despesa do 4T21 foi reduzido em função de recuperação de créditos fiscais

# EBITDA

## 2022 x 2021



### Margem Bruta expandindo

- Maior penetração do crediário, cartões e serviços
- Novo contrato de cartões co-branded na Casas Bahia com Bradesco
- Aumento da taxa de comissão do 3P

### SG&A

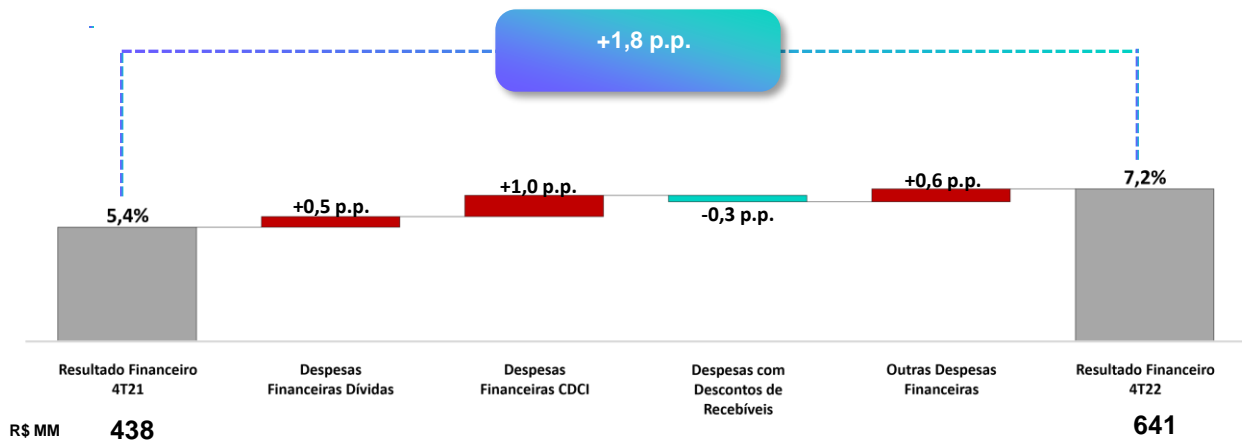
- Ganhos de Eficiência de Despesas: principalmente produtividade de marketing e performance online
- Maior ganho de produtividade com vendedor e menor volume de entradas de novos processos trabalhistas

### EBITDA

- Aumento de R\$ 1 Bilhão a/a

# Resultado Financeiro

## 4T22 x 4T21

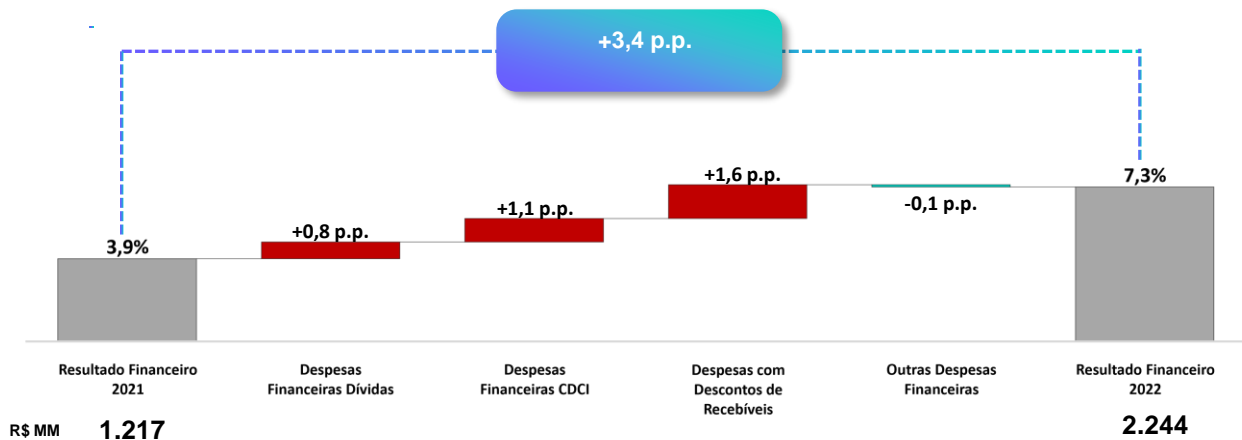


### Impacto do Aumento da Taxa de Juros

- Essencialmente impacto pelo aumento de custo com o aumento da Selic (média de 7,6% no 4T21 para 13,7% no 4T22)

# Resultado Financeiro

## 2022 x 2021



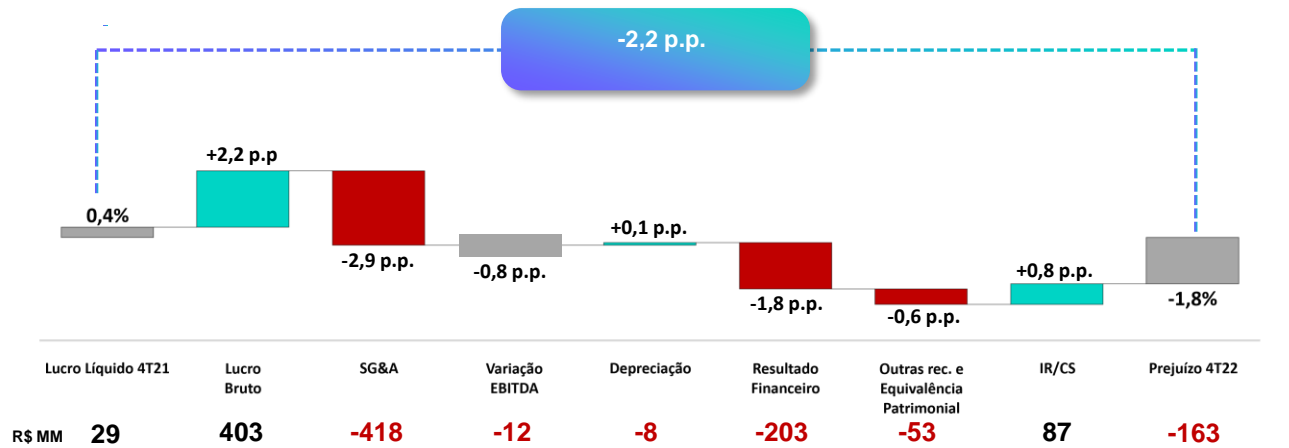
### Impacto do Aumento da Taxa de Juros

- Essencialmente impacto pelo aumento de custo com o aumento da Selic (média de 4,6% em 2021 para 12,6% em 2022)
- Impacto de R\$ 1 Bilhão pelo aumento da Selic



# Lucro Líquido (Prejuízo)

## 4T22 x 4T21

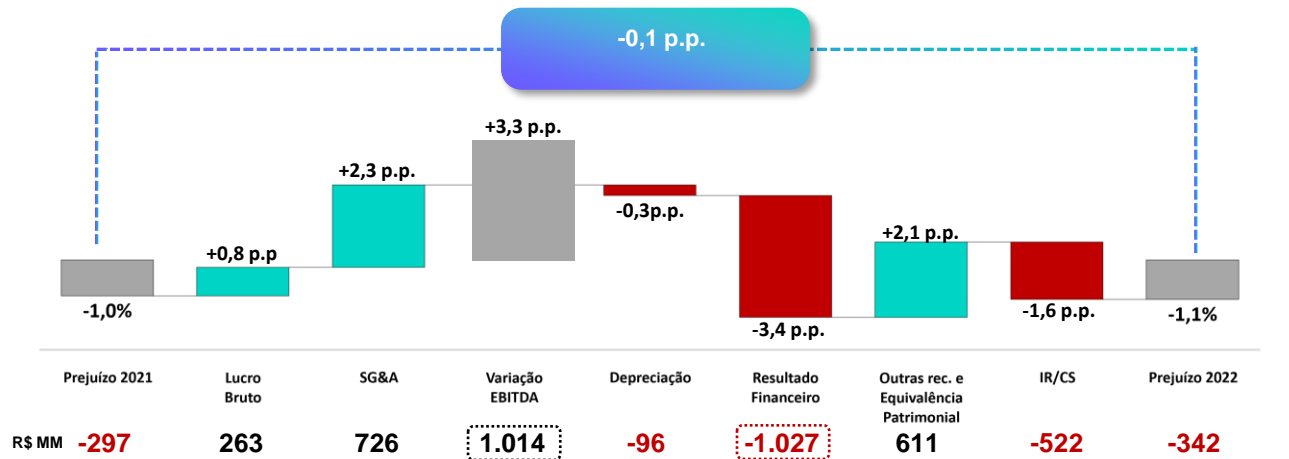


### Lucro Líquido:

- Melhoria do lucro bruto compensado pelo efeito de desalavancagem operacional e base comparativa no SG&A, bem como pelo impacto do aumento da SELIC nas despesas financeiras

# Lucro Líquido (Prejuízo)

## 2022 x 2021



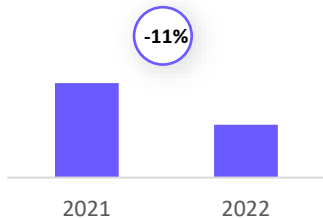
### Lucro Líquido:

- Melhoria de R\$ 1 Bilhão no EBITDA em razão ganhos na margem bruta e controle de despesas foi consumido pelo impacto do aumento da SELIC nas despesas financeiras

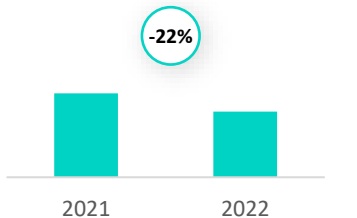
# Demandas Trabalhistas

## Indicadores Gerais

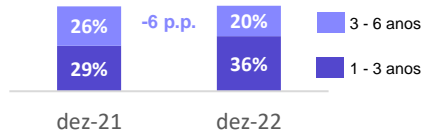
### Nº de Processos Novos



### Pagamentos



### Aging Processos mais caros (%)



### Plano de Ação/Estratégia

#### Seguimos a estratégia definida:

- Revisão de práticas operacionais para mitigação dos riscos nas causas raízes
- Estruturação do jurídico contencioso para melhor execução
- Fortalecimento das estratégias de defesa
- Ações proativas e pontuais para liquidar ações mais caras com deságio

### Resultados do 2022

#### Saídas de caixa:

- R\$ 1,2 Bilhão total de saída de caixa

#### Despesas do 2022:

- Quantidade de entradas de processos: 11% menor vs 2021
- R\$ 329 Milhões de pagamentos abaixo vs 2021

# Demandas Trabalhistas

## Guidance vs. Realizado 2022

	Projeção (Fato Relevante novembro/21)	Realizado	Projeção	
	2022	2022	2023	2024
<b>Caixa</b>	R\$ 1,5 - R\$ 2,0 Bi	R\$ 1,2 Bi	R\$ 0,6 - R\$ 0,7 Bi	R\$ 0,3 - R\$ 0,4 Bi
<b>Resultado</b>	R\$ 0,9 - R\$ 1,0 Bi	R\$ 0,7 Bi	R\$ 0,5 - R\$ 0,6 Bi	R\$ 0,3 - R\$ 0,4 Bi

### Guidance x Realizado 2022

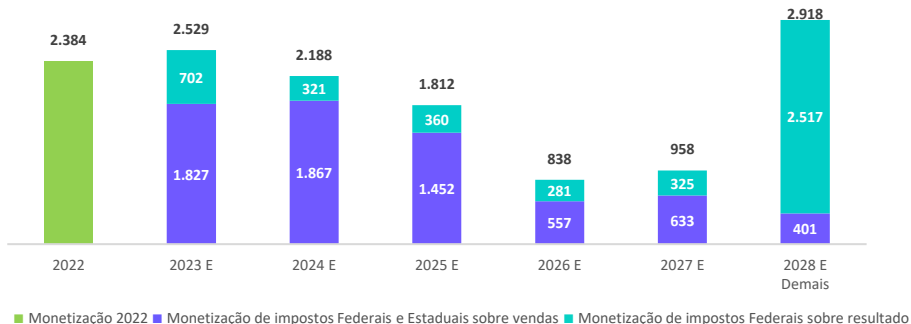
- Impacto no Caixa: Abaixo do piso do *Guidance*
- Impacto em Resultados: Abaixo do piso do *Guidance*

### Guidance 2023-2024

- Manutenção das previsões do *Guidance* publicado no Fato Relevante de novembro/21

# Monetização de Créditos Fiscais

## Plano de monetização



### Total de créditos 31/12/2022

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

### Estratégia de Monetização

Seguimos a estratégia definida:

- Cumprimento de obrigações técnico / burocráticas para habilitar créditos
- Inteligência logístico-tributária na compra e armazenagem de produtos
- Inteligência artificial e algoritmos utilizados para ganho de eficiência na distribuição
- Venda de créditos, quando viável

### Guidance

(Release de resultado 3T21)

2022

R\$ 1,8 BI

### Realizado

2022

R\$ 2,4 BI

R\$ 600 Milhões melhor que previsto

### Guidance 2023

- Monetização prevista de R\$ 2,5 Bilhões para 2023, sendo R\$ 1,8 Bilhão em impostos sobre venda e R\$ 702 Milhões de impostos sobre resultados
- O plano de monetização é revisado e informado trimestralmente

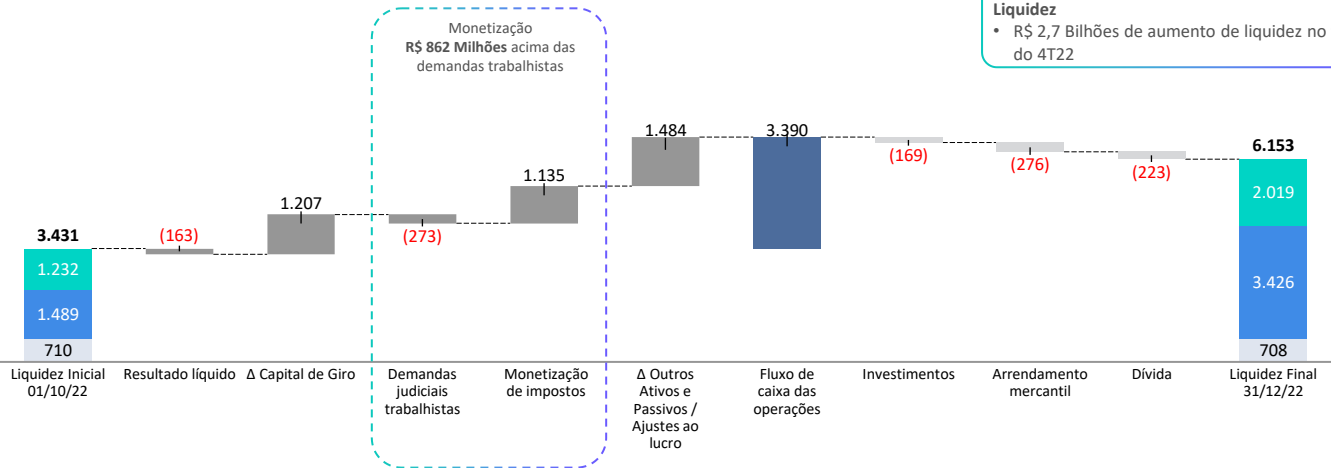
# Fluxo de Caixa 4T22 (R\$ MM)

**Fluxo de Caixa Operacional**

- R\$ 3,4 Bilhões de geração de caixa operacional

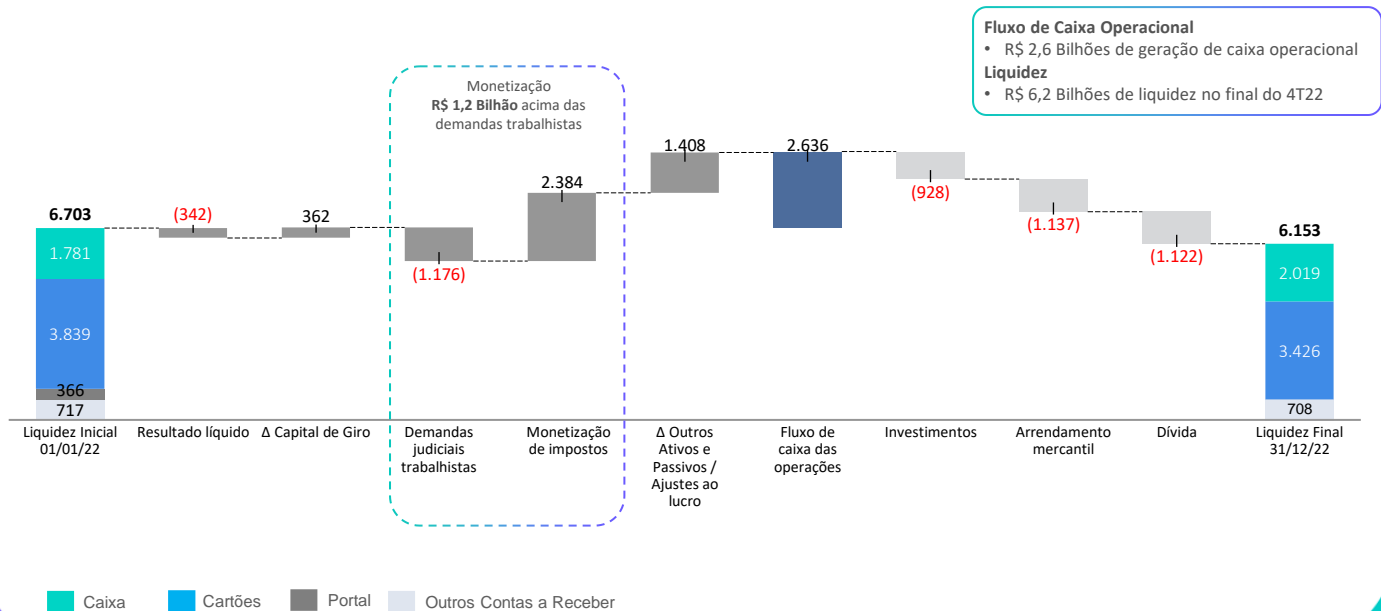
**Liquidez**

- R\$ 2,7 Bilhões de aumento de liquidez no final do 4T22



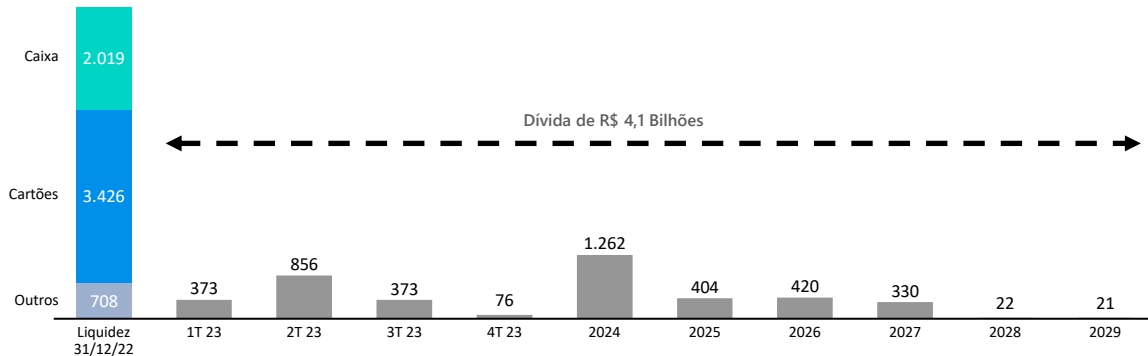
■ Caixa   
 ■ Cartões   
 ■ Outros Contas a Receber

# Fluxo de Caixa 2022 (R\$ MM)



# Dívida e Cronograma de Amortização

Liquidez total ajustada de  
R\$ 6,2 Bilhões



- No 4º trimestre de 2022, a posição de liquidez incluindo recebíveis não descontados totalizou R\$ 6,2 Bilhões
- Dívida de R\$ 4,1 Bilhões, sendo 59% com vencimento entre 2024 a 2029
- Custo médio de CDI+2,0% a.a. (vs CDI+2,4% no 4T21)



# Considerações Finais

**Roberto Fulcherberguer**  
CEO

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.



# Principais Entregas de 2022



## Omnicanalidade

### Lojas

+11% de GMV  
63 inaugurações  
(42 líquido)

### 1P Online

ganho de market share

### 3P

aumento de pedidos,  
recorrência e receita



## Soluções Financeiras

### Crediário

início da venda de 3P e  
CaaS

### Empréstimo Pessoal

R\$ 226 MM de carteira ativa  
(+2X a/a)

### Cartões Co-branded

renovação da parceria com  
Bradesco

### banQi

6,6 MM de contas (+52%)



## Logística

### Malha Própria

72% de part. das entregas  
do 1P online (+13 pp a/a)

### Fulfillment

início da operação  
21% de part. das entregas  
3P pela Via

### Mar Aberto

+411% quantidade de  
entregas  
+651% receita de frete



## ESG

### SLB

Atendimento da meta de  
adquirir 50% de energia de  
fontes limpas e renováveis

### Programa Reviva

3,5 mil toneladas de  
resíduos destinados para  
reciclagem

### Governança

Membro independente eleito  
como presidente  
Eleição da 1ª mulher a  
compor o CA da Via



## Liquidez

### Geração de Caixa Operacional

R\$ 2,6 Bilhões (+3,6 Bi a/a)

### Alavancagem

estável a/a

### Capital de Giro

95 dias de estoque (-25 dias a/a)

### Trabalhista

abaixo do guidance

### Monetização Créditos

R\$ 2,4 Bilhões monetizados

# Principais Focos de 2023



**Crescimento  
com  
rentabilidade**



**Monetização  
de Serviços**  
  
(Crediário,  
Logística, outros)



**Eficiência  
Operacional  
e Redução de  
Custos**



**Preservação  
de Caixa**

7.041



# Relações com Investidores

**Sérgio Leme**

EVP Supply Chain & IRO

**Gabriel Succar**

Gerente Executivo de RI

**Daniel Morais**

Coordenador de RI

**Larissa Boness**

Analista de RI

Ticker: VAA3 (B3) | VAYY (ADR)

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