

# 2T22

## RESULTADOS VIA

**Roberto Fulcherberguer**  
CEO

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.



# Destaques do Trimestre - 2T22



## Omnicanalidade

- Venda mesmas lojas de +11,8%
- Ganho de market share no 1P core
- Crescimento da receita do 3P de 101% e breakeven da operação



## Logística

- Entregas do marketplace (3P) realizadas pelo Envias já representam 37% (julho/22)
- Fulfillment atinge 16% dos pedidos do Envias



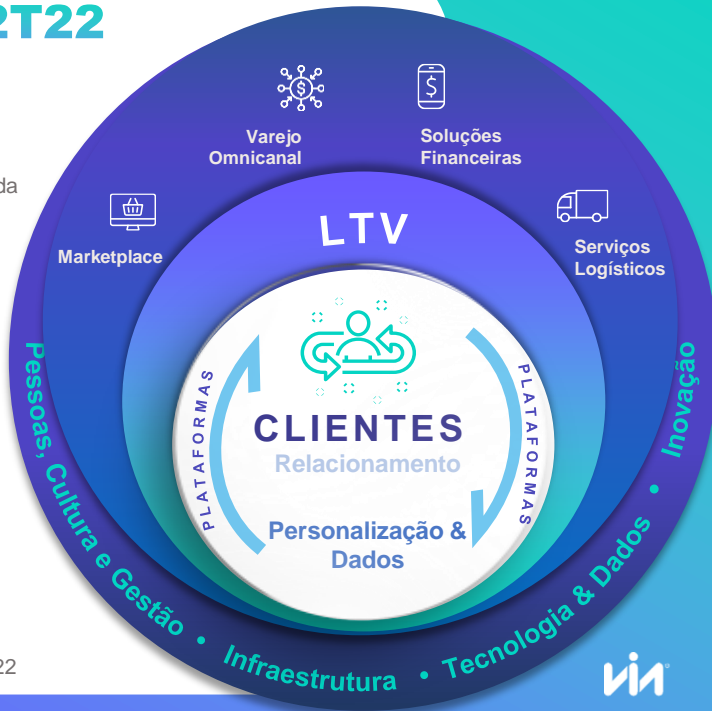
## Soluções Financeiras

- Maior carteira de crediário da história da Via (R\$ 5,6 bilhões) e inadimplência sob controle
- 1 ano de oferta de Empréstimo de Pessoal (R\$ 329 milhões) sem aumento de inadimplência



## Rentabilidade

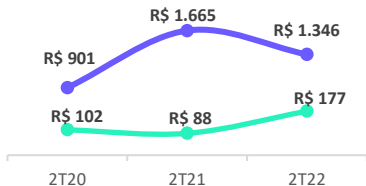
- Margem EBITDA de 9,8%
- 8 trimestres consecutivos de lucro operacional
- Geração de caixa operacional, +R\$ 1,3 bilhão vs 1T22



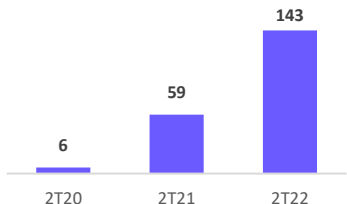
# Escalada do Marketplace

## GMV e Receita 3P – R\$ MM

■ GMV ■ Receita

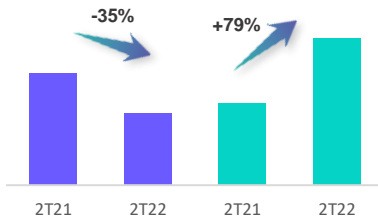


## # Sellers - Mil

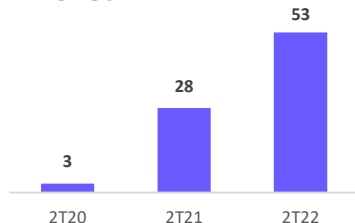


## # Pedidos

■ Core\* ■ Cauda

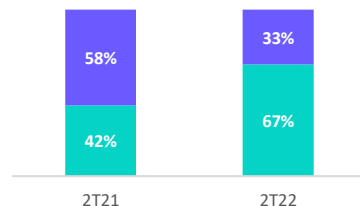


## # SKUs - MM



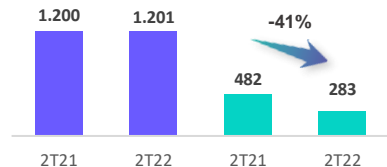
## Share de Pedidos

■ Core\* ■ Cauda



## Ticket Médio – R\$

■ Core\* ■ Cauda



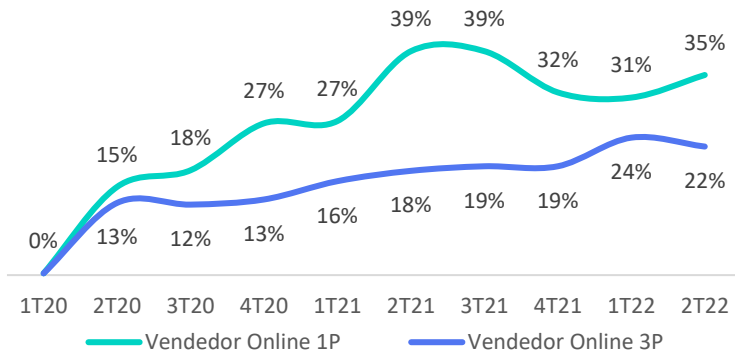
\*Considera (i) Telefones e Celulares, (ii) Móveis, (iii) Eletroportáteis, (iv) Eletrodomésticos, (v) TV e Vídeo

# Vendedor Online

Uma fortaleza omnicanal

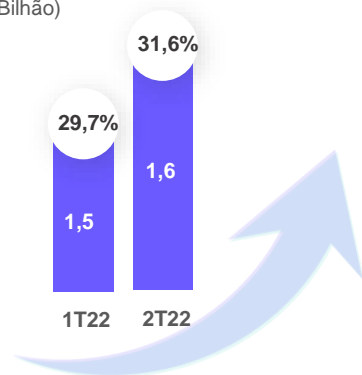


### Part. (%) Vendedor Online



### Part. (%) Vendedor Online

Venda online  
(R\$ Bilhão)



# Abertura de 32 lojas no 1º semestre de 2022



# LOGÍSTICA

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.

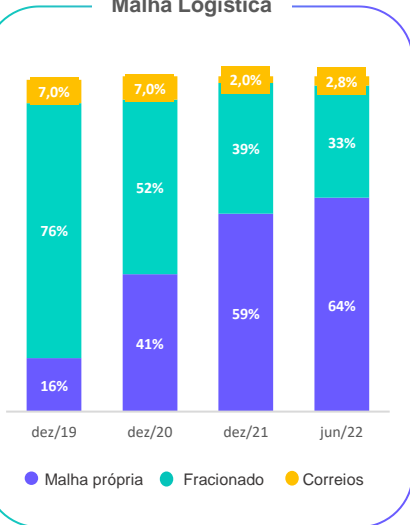


# Logística a serviço da omnicanalidade

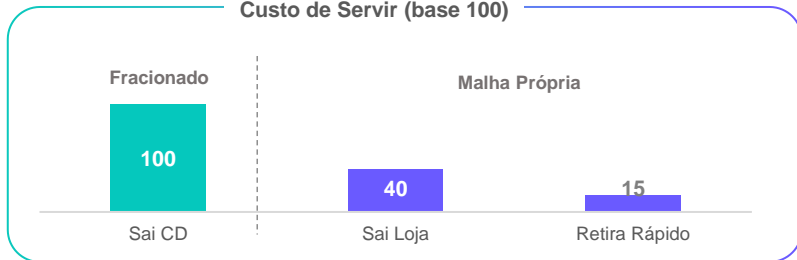


# Omnicanalidade a serviço da logística

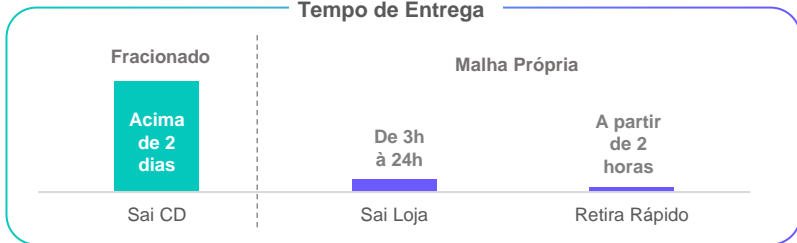
### Malha Logística



### Custo de Servir (base 100)



### Tempo de Entrega

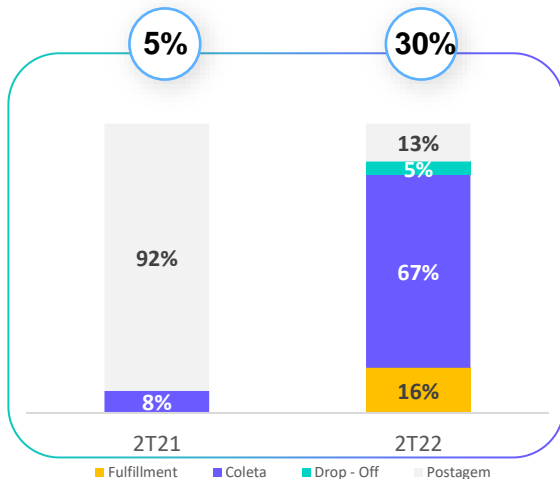


# Envvias

Serviço para sellers de postagem e coleta iniciado em 2021, que em 2022 passou a incluir fulfillment.

- Número de entregas cresceu +670% a/a;
- Entregas do marketplace (3P) realizadas pelo Envvias saíram de 5% no 2T21 para 30% no 2T22 e já estão em 37% em jul/22;
- Participação de coleta no Envvias saiu de 8% para 67% no período 2T22 vs. 2T21;
- Redução da participação da Postagem pelos Correios de 92% para 13% das entregas no Envvias;
- Fulfillment já representa 16% das entregas no Envvias vs. 2% no 1T22.

% sobre total das entregas  
3P e Mix





# SOLUÇÕES FINANCEIRAS

**André Calabro**  
CEO banQi

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.

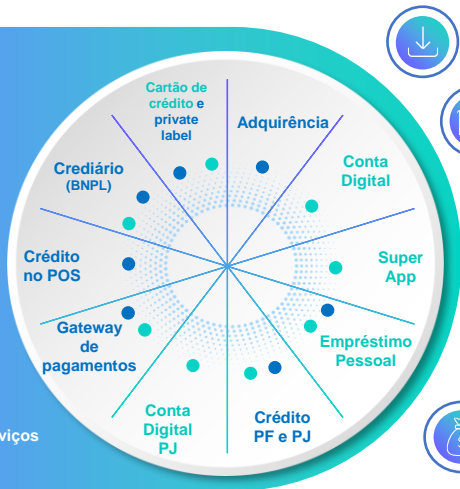


# Plataforma de Soluções Financeiras está dentro e fora do ecossistema Via e segue em expansão



## Frentes de crescimento

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



● ON-US ● OFF-US



**12 MM** de clientes (+32% a.a)



**+ R\$11,7 bilhões TPV** acumulado (+21% a.a)



**R\$ 5,6 bilhões** de crediário (+18% a.a)



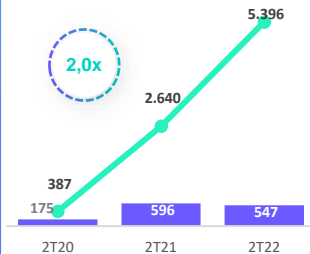
**R\$ 1,5 bilhão** de carnês pagos no app banQi, **20%** dos recebimentos do carnê



**R\$ 329 MM** de Empréstimos Pessoais

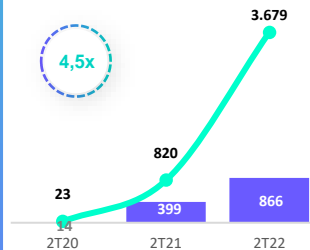
## Abertura de Contas

(# mil)



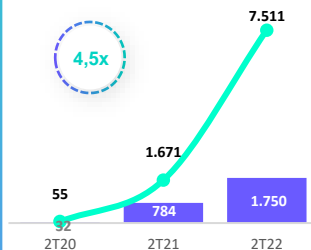
## Total TPV

(R\$ milhões)



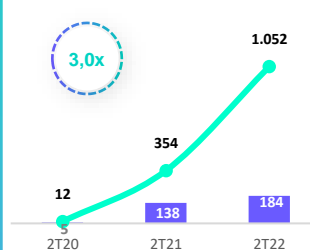
## Total de Transações

(R\$ milhões)



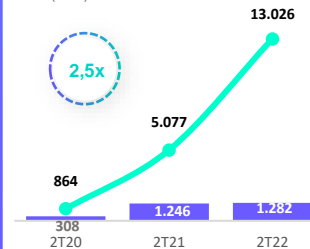
## Transações em Lojas

(R\$ milhões)



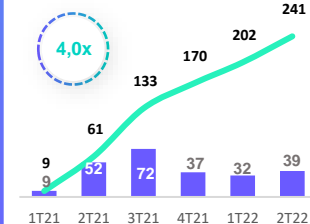
## Downloads App

(# mil)



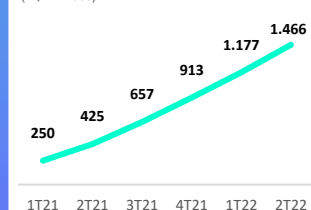
## banQi no e-commerce

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



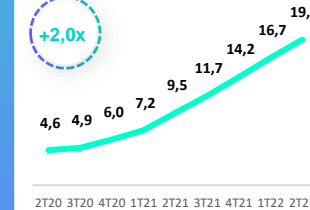
## Pagamento de Carnê no App banQi

(R\$ milhões)



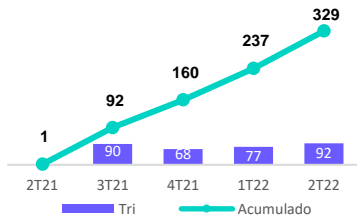
## Frequência de Uso do App banQi

(360 dias)



# 1 ano de oferta de **Empréstimo Pessoal**

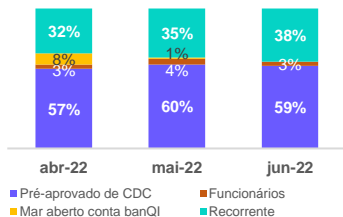
**Produção**  
(R\$ milhões)



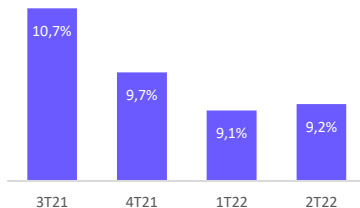
## Evolução Gradativa

- 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;
- Abr/22: Revisão Oferta 2º Empréstimo Pessoal
- Abr/22: Revisão Oferta para clientes pré-aprovados no CDC

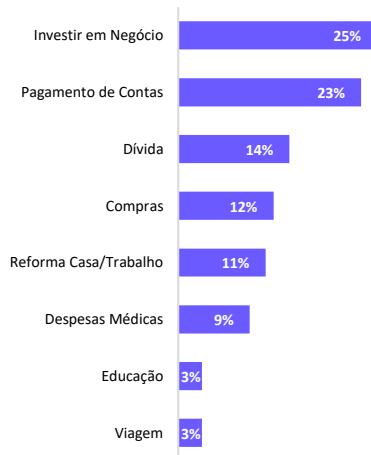
**Mix de Contratos**



## Performance por safra - Over 30



**Motivação do Empréstimo**



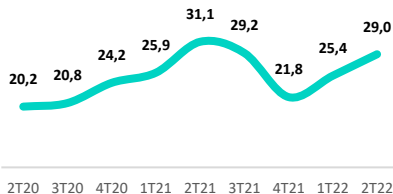
Fonte Via

# Crediário em Loja

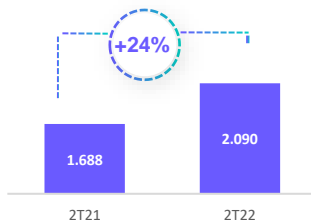


Online  
1P/3P

## Participação do CDC em Loja (% nas vendas offline)



## CDC em Loja – Produção (R\$ milhões)



## Destaques



**Maior 2º trimestre** de produção da série histórica



**Aumento das vendas**  
+R\$ 402 MM vs 2T21

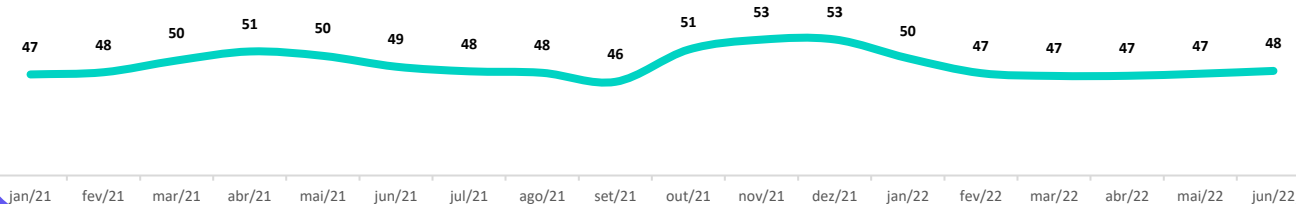


**Aumento da carteira** ativa em 762 MM vs 2T21



**+ 3.6 p.p. na** participação de CDC vs 1T22

## Recorrência dos Clientes – CDC Lojas (% da participação cliente recorrente em 24 meses)

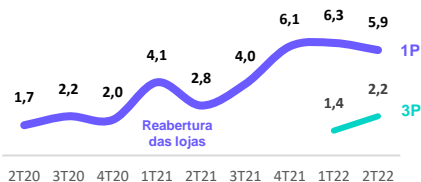


# Crediário Digital

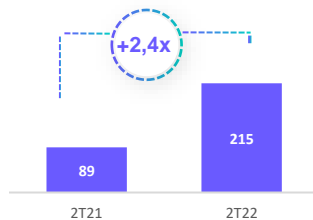


Online  
1P/3P

## Participação do CDC Digital (% nas vendas online)



## CDC Digital – Produção (R\$ milhões)



## CDC no marketplace

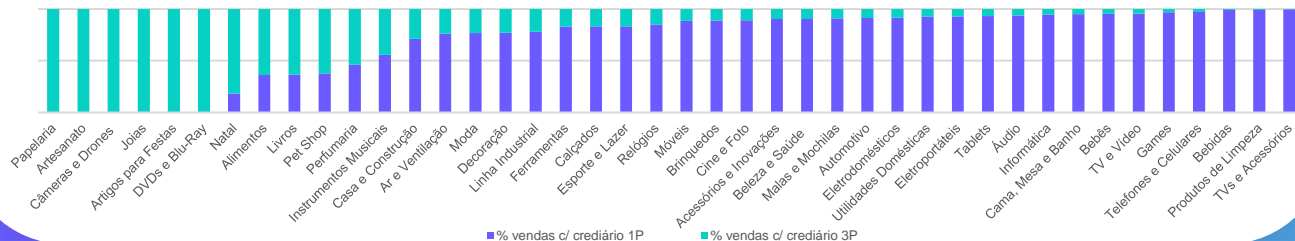


Top sellers habilitados já realizaram vendas



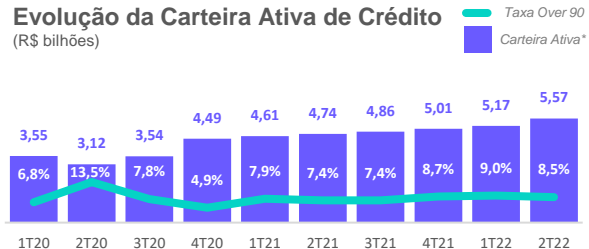
76% dos Sellers habilitados já realizaram vendas

## Crediário trazendo complementariedade de categorias no 1P e 3P



# Crediário | Principais Indicadores

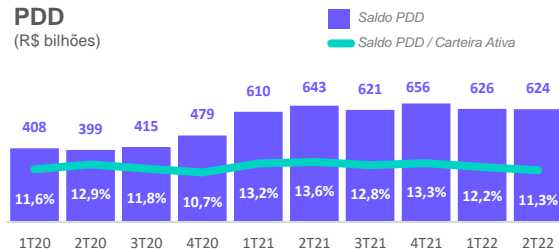
## Evolução da Carteira Ativa de Crédito (R\$ bilhões)



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

## PDD

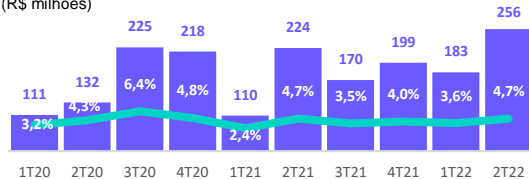
(R\$ bilhões)



Taxa de cobertura sobre a carteira de crediário apresentou redução de 2,3 p.p. vs. 2T21, e redução de 0,9 p.p em relação ao 1T22

## Perda sobre Carteira

(R\$ milhões)



Perda

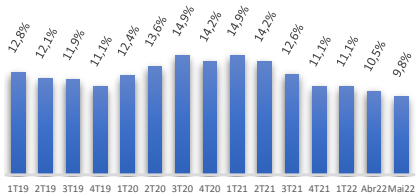
Perda / Carteira Ativa

O nível de perda sobre a carteira ativa se manteve estável em relação ao 2T21. O maior nível em relação ao 1T22 reflete a sazonalidade da operação, conforme pode se observar no histórico do gráfico.

# Crediário | Indicadores Macroeconômicos

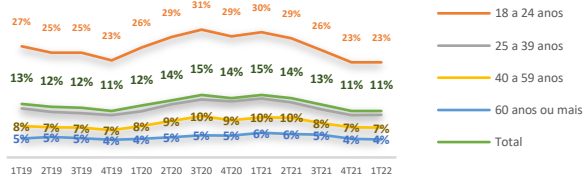
## Índice de Desemprego

(Fonte: IBGE)

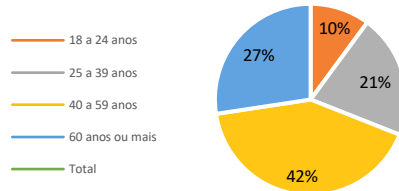


## Desemprego por Faixa Etária

(Fonte: IBGE)

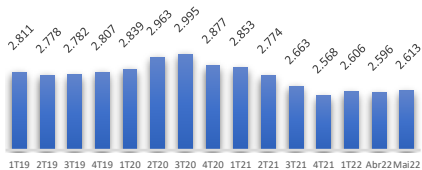


## Público Via - Crediário



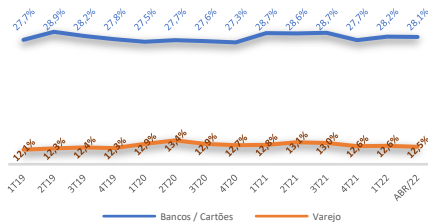
## Rendimento Médio R\$

(Fonte: IBGE)



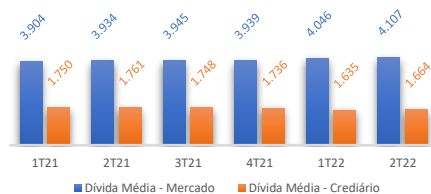
## Inadimplência por Setor

(Fonte: Serasa)



## Dívida Média - Inadimplentes

(Fonte: Serasa e Via)





ESG

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.





## AMBIENTAL

### ICO2B3

#### Redução de emissão

- 2T22: 10 veículos elétricos na frota para entregas de última milha
- 78,5 mil km percorridos
- Economia de 37 toneladas de emissão de CO2



#### Programa de Reciclagem Via – REVIVA

- Mil toneladas de resíduos destinados para a reciclagem
- Beneficiamos 12 cooperativas parceiras e diminuimos o impacto ambiental
- 500 coletores de eletroeletrônicos distribuídos nas lojas do grupo
- Mais de uma tonelada de eletroeletrônicos enviadas para descarte e reciclagem



#### Marketplace Social

- A Casas Bahia passou a oferecer frete grátis em seu e-commerce sustentável, em parceria com a Pangeia
- A medida pretende apoiar o desenvolvimento do negócio de pequenos produtores, como povos originários da Amazônia, cooperativas rurais, florestais e artesãos



## SOCIAL

### FUNDAÇÃO CASAS BAHIA

- Renovação de parcerias para realização de iniciativas de estímulo à geração de trabalho e renda para microempreendedores: G10 Favelas, Instituto Donas de Si e Instituto Jô Clemente
- Lançamos a Gincana Agente+, com a campanha de inverno e alimentos, para engajar os colaboradores das lojas ao voluntariado



- Curso de Educação Financeira, em parceria com a B3, disponível gratuitamente no site de RI da Via
- As aulas são divididas em 5 módulos que proporcionam um aprendizado dinâmico e completo



## DIVERSIDADE



### Acessibilidade Digital

- Hand Talk, plataforma de comunicação por libras, nos sites e apps da Casas Bahia, Ponto e Extra.com.br, além do Via RI, Via Carreiras e Via Marketplace



### Reconhecimento – Selo Equidade BR

- Um dos melhores lugares para as pessoas LGBTQIAP+ trabalharem, segundo pesquisa Equidade BR2022, desenvolvida pelo Human Rights Campaign (HRC)
- O selo é um programa global de igualdade no local de trabalho



## GOVERNANÇA



### Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção

- Adesão ao Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção. Movimento coordenado pelo Instituto Ethos
- Com essa iniciativa, reforçamos nosso compromisso com as práticas anticorrupção, ética, transparência e integridade de todos que se relacionam com a Companhia

# Destques Financeiros

**Padilha**

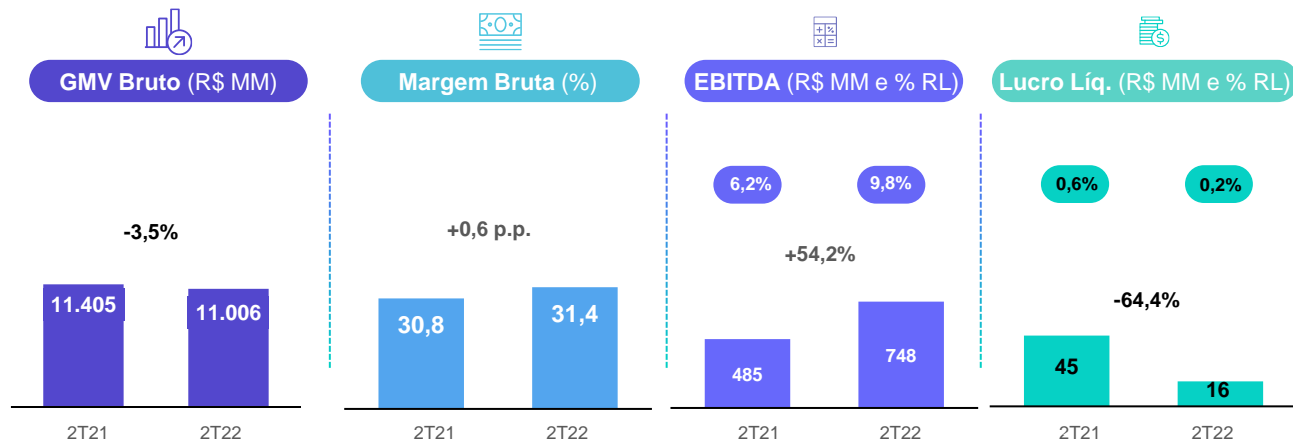
CFO e Diretor de RI

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.



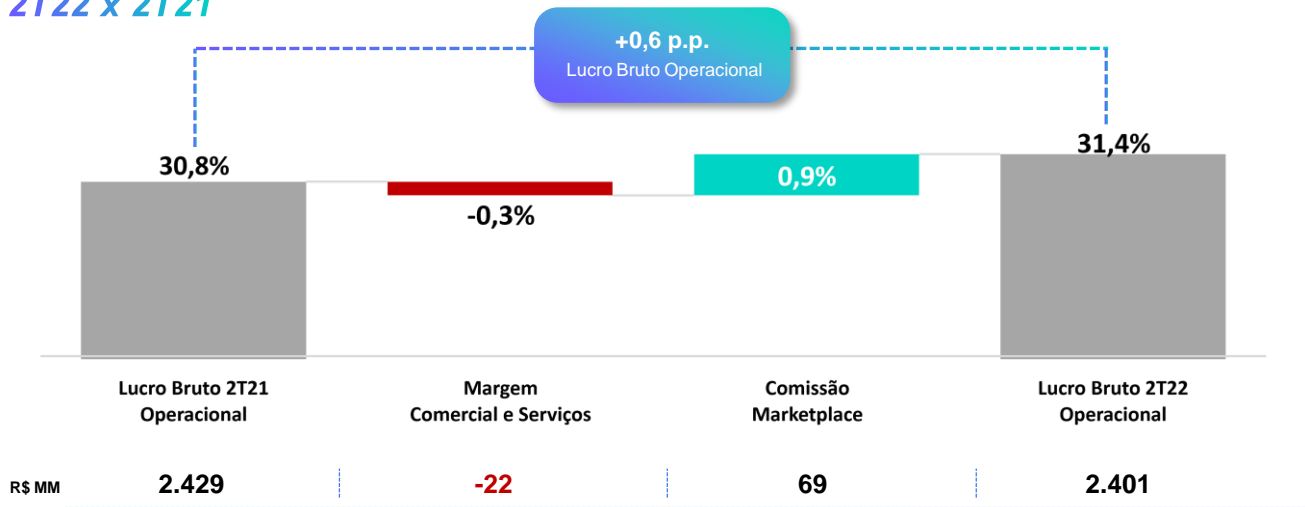
# Resultado Operacional

## 2T22 x 2T21



# DRE Operacional – Bridge Lucro Bruto

## 2T22 x 2T21



### Margem Comercial e Serviços

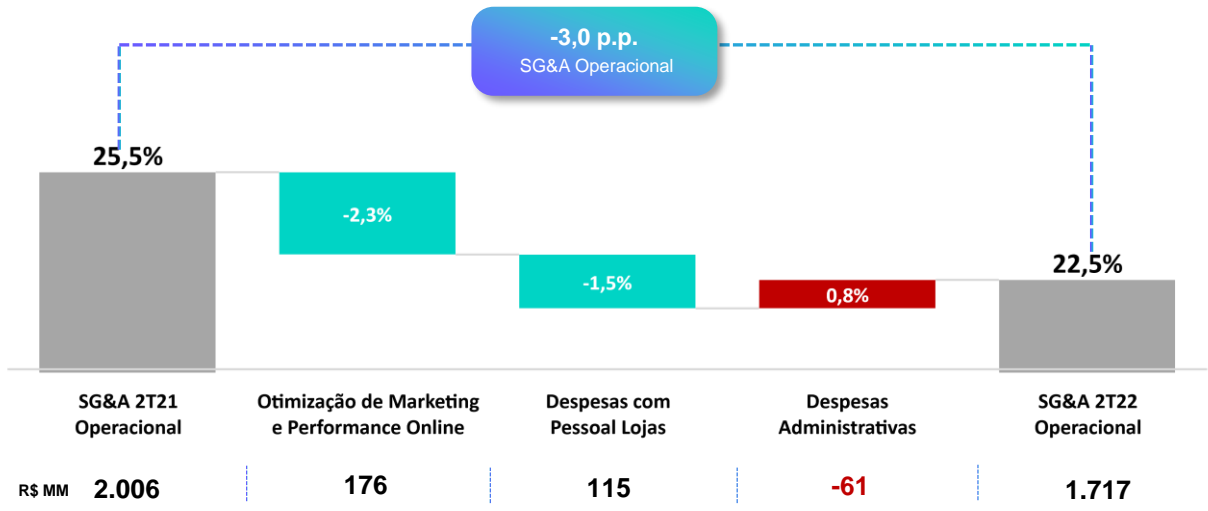
- Estabilidade na margem comercial e ganho em Serviços;

### Comissão Marketplace

- Comissão Marketplace: aumento do take rate de 5,3% para 13,2% (vs 2T21).

# DRE Operacional – Bridge Despesas

## 2T22 x 2T21



### Otimização de Marketing e Performance Online

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

### Despesas com pessoal - Lojas

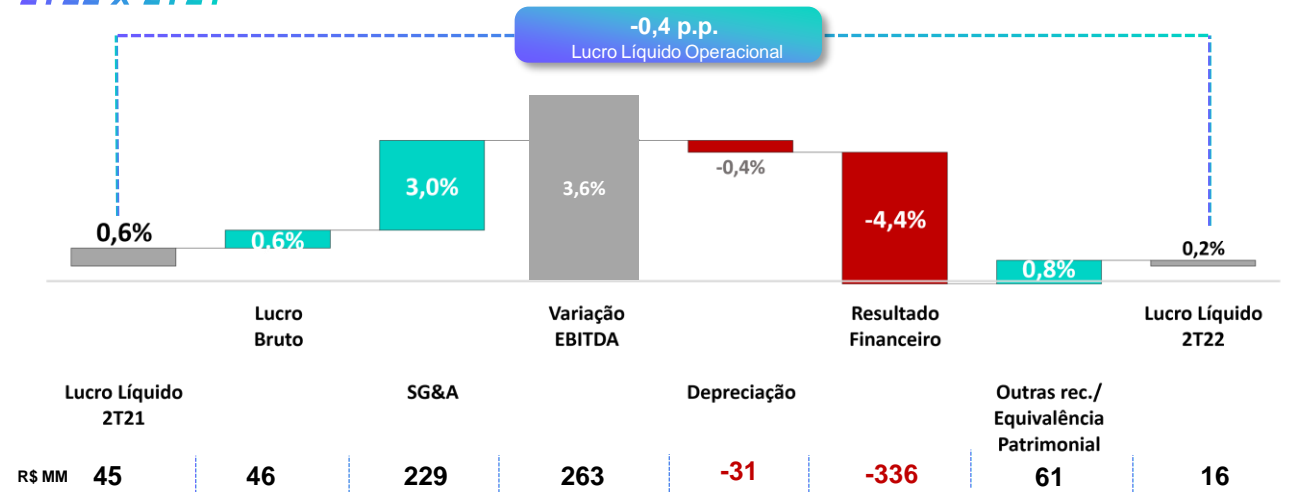
- Maior ganho de produtividade com vendedor e menor volume de entradas de novos processos trabalhistas;

### Despesas administrativas

- Maior investimento com despesas de pessoal de tecnologia.

# DRE Operacional - Bridge Lucro Líquido

## 2T22 x 2T21



### SG&A

- ganho de 3,0 p.p.

### EBITDA Operacional

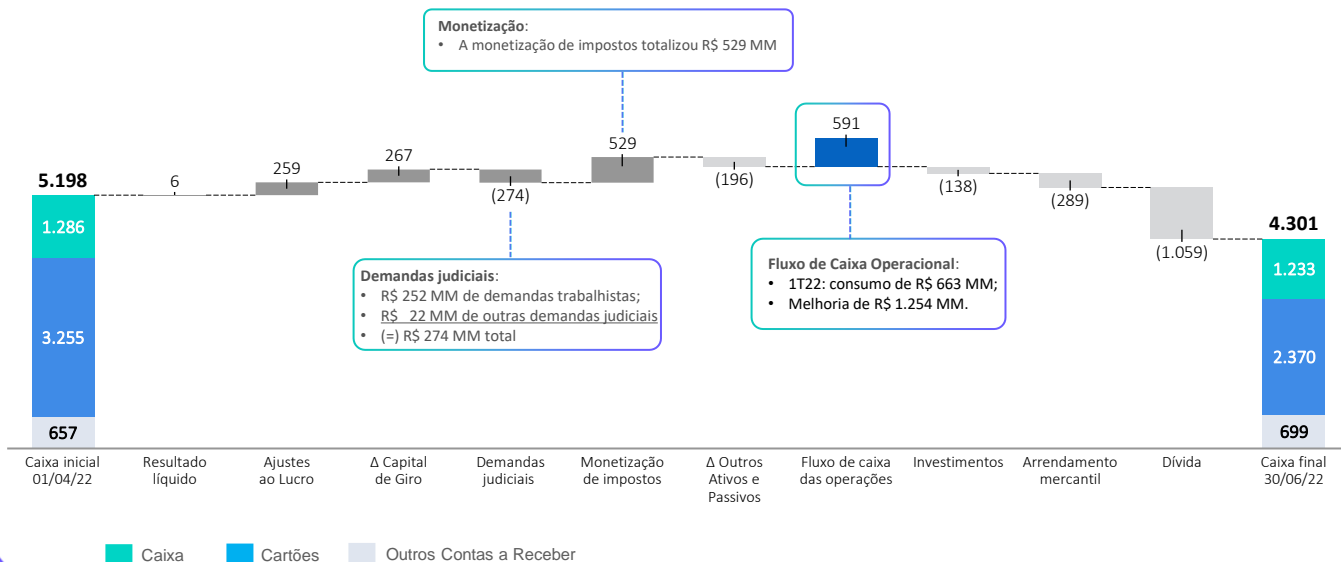
- R\$ 748 milhões e margem de 9,8% (R\$ +263 milhões e +3,6 p.p. vs 2T21);
- Trimestre marcado pelo aumento de rentabilidade para fazer frente ao impacto do aumento dos juros na despesa financeira;

### Resultado Financeiro

- -4,4 p.p. e R\$ -336 milhões;
- Aumento dos gastos referente ao custo financeiro em função do forte aumento da SELIC.



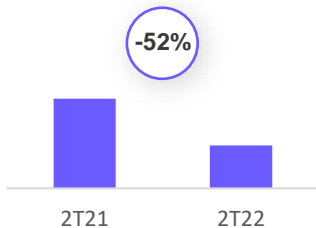
# Fluxo de Caixa 2T22 (R\$ MM)



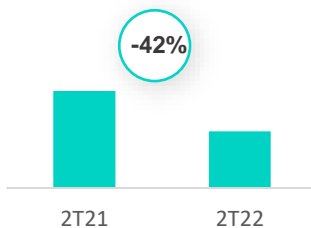
# Indicadores Gerais

## Demandas Trabalhistas

### Entradas de Processos

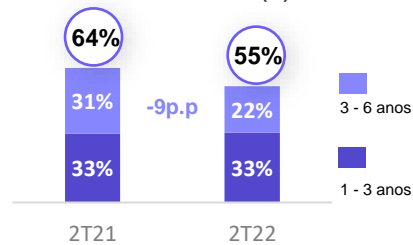


### Pagamentos



### Aging

Processos mais caros (%)



### Plano de Ação/Estratégia

#### Seguimos a estratégia definida:

- Eliminação dos riscos operacionais;
- Melhor estruturação do jurídico contencioso – melhor estratégia e condução;
- Melhoria na condução da defesa dos novos processos;
- Defesa em qualquer fase do processo;
- Aprimoramento da esteira de defesa com possibilidade de defesa parcial;
- Ação proativa em liquidar algumas ações de mais caras com deságio.

### Resultados do 2T22

#### Saídas de caixa:

- R\$ 169 milhões por condenações (por decisão da justiça trabalhista);
- R\$ 83 milhões em acordo (por decisão da Via);
- R\$ 252 milhões total de saída de caixa.

#### Despesas do 2T22:

- Total de entradas 52% menor que 2T21;
- R\$ 192 milhões abaixo de 2T21.

### Projeção

(Fato relevante – nov/21)

#### Previsto para 2022:

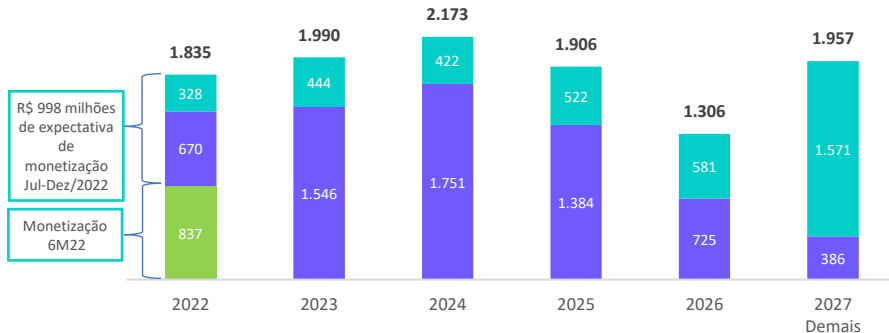
- Caixa: entre R\$ 1,5 e R\$ 2,0 bilhões;
- Resultados: entre R\$ 0,9 e R\$ 1,0 bilhão.

#### Caixa & Despesas do 6M22 vs Guidance para 2022:

- Estamos dentro dos intervalos do guidance.

# Monetização de Créditos

## Plano de monetização



### Total de créditos

R\$ 6.462 de impostos Federais e Estaduais sobre venda  
 R\$ 3.379 de impostos Federais sobre resultado  
 R\$ 9.841  
 R\$ 489 de créditos não reconhecidos  
**R\$ 10.330 TOTAL**

- Monetização 6M22
- Monetização de impostos Federais e Estaduais sobre vendas
- Monetização de impostos Federais sobre resultado

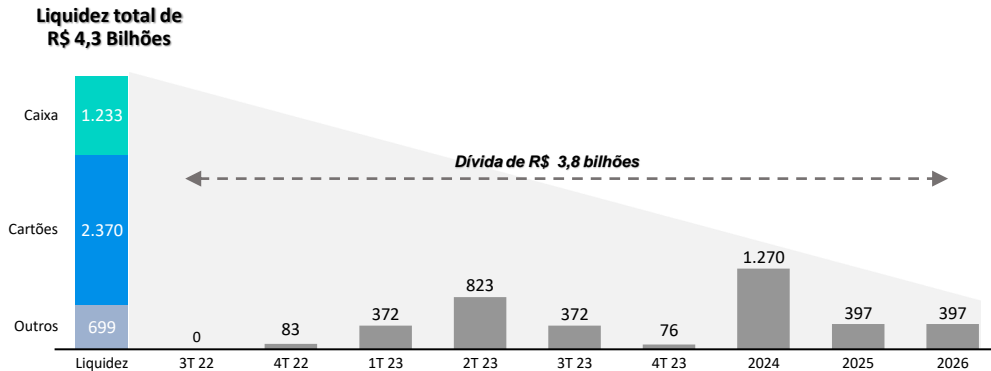
## Estratégia de monetização

- Contínuo crescimento das receitas e rentabilidade;
- Cumprimento de obrigações burocráticas para habilitar créditos (dar liquidez);
- Inteligência logístico-tributária na compra e armazenagem de produtos;
- Inteligência artificial e algoritmos utilizados para ganho de eficiência na compra/estocagem;
- Venda, quando viável, de créditos.

## Resultados do 6M22

- Monetização 1T22 R\$ 308 milhões
- Monetização 2T22 R\$ 529 milhões

# Dívida e Cronograma de Amortização



- No 2º trimestre de 2022, o caixa incluindo recebíveis não descontados totalizou R\$ 4,3 bilhões;
- Dívida de R\$ 3,8 bilhões;
- Pagamento da 5ª emissão de debênture (custo de CDI+4,25% a.a.) e início do processo de emissão de CRI que teve conclusão em Agosto, com captação de R\$ 400 milhões;
- Custo médio da Via passa de CDI+2,5% a.a. para CDI+2,1% a.a.

Obs.: gráfico não considera emissão de CRI dado que a conclusão da captação ocorreu no 3T22

# Considerações Finais

**Roberto Fulcherberguer**  
CEO

Para você,  
onde, quando  
e como quiser.



# Foco em Crescimento Sustentável e Rentabilidade

	2T19	2T22	Crescimento 2T19 vs 2T22
GMV Total LTM (R\$ Bi)	31,7	44,5	+40% ↑↑↑
GMV online (%)	19%	50%	+31 p.p. ↑↑↑
Sellers 3P (Mil)	5	143	+29 X ↑↑↑
SKUs 3P (MM)	2,0	53,0	+27 X ↑↑↑
Carteira de Crediário (R\$ Bi)	3,5	5,6	+60% ↑↑↑
Entregas em 24h (%)	7%	40%	+33 p.p. ↑↑↑
NPS	70	77	+7 p.p. ↑↑↑

7.041



# Relações com Investidores

**Padilha**  
CFO e DRI

**Gabriel Succar**  
Gerente Executivo de RI

**Daniel Morais**  
Coordenador de RI

**Larissa Boness**  
Analista de RI

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