

INVESTOR DAY

2021

DISCLAIMER

INVESTOR DAY 2021

Esta apresentação pode conter informações sobre eventos futuros. Tais informações não seriam apenas fatos históricos, mas refletiriam os desejos e as expectativas da direção da companhia. Os resultados e desempenhos efetivos podem diferir substancialmente das declarações prospectivas, devido a um grande número de riscos e incertezas, incluindo, dentre outros, os riscos descritos no Formulário de Referência arquivados no site de Relações com Investidores da Companhia e na CVM.

As declarações contidas nesta apresentação referente a perspectiva dos negócios da Companhia, potencial de mercado e de crescimento da Companhia constituem-se em meras previsões e foram baseadas nas crenças, intenções e expectativas da Administração em relação ao futuro da Companhia. Estas expectativas são altamente dependentes de mudanças do mercado, do desempenho econômico da economia brasileira, da indústria e dos mercados internacionais e, portanto, estão sujeitas a mudanças.

Esta apresentação está atualizada até a presente data e a Via Varejo não se obriga a atualizá-la mediante novas informações e/ou acontecimentos futuros

INVESTOR DAY 2021

O CLIENTE VIA
Ilca Sierra

MARKETPLACE VIA
Helisson Lemos

SOLUÇÕES FINANCEIRAS VIA
André Calabró

LOGÍSTICA VIA
Fernando Gasparini

INOVAÇÃO E NOVOS NEGÓCIOS VIA
Helisson Lemos

PESSOAS & CULTURA VIA
Rosi Balabram

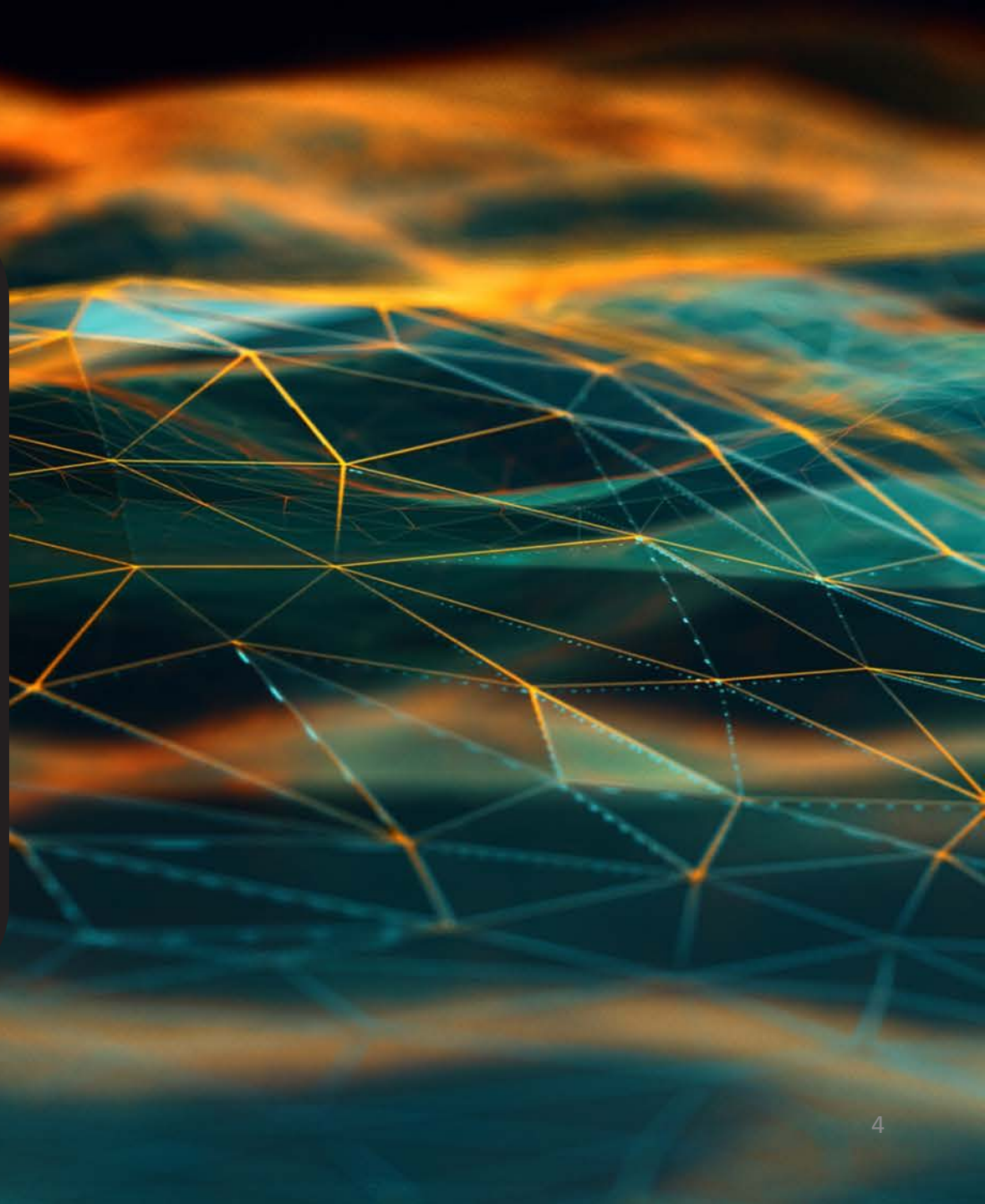
ESG VIA
Amanda Ferreira e Vanessa Romero

VIA 2025
Orivaldo Padilha e Roberto Fulcherberguer

INVESTOR DAY
2021

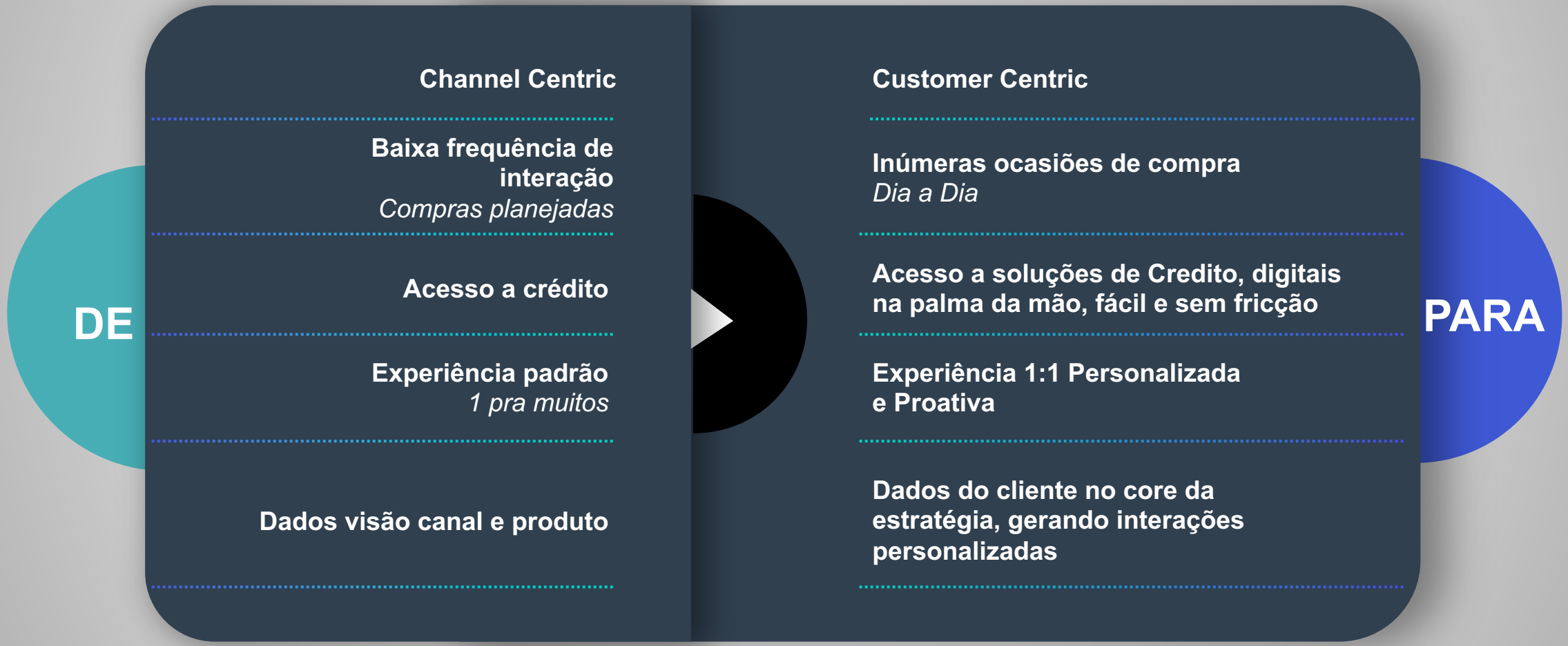
O CLIENTE VIA

ILCA SIERRA



A Grande Virada para customer centricity

INVESTOR DAY



Destravando crescimento

INVESTOR DAY

Aumentando a base ativa de clientes

Aumento da fidelização, ancorado no aumento de LTV

Melhoria contínua da experiência


Base de Clientes Via
97.000.000

Customer Centric

Um novo mindset com cliente no centro

Data driven

30+

indicadores utilizados para **CX**

- **NPS** e base ativa de clientes como metas corporativas



Customer Centric

Mudança de patamar

INVESTOR DAY

Modernização na Captura de Dados

NPS
+11p.p
Importante **ferramenta de gestão**

Ampliação de Quantidade de Jornadas

Permitindo mapear inúmeras situações do cliente e atuar mais cirurgicamente onde e como quisermos

Criação de Comitê de Cliente

Para atuação na loja física, atuando nível regional, filial e com a granularidade de atuação necessária

First Call Resolution
Melhora de +20p.p

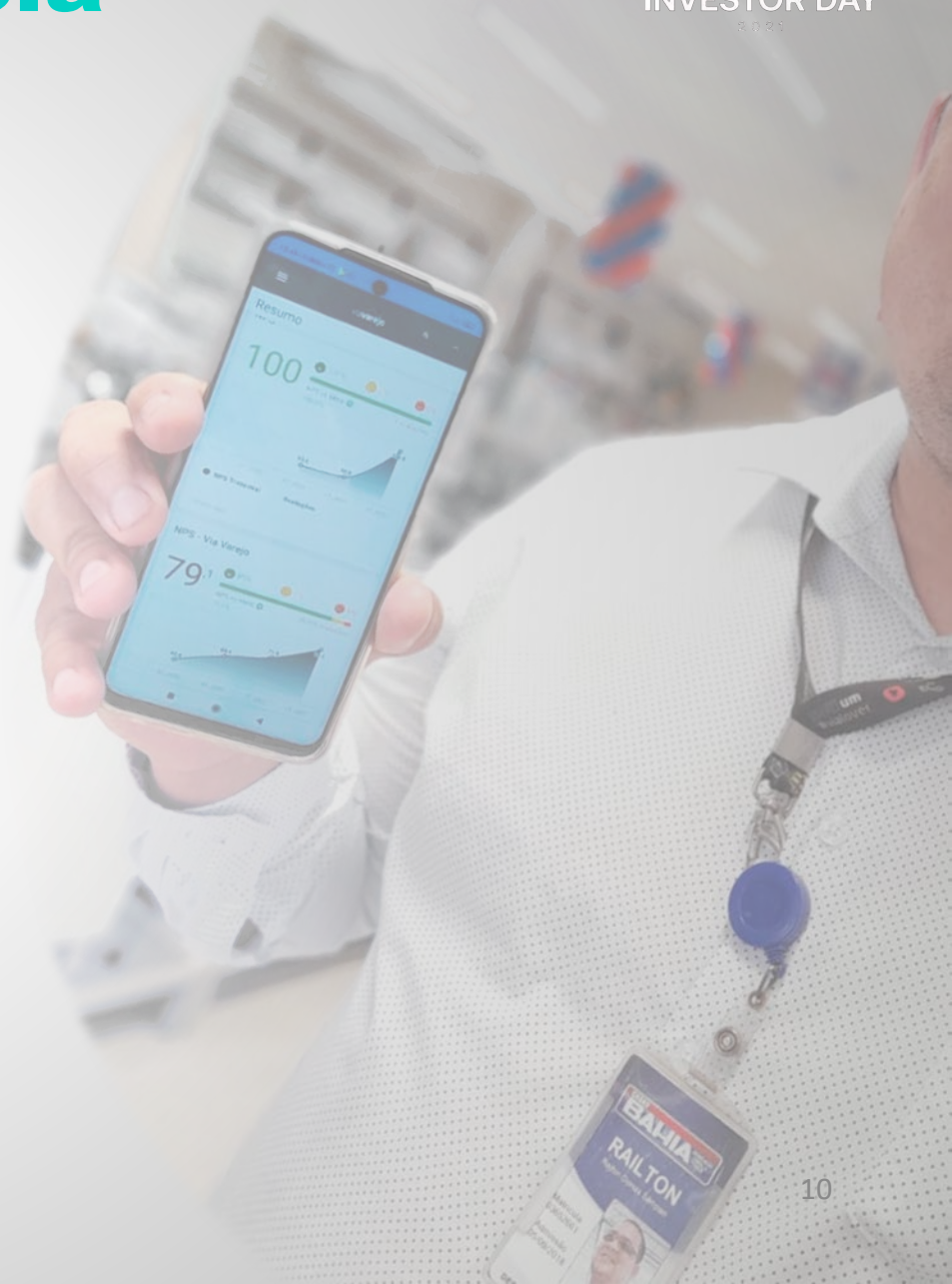
WhatsAPP participando com **65%** e operando 24x7 por semana

Grande Evolução na experiência do cliente

INVESTOR DAY

Evolução do Net Promoter Score

	Jan 20		Mar 21
Via	62	+11 p.p.	73
Online	61	+12 p.p.	73
Lojas Físicas	63	+ 9 p.p.	72



Reorganizando o time

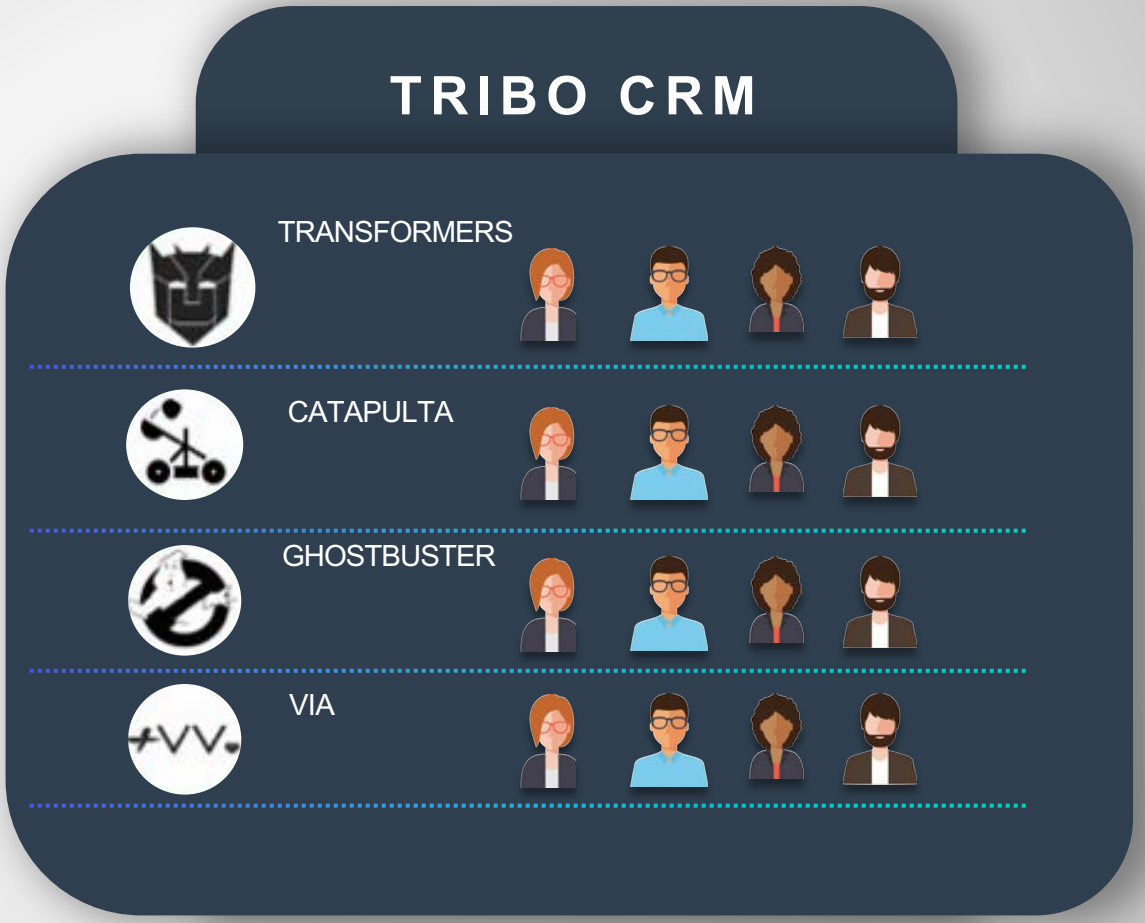
Gerando resultados consistentes

+ 70% na taxa de conversão dos canais proprietários

Chama no ZAP

Redução de CAC

Melhoria constante nos indicadores de conversão



Cada time focado na em uma etapa do clico de vida do cliente

Mudança de patamar nas redes sociais

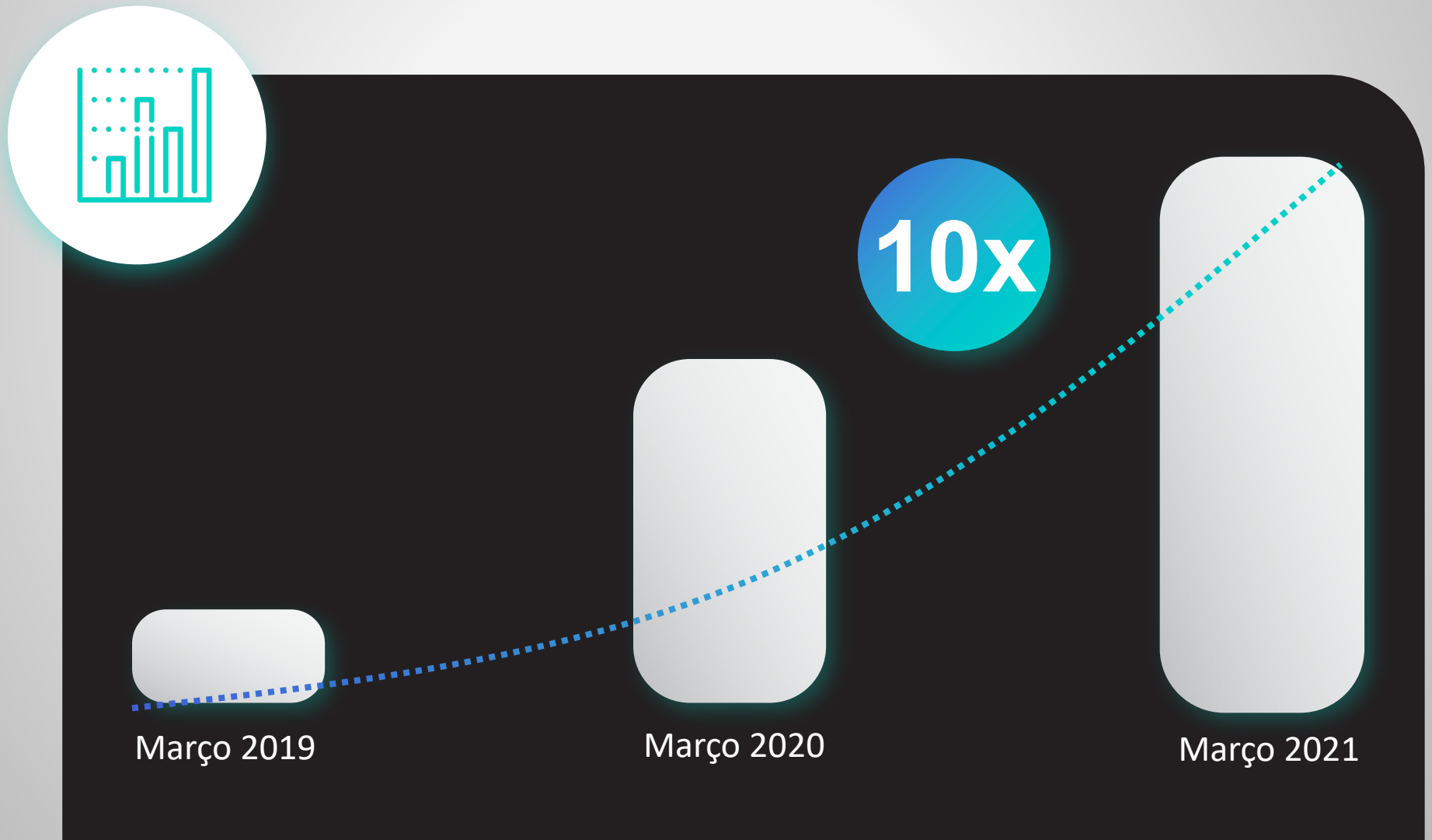


Fonte: Social Bakers, dados 4T2020

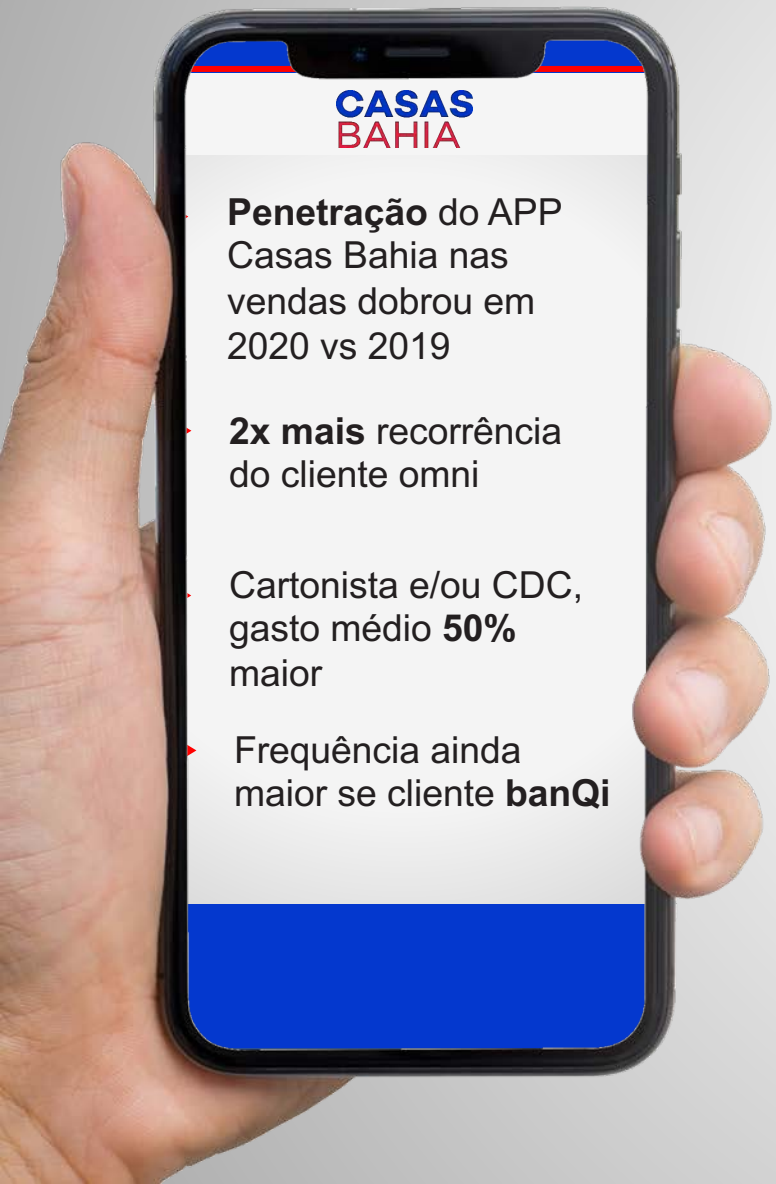
Forte aceleração do MAU em 24 meses

INVESTOR DAY

Montlhy active users



Cliente omnicanal gasta até 2,3x mais

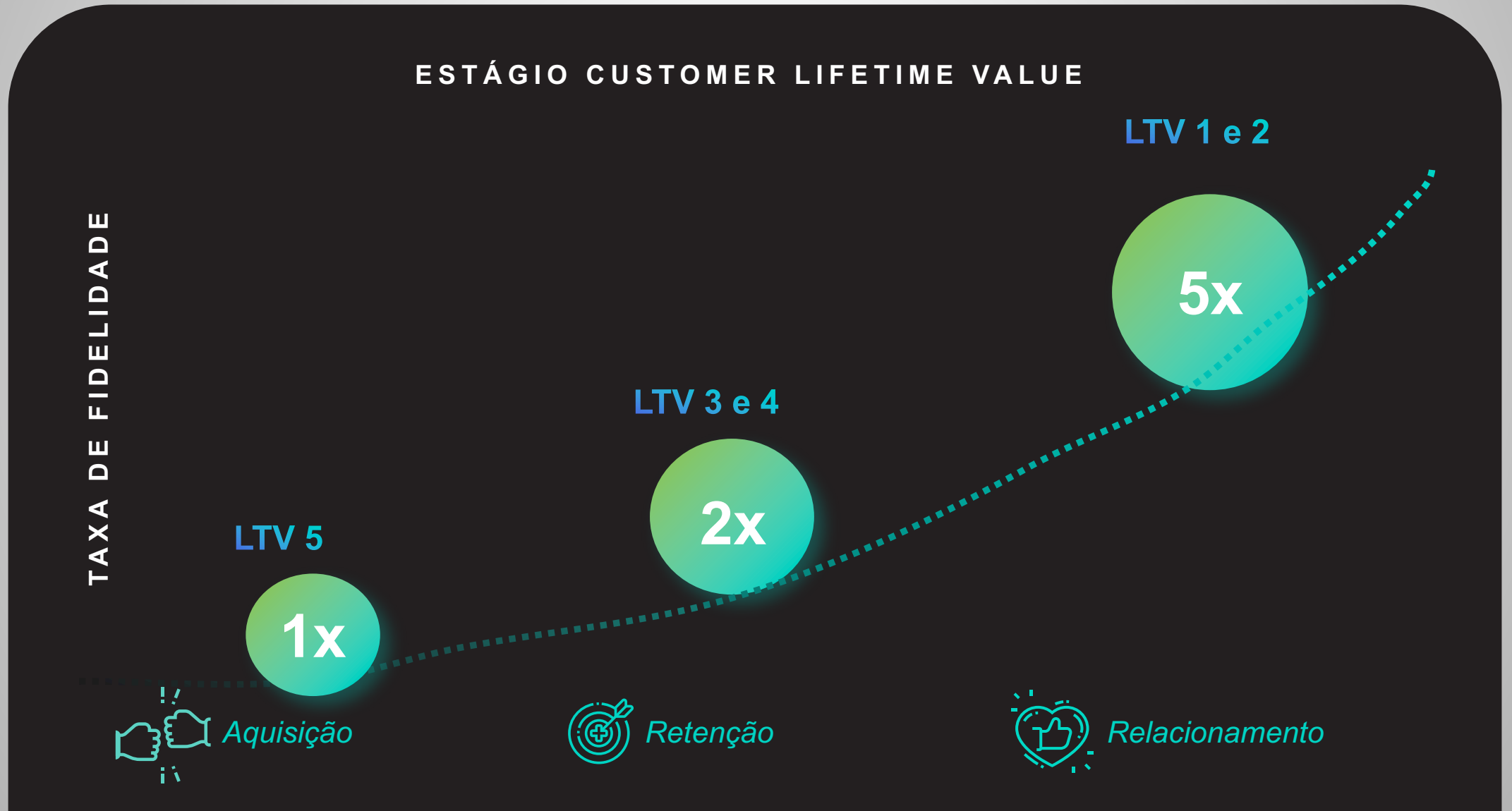


E-Commerce
R$1,246

Lojas
R$1,327



Quanto mais engajado, maior o LTV



Quem é o cliente fiel da Via ?



1ª compra offline

2ª compra offline + outra categoria

3ª compra offline + 1ª experiência online

Compra de **recorrência** + 1ª compra de **Marketplace**

Gasto médio/ano	*Frequência/ano*	*Omnicanalidade*	*Participação de Serviços Financeiros**
+4,2x	4x	60%	60%

*Cartão ou CDC ativo

Melhora das notas nos APPs

Aplicativos de nossas 3 bandeiras com as melhores avaliações dos usuários



4,8

4,7

4,7

4,7

4,6

4,3

Fonte: Play Store abr/21

CB Play importante ferramenta de fidelização

O número de downloads do app de Casas Bahia, nos primeiros 30 dias de lançamento aumentou **~50%**

O programa que já nasce com milhões de cientes

É grátis, sem assinatura

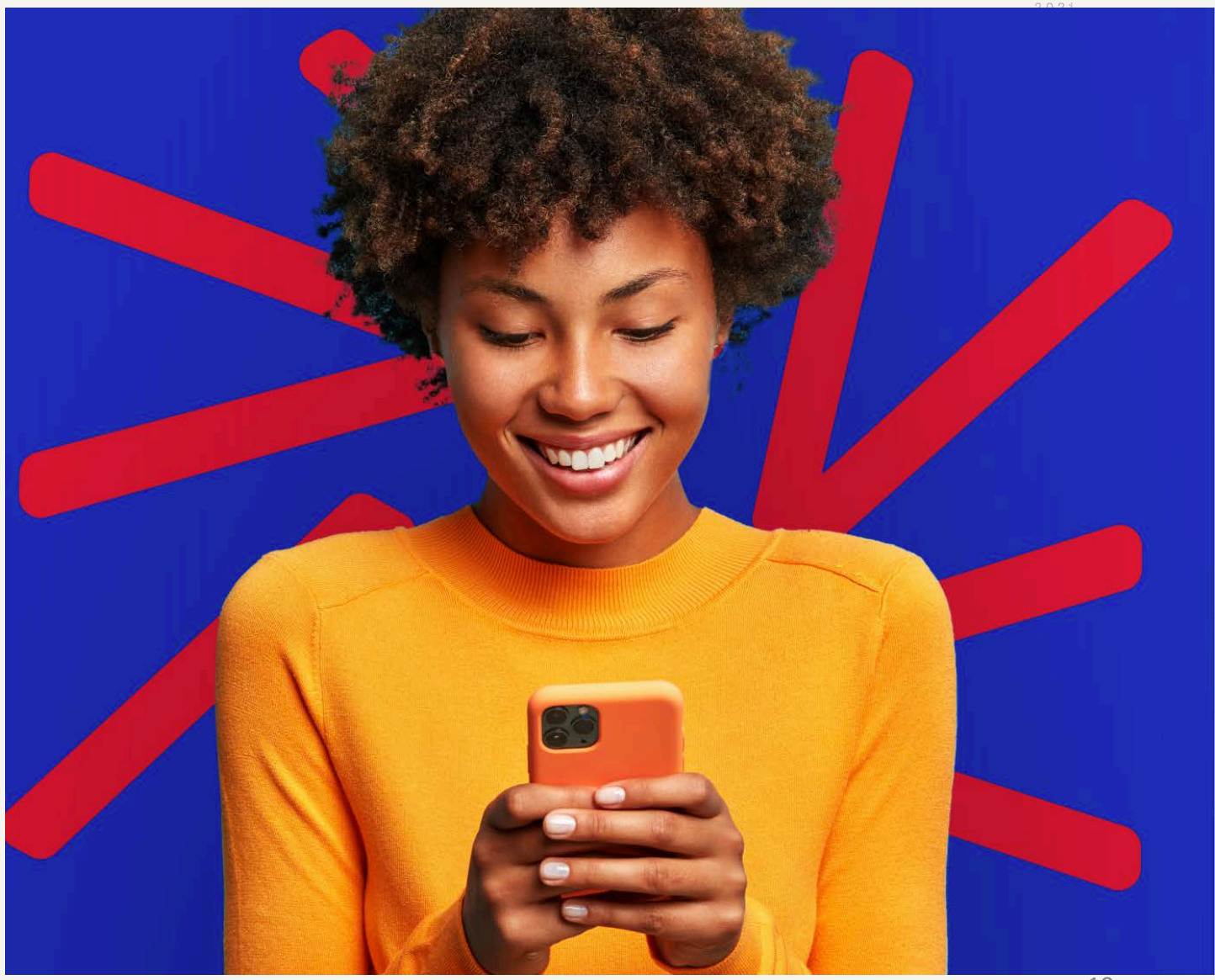
Conversão
do app apresentou melhora de **42%** vs. mês anterior





É vantagem pra todo lado.

Previsão de lançamento no 3T21



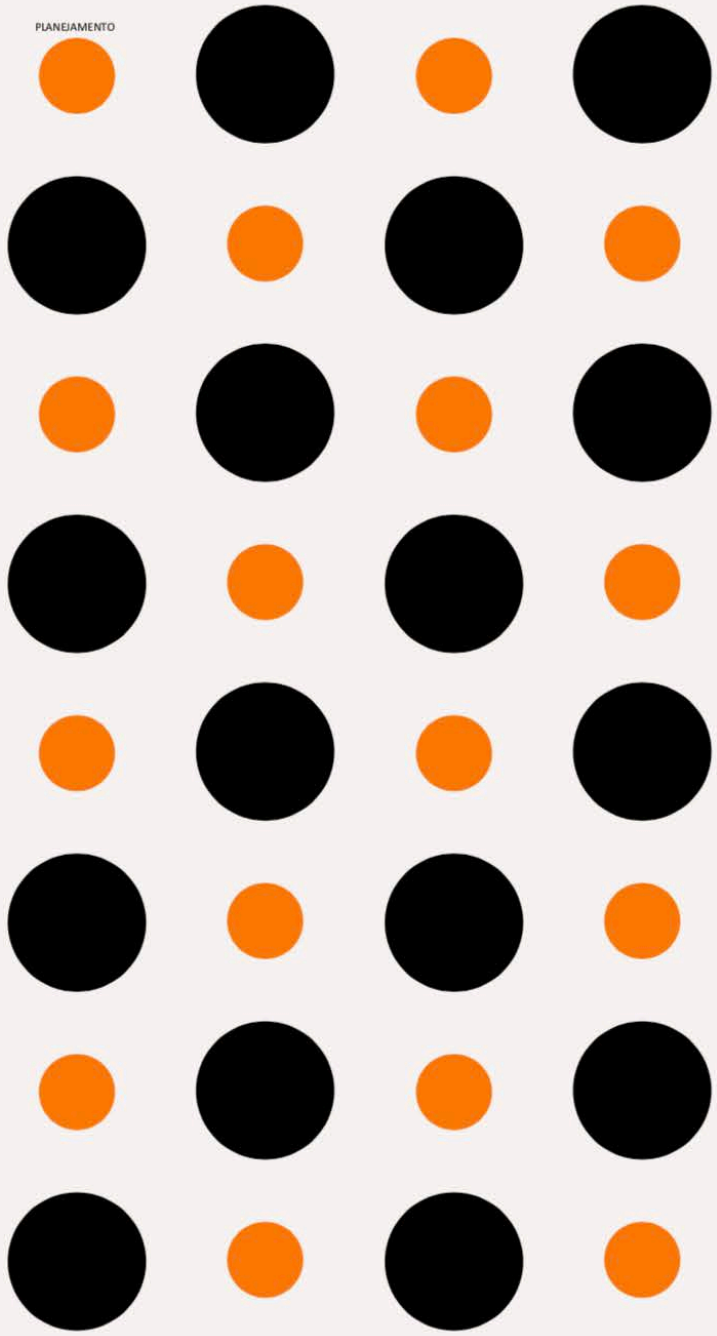
Benefícios para os clientes refletem a taxa de fidelidade

INVESTOR DAY 2021

Entretenimento	Uma montanha de entretenimento de graça para quem é VIP, com o Casas Bahia Play.
Frete	Benefícios de entrega para o cliente receber tudo. Sem pagar ou até mesmo mais rápido.
Descontos	Descontos nos produtos que os clientes mais querem. Cupons de celebração e muito mais.
Parceiros	Os serviços da Casas Bahia com descontos exclusivos que só quem é VIP tem.
Atendimento	Atendimento VIP 24x7, troca rápida e muito mais!
Serviços	As melhores marcas conectadas com os melhores clientes. Isso é ser VIP Casas Bahia.

Direto ao ponto:

com ponto de vista + irreverência + tecnologia



Pontofrio **agora é Ponto.**

Resumo estratégico

Pontofrio
agora é Ponto.

Diferente das outras em
atitude e em entregas

melhor da tecnologia
(sortimento e especialidade)

digital
(ambiente e transparência)

Comunicação
DIGITAL FIRST
Narrativa, linguagem inspiração e (re)descoberta









Mudança da marca com virada das 160 lojas em um único dia.



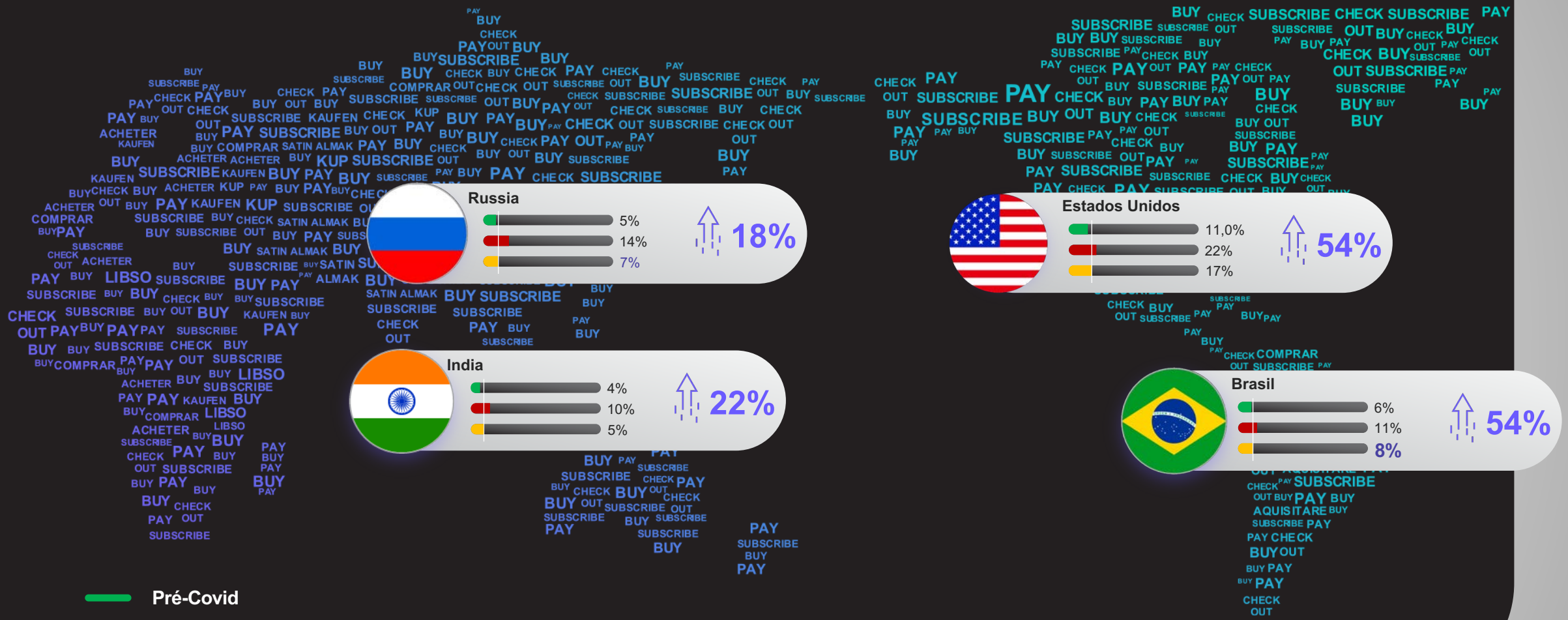
INVESTOR DAY
2021

MARKETPLACE VIA

HELISSON LEMOS



Mercado brasileiro ainda tem muito para crescer



Fonte: Mastercard Economics Institute Estimates
de 31/01/2021





Sortimento

+

Amplitude de categorias

+

Consumo repetitivo

=

Maior Lifetime Value

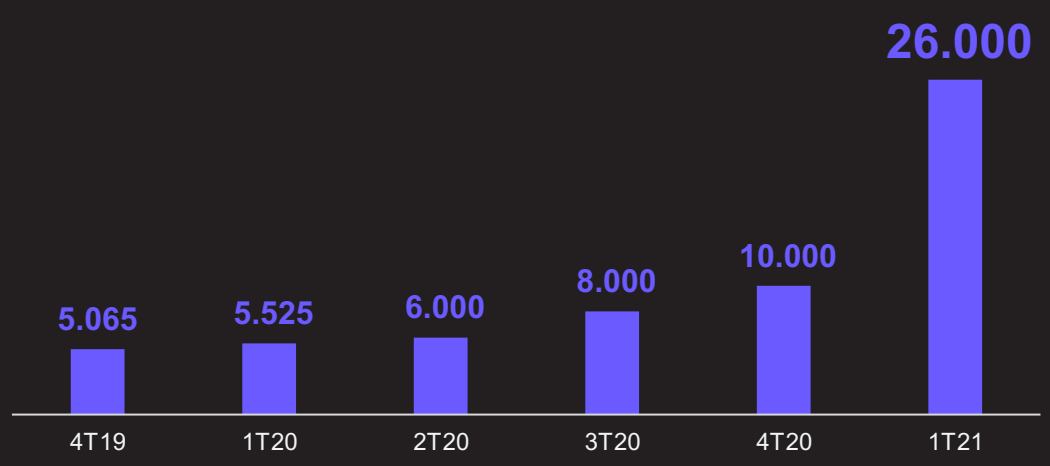
Varejo Transacional

Varejo Relacional

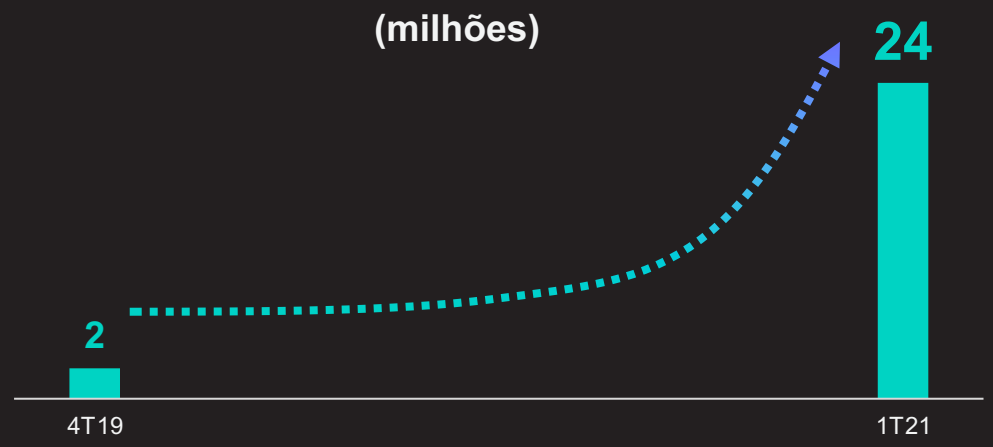
Marketplace Via:

Decolando em 2021

Evolução



Evolução SKUs



Marketplace Via:

Decolando em 2021



Amplitude de Categorias



Origem dos Produtos e Conformidade dos Sellers



Capilaridade da Oferta



Controle do Pós-venda



Criação de Estrutura interna dedicada especialmente para o MarketPlace



Visão financeira Integrada (1P+3P)



Inclusão de meta de GMV para o Marketplace no Painel de Bônus

DESTRAVAR



GERAR

Vantagens competitivas

Destravando ativos estratégicos da Via a favor do Marketplace já a partir de 2021

1. Base de Clientes

- Base robusta de 97 milhões de clientes com 22 milhões ativos. Aumento de 50% no número de novos clientes em 2020.
- Base com forte penetração na classe média brasileira e em 2020 teve aumento importante nas faixas de maior renda e mais jovem.
- A Via é POP! Omnicanalidade no Brasil de verdade, sem bandeiras e sem preconceitos.

2. Marcas

- Marcas reconhecidas nacionalmente há décadas e que foram renovadas recentemente.
- Casas Bahia é Top of Mind há mais de 15 anos consecutivos Investimentos em TV aberta há décadas com veiculação em todo território nacional, gerando um recall forte a medida que expandimos lojas.
- Boa afinidade com amplitude de produtos de cauda longa que vamos oferecer através do Marketplace.

Vantagens competitivas

Destravando ativos estratégicos da Via a favor do Marketplace já a partir de 2021

3. Sortimento 1P

- Dominância nas categorias core de eletrodomésticos, que realmente pesam no GMV do e-commerce. E somos “destination” com share de até 60% destes segmentos.
- Bartira, maior fábrica da AL e ótimo recall de marca, representa uma grande vantagem competitiva no segmento de móveis que apresenta margem bruta elevada e temos boa penetração de crediário.
- Nossas categorias 1P geram excelente tráfego online, com mais oferta do 3P agora, o sortimento completo gerará um ciclo virtuoso de demanda e oferta.

4. Infraestrutura Logística

- 27 CDs estrategicamente posicionados em diversos estados totalizando mais de 1,5 milhão de m2 de armazenagem.
- Mais de 1.000 lojas grandes, que servem de apoio logístico para malha logística e estratégia multicanal com Retira Rápido e mini-hubs.
- Capacidade de realizar entregas same-day-delivery para leves e pesados, bem como serviços de fulfillment para parceiros de marketplace.

Vantagens competitivas

Destravando ativos estratégicos da Via a favor do Marketplace já a partir de 2021

5. Ominicanalidade

- Vendedor online importante diferencial competitivo com mais de 20.000 e estrutura de comissão com incentivos alinhados.
- Vendedor online estruturado para vender produtos de 1P e 3P.
- Mobile first: 70% de participação de app e msites nas vendas online. Em 2020 aumentamos a participação de clientes multicanal em nossa base.

6. Crediário Próprio

- Carnê das Casas Bahia com boa aceitação na base de clientes e responsável por ~20% das vendas.
- 11 milhões de clientes pré-aprovados no crediário, R$6,4 bilhões em carteira ao final de dez/20. 500 mil novos clientes/mês.
- 25 milhões de clientes no CDC digital.

DESTRAVAR



GERAR

Gerar Valor

GERAR

- Evolução da Plataforma
- Via ADs
- Clube de Prêmios
- Clube de Vantagens
- Consultor Virtual por I.A
- Universidade do Marketplace
- Crédito banQi para os Sellers
- Pós-venda do 1P no 3P
- B2B do 1P no 3P
- Marketplace Internacional (CBT)

Evolução da plataforma

INVESTOR DAY

1. Evolução da Plataforma

- Muitas melhorias pra criar e gerenciar os anúncios, fazer recomendações e reviews, novidades em mensageria, área de perguntas e respostas.

2. Ads “2.0”

- Seguindo a linha de Amazon Ads, vamos lançar uma nova solução de publicidade pros nossos canais online turbinarem as vendas.

3. Clube de Premios

- Os nossos 20 mil vendedores de lojas vendendo 3P. O Clube é um programa gamificado de incentivos, maduro e até com moeda própria.

4 Clube de Vantagens

- É o clube de afinidade dos nossos sellers, que vão receber benefícios pra vender mais com a gente.

5. Gestão Consultiva

- Uso de inteligência artificial para criação de consultor comercial virtual para indicar iniciativas de gestão mercadológica.
- Oportunidades de trabalho com sortimento, precificação e política de frete para vender mais.

6.. Universidade do MarketPlace

- Capacitação do seller para incremento das vendas, gestão comercial e administrativa do seu negócio, profissionalização das pessoas físicas para emissão de notas e MEI. Conteúdo customizado por perfil de seller e com uma pegada de Gamification.

7. Credito e Meios de Pagamento

- Desconto de recebíveis, Oferta de Credito para o seu capital de giro, Oferta de Meios de Pagamentos Offline powered by Banqi.

8. Pós-venda de Marketplace nas Lojas da Via

- Através do Envvias, a funcionalidade de Logística Reversa. Há também uma oportunidade de Serviços de Instalação de Móveis e demais serviços que já fazemos para o 1P hoje e que são replicáveis ao 3P.

9. Canais B2B

- Lançamento da integração do sortimento de determinados sellers 3P (usando meritocracia, gamification, etc) em nossos canais de vendas do B2B, parcerias em que disponibilizamos nosso sortimento diretamente para as maiores empresas do Brasil.

10. MarketPlace Internacional (CBT)

- Prospecção de novos sellers na Asia para vender produtos diretamente em nossa Plataforma e praticar drop-shipping, priorizando a segurança e boa experiencia para o cliente.

Retomada da expansão



120 lojas

Foco da Expansão no Norte e Nordeste

Otimização do portfólio de lojas

Logística da Última Milha

Mega loja



- De um modelo de varejo transacional para modelo relacional
- Aumento de sortimento, amplitude de categorias e maior frequência serão ferramentas importantes para aumento do lifetime value do cliente (LTV)
- Estratégia privilegiou vendas de 1P, mas daqui para frente visa crescer no 3P com aumento de SKUs e número de sellers
- Estratégias para decolar o Marketplace incluem amplitude de categorias, conformidade dos sellers (origem do produto), capilaridade da oferta, controle pós-venda, criação de estrutura dedicada ao Marketplace, visão financeira integrada e inclusão de meta de GMV do Marketplace para o painel de bônus.

Destravar Valor

Vantagens competitivas que só a Via tem com relação a:

- 1. Base de clientes,
- 2. Marcas,
- 3. Sortimento 1P,
- 4. Infraestrutura logística,
- 5. Omnicanalidade e
- 6. Crediário próprio.



Gerar Valor

- Evolução da plataforma
- Via Ads
- Clube de prêmios
- Clube de vantagens
- Consultor virtual por I.A.
- Universidade Marketplace
- Crédito banQi para os sellers
- Pós-venda 1P no 3P
- B2B do 1P no 3P
- Marketplace Internacional (CBT)

O papel da loja no futuro

- Otimização do portfolio de lojas, fechamento de lojas de baixa produtividade
- Retomada do plano de expansão de lojas com abertura de 120 novas lojas em 2020, foco nas regiões norte e nordeste
- Nova mega loja em São Paulo: nova experiência para o cliente, experiementação
- Oferta de 3P nas lojas
- Lojas servindo de mini-hubs e apoio para logística de última milha

INVESTOR DAY
2021

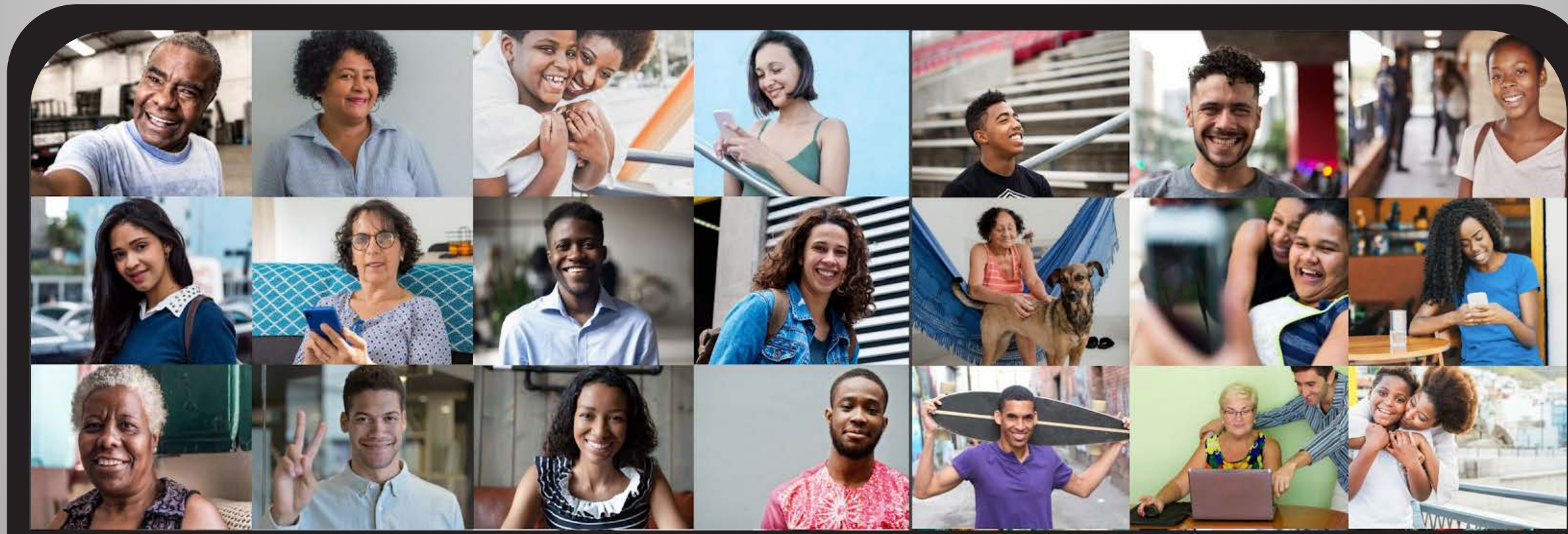
SOLUÇÕES FINANCEIRAS VIA

ANDRÉ CALABRO

INVESTOR DAY

Nossos Clientes

São o retrato do Brasil



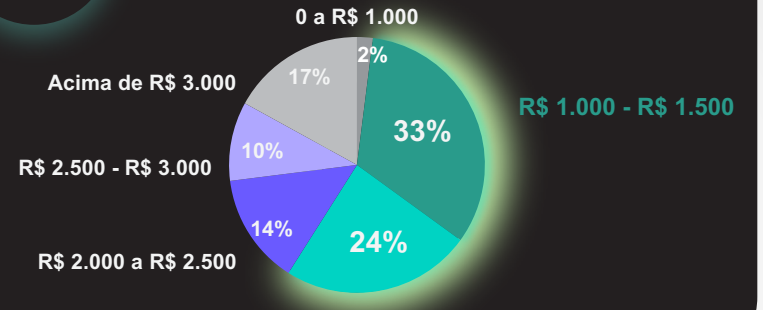
Nossos clientes | Perfil demográfico

INVESTOR DAY 2021

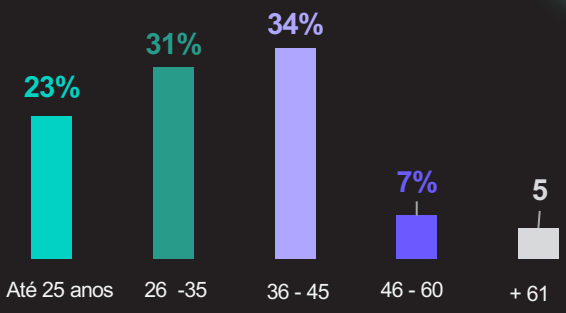
Somos parte da vida do brasileiro. Com forte participação nas Menores Rendas, Trabalhadores sem Vinculo, Mães de Família, todas Idades e Regiões do País.

Nossa missão é dar acesso financeiro e digital aos brasileiros.

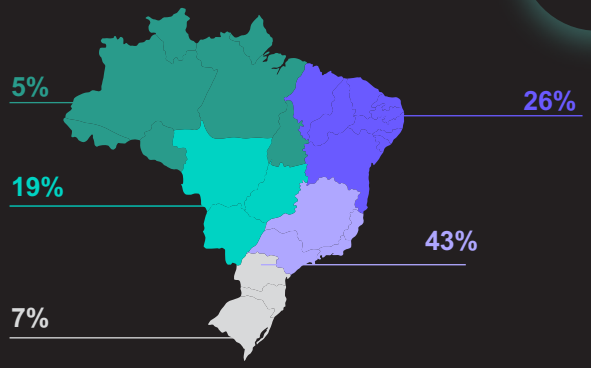
Faixa de renda



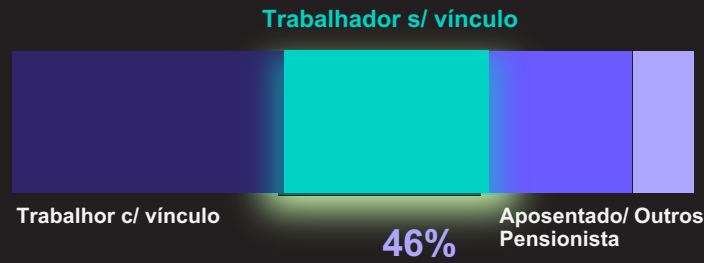
Idade



Região



Ocupação



Gênero



INVESTOR DAY

Já somos uma plataforma muito competitiva

15.000.000
de clientes

11 milhões
no Crediário

+2.5 milhões
em cartões co-branded

2 milhões
banQi

Evolução banQi

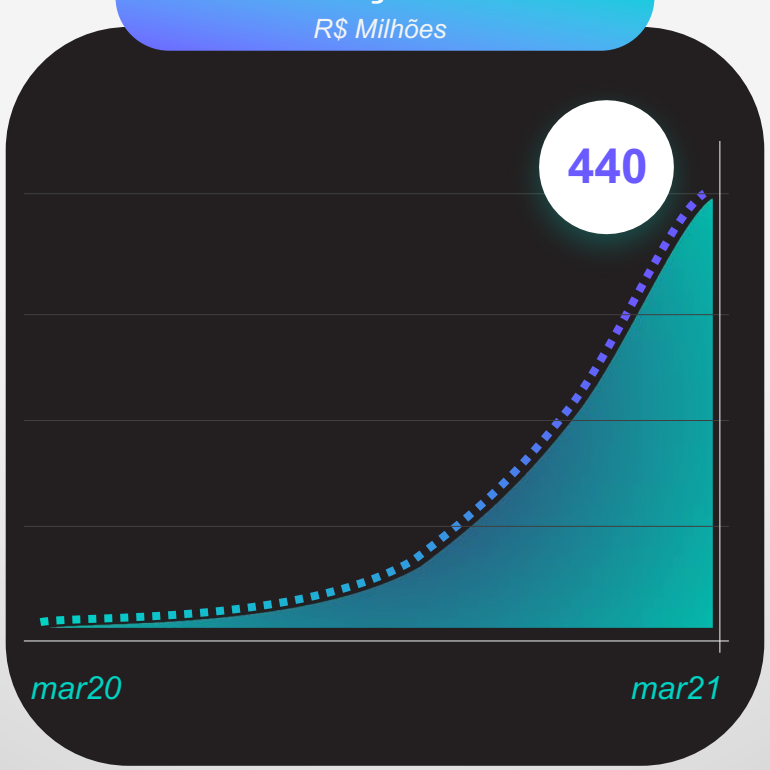
- Forte Crescimento em 12 meses
- Conta Digital Completa e Gratuita
- ***Lançamento da jornada de Crédito com Empréstimo Pessoal, Crediário, Conta PJ e Cartão Crédito***
- ***Super App completo, com benefícios para o Cliente banQi e Casas Bahia***

Abertura De Contas



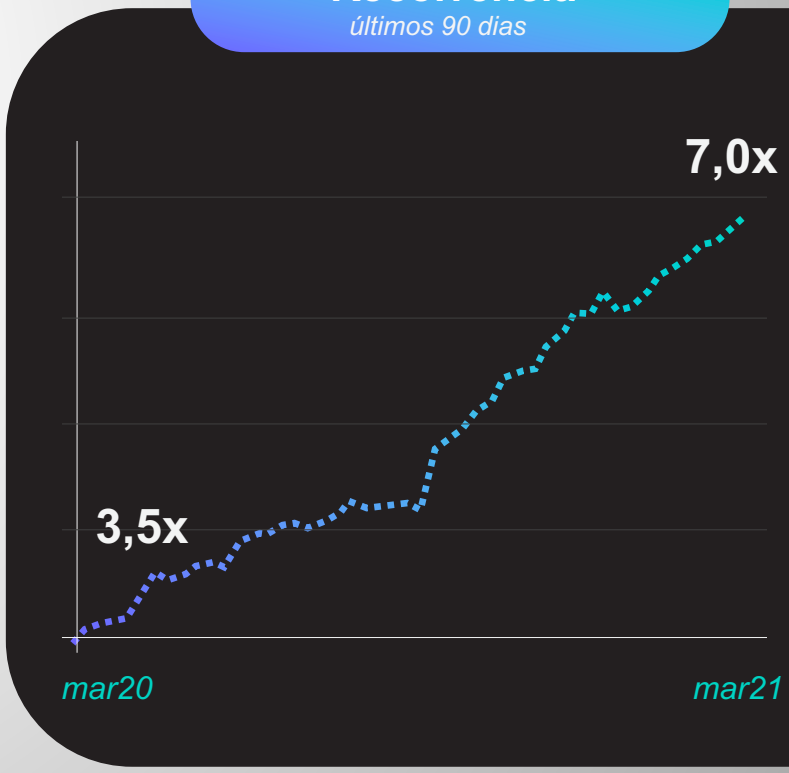
Evolução TPV

R$ Milhões



Recorrência

últimos 90 dias



O Maior Crediário do Brasil

INVESTOR DAY

+ 14MM
clientes pré aprovados

- **500 mil Clientes Novos** por mês
- **42% dos Carnês** emitidos **SEM PAPEL** integrados no banQI.
- **+ 25% dos pagamentos** realizados de forma Digital (13% banQi e 12% Portal Renegociação)

+ 25MM
clientes no Digital

- Solução disponível em **Mar Aberto**
- Disponível nas **plataformas Online Casas Bahia e banQI**
- Plataforma **Credit as a Service Via**



30% Vendas Mercantis



+ 750MM Produção/Mês



Ofertas Personalizadas



+ 2MM Carnês Paperless banQi



+ 300MM Produzidos



Expansão além de Lojas Físicas



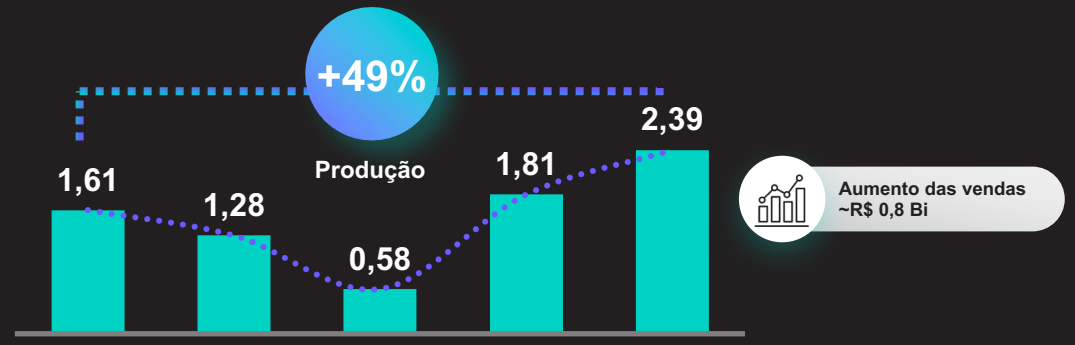
Inclusão Digital e Financeira



Fidelização dos Sellers

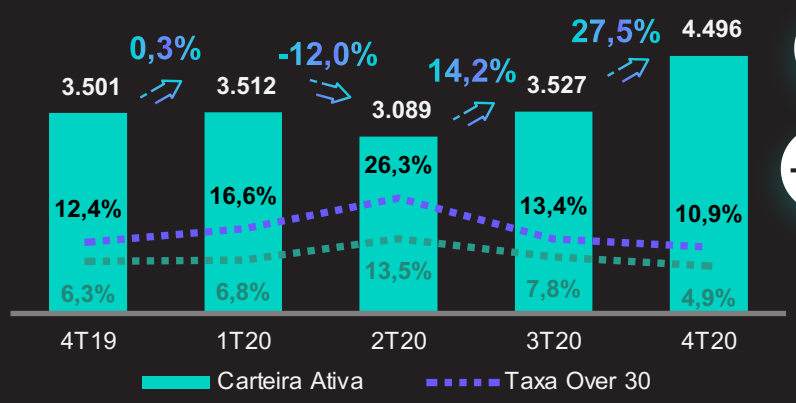
Maior Crediário do Brasil

Crescimento da produção e inadimplência controlada



Aumento das vendas ~R$ 0,8 Bi

Evolução da carteira Ativa de Crédito



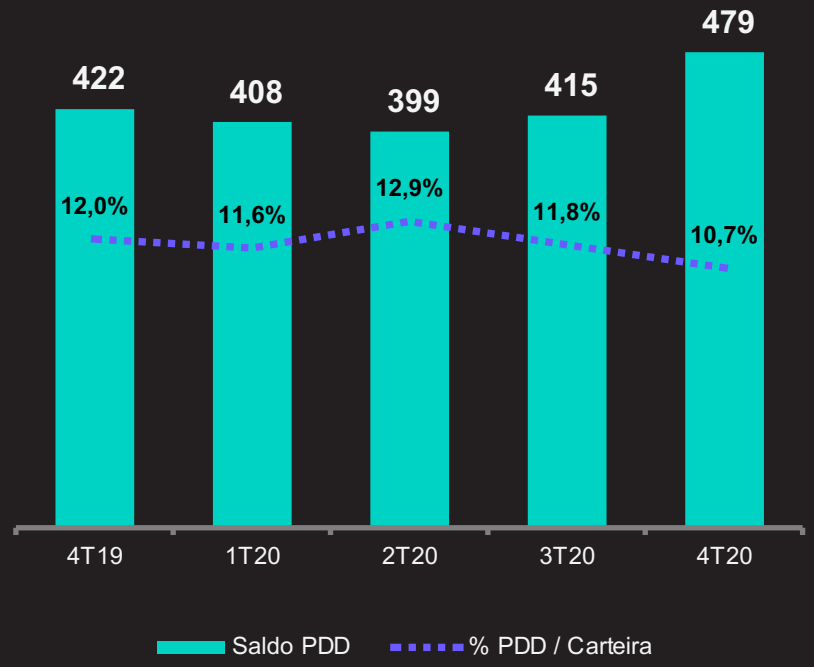
~ R$ 1Bi na carteira

-29% na inadimplência

1,6 p.p no over 30
1,4 p.p no over 90

PDD

Taxa de cobertura sobre a carteira do Crediário em patamar abaixo que o período pré-pandemia, decorrente da melhor concessão de Crédito e eficiência da Cobrança.





Cartão Co-branded

1,5 Bilhão

TPV Mensal

2,5 milhões
de clientes

Rede Celer *

1 Bilhão

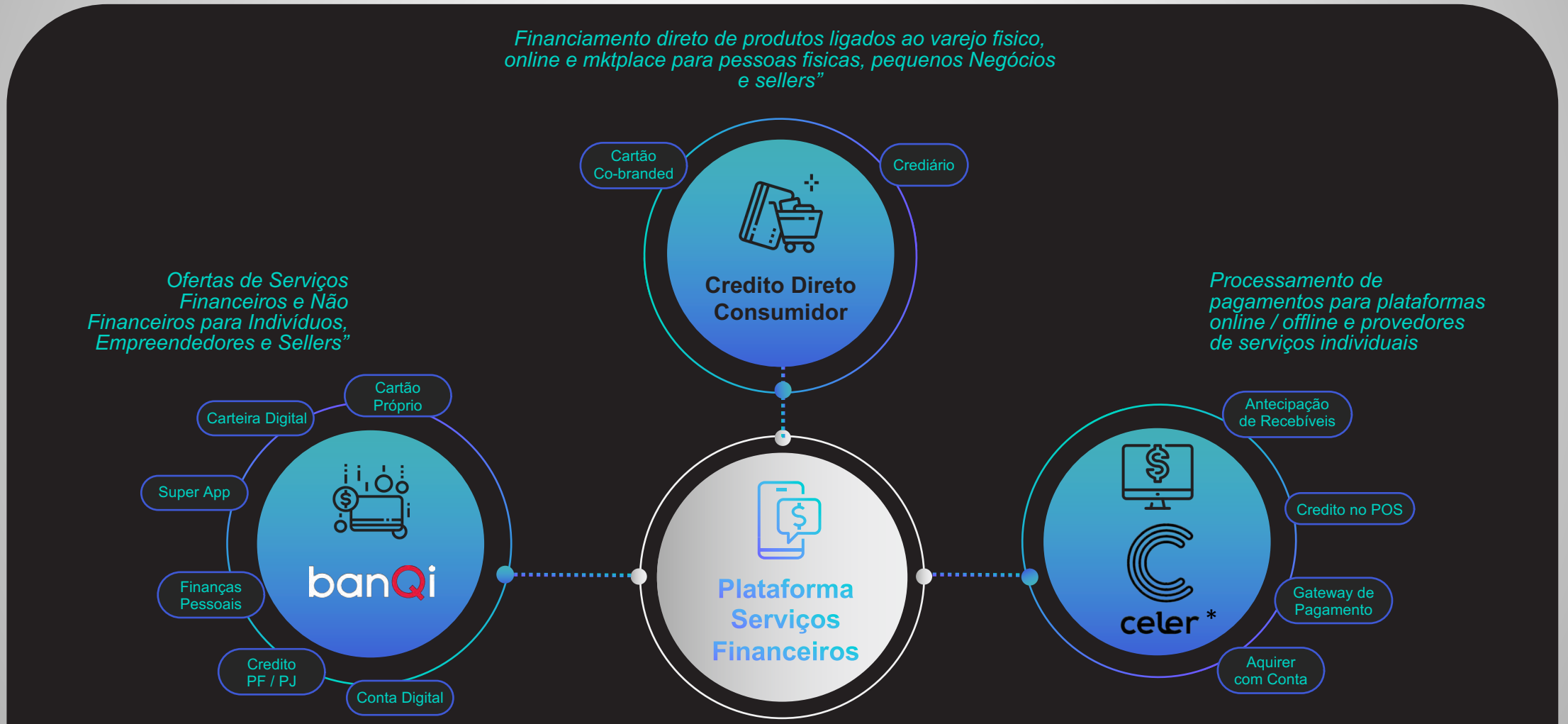
TPV LTM 12 meses

*A conclusão da operação de aquisição da Rede Celer ainda está sujeita ao cumprimento de condições previstas nos documentos definitivos, bem como a aprovação prévia do Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE.

Uma iniciativa que nasce no varejo

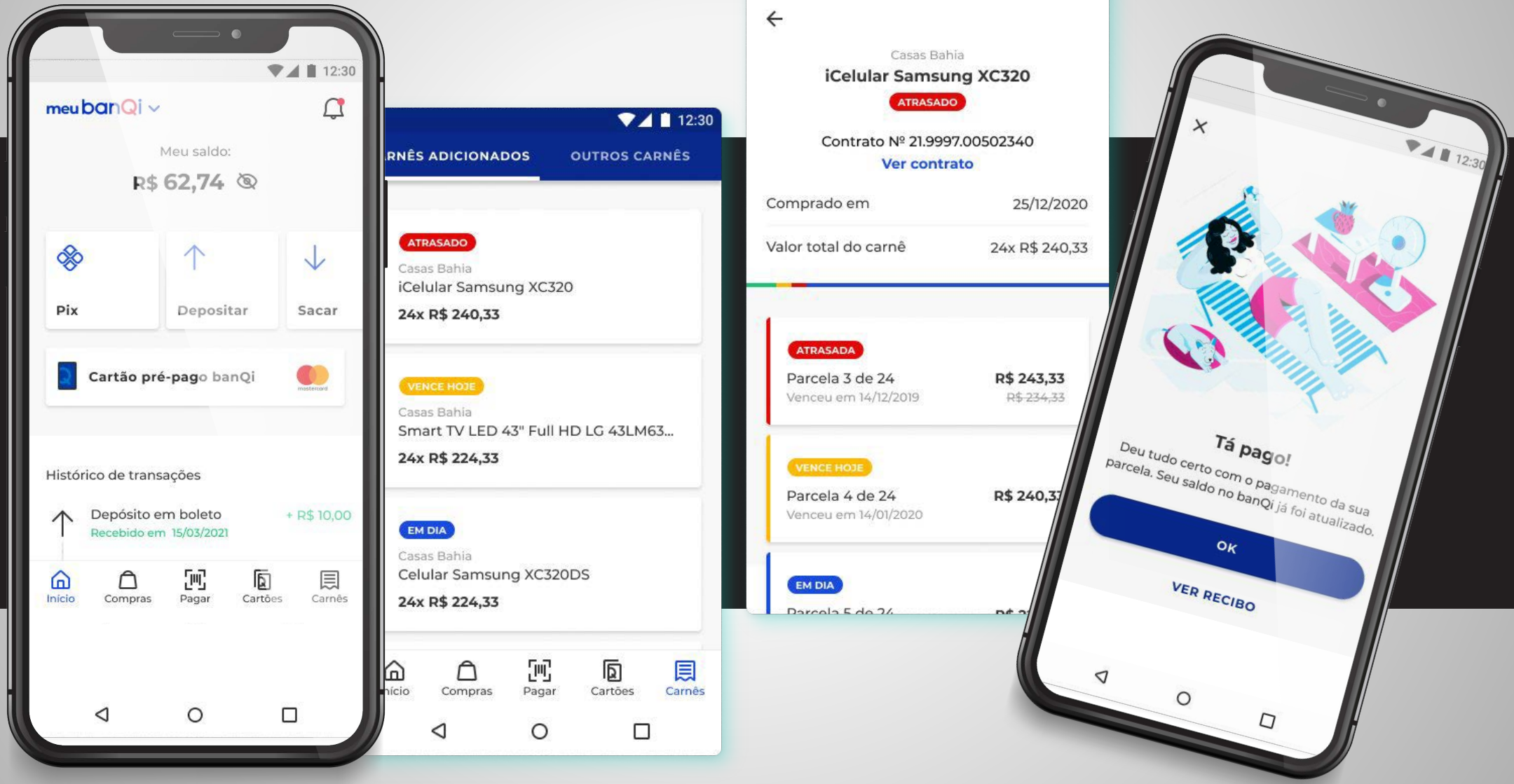
INVESTOR DAY 2021

e se transforma na MAIOR PLATAFORMA de Soluções financeiras do mercado

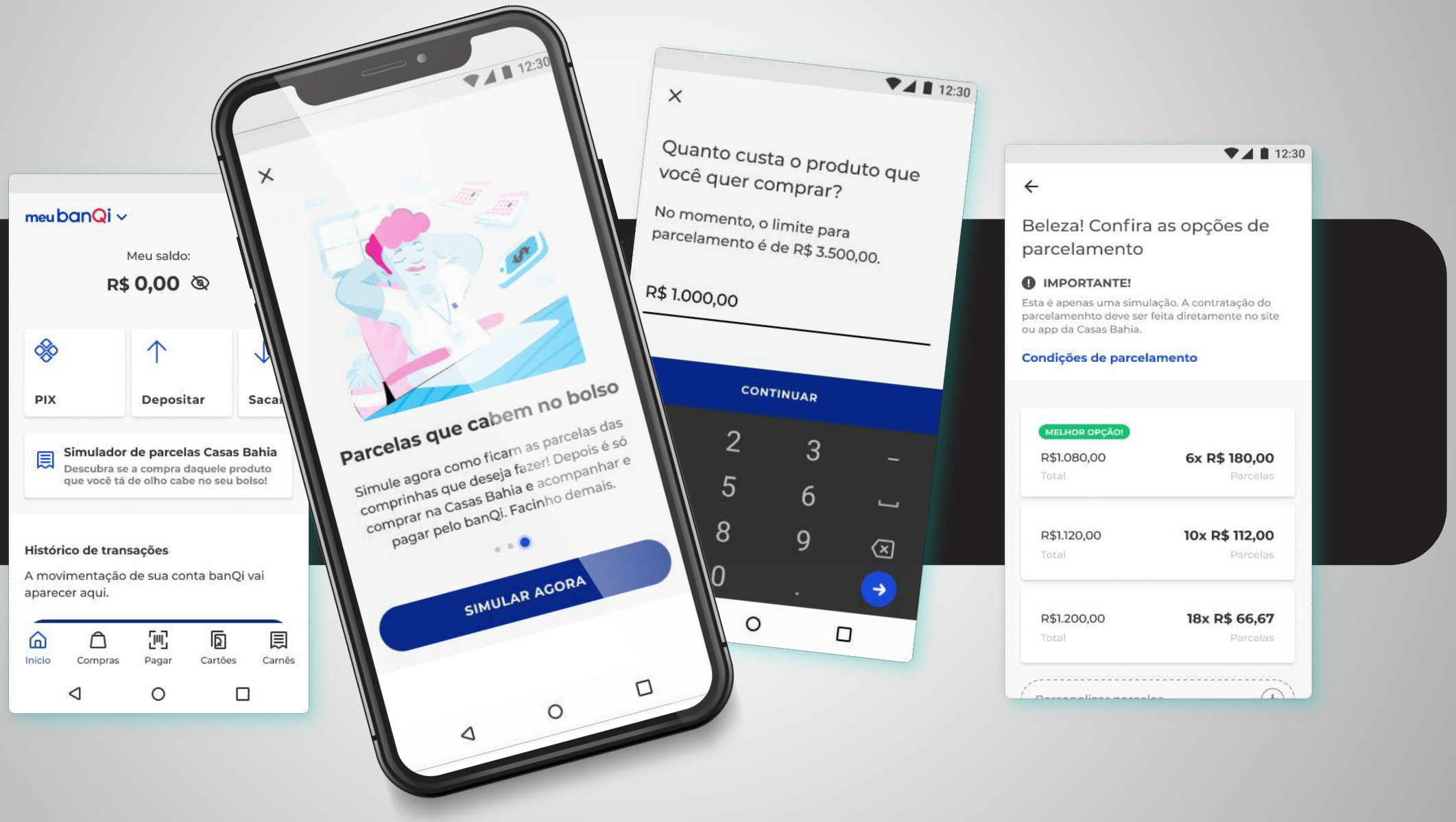


*A conclusão da operação de aquisição da Rede Celer ainda está sujeita ao cumprimento de condições previstas nos documentos definitivos, bem como a aprovação prévia do Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE.

Telas pagamento de parcela

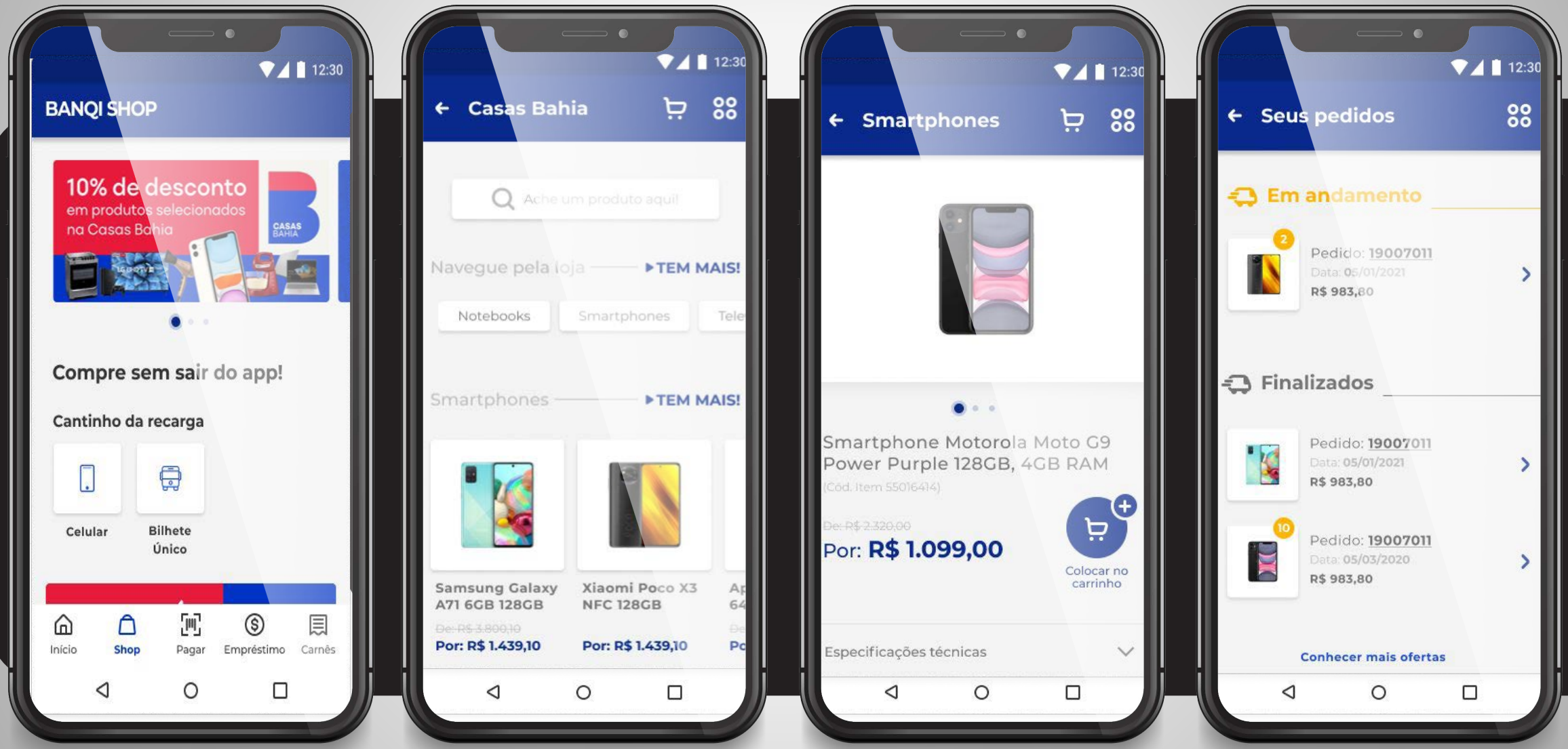


Telas simulação CDC

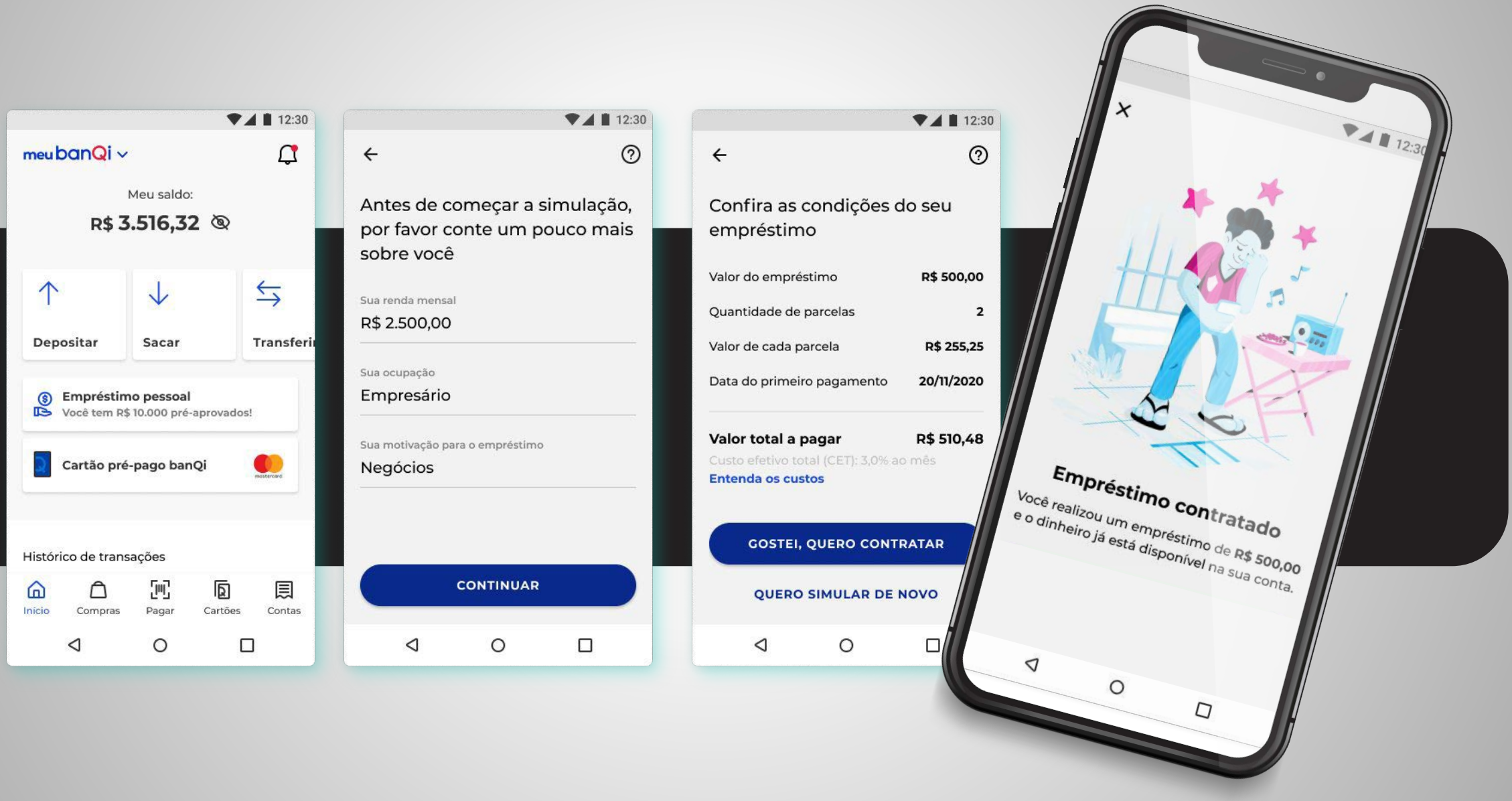


Telas marketplace + CDC

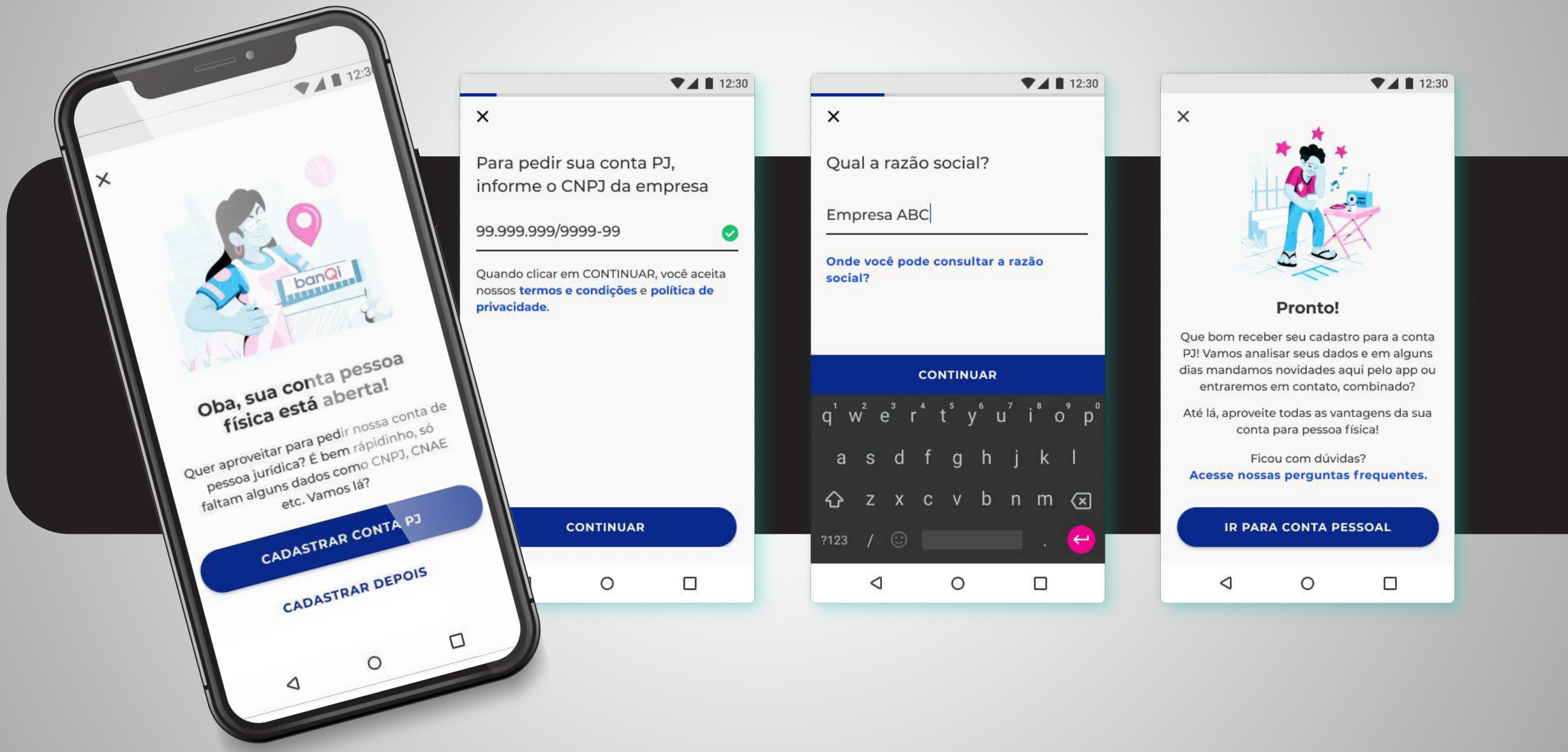
INVESTOR DAY



Telas empréstimo



Telas conta PJ



Addressable market

MERCADO BRASIL • TARGET

- **105MM pessoas com + 1 salário**
- **43% sem conta bancária**
- **Somente 33% com acesso ao Crédito**



~R$486 BILHÕES

EM TPV – 5 ANOS

Retrato do Brasil

Grande % de Clientes não Bancarizados

Bancarização

43%

da população de baixa renda não tem conta bancaria

28 MM

*é a população que **não tem conta por achar caro***

~60%

*dos que possuem conta, só possui para **receber salários***

Recebimentos e Pagamentos

~40%

*dos salários ainda são Recebidos em **dinheiro***

70%

dos gastos do dia-a-dia é concentrado em dinheiro

65%

da população que pagou alguma conta de utility pagou em dinheiro

Crédito

33%

da população baixa renda contraiu algum empréstimo no último ano

61%

Família ou amigos

5%

Bancos ou empregadores

Poupança

16M

***de pessoas pouparam** dinheiro no último ano...*

***...Mas em instituição financeira,** foram apenas*

3,5 M

A população brasileira de baixa renda ainda é carente de serviços financeiros e possui demanda por crédito, que quando atendida, ocorre de maneira informal.

Plataforma de Soluções Financeiras

INVESTOR DAY

Oferta de valor | Nosso propósito

Democratizar as soluções financeiras garantindo mais autonomia, possibilidades e controle para os brasileiros.

Promover a inclusão no Brasil por meio de ofertas adequadas de serviços financeiros, com tecnologia intuitiva, transparência e informação precisa aos clientes.

Uma plataforma de reconhecimento, de capacitação e educação, de concessão de crédito e de suporte ao consumo

Evolução da plataforma

Escalada
de crediário e crescimento da base de clientes banQi

2020

- Crediário FORTE nas lojas
- Lançamento de crediário digital
- Plataforma de cobrança digital
- Conta digital completa (pagamento de contas, boletos, transferências, cartão pré-pago, saques e depósitos em lojas, PIX e QRCode).
- Recarga celular, bilhete único, vale presentes
- Gestão de carnês CB.
- saque ATM 24h.

Múltiplas
ofertas de crédito, conveniência e adquirência

2021

- Empréstimo pessoal
- Cartão de crédito
- Crediário banQi
- Crediário para 3P
- Linhas Crédito PJ
- SCD
- banQi Shop
- Rewards
- Captura de sellers

Plataforma conectada em todo Ecossistema Via e além...

2022

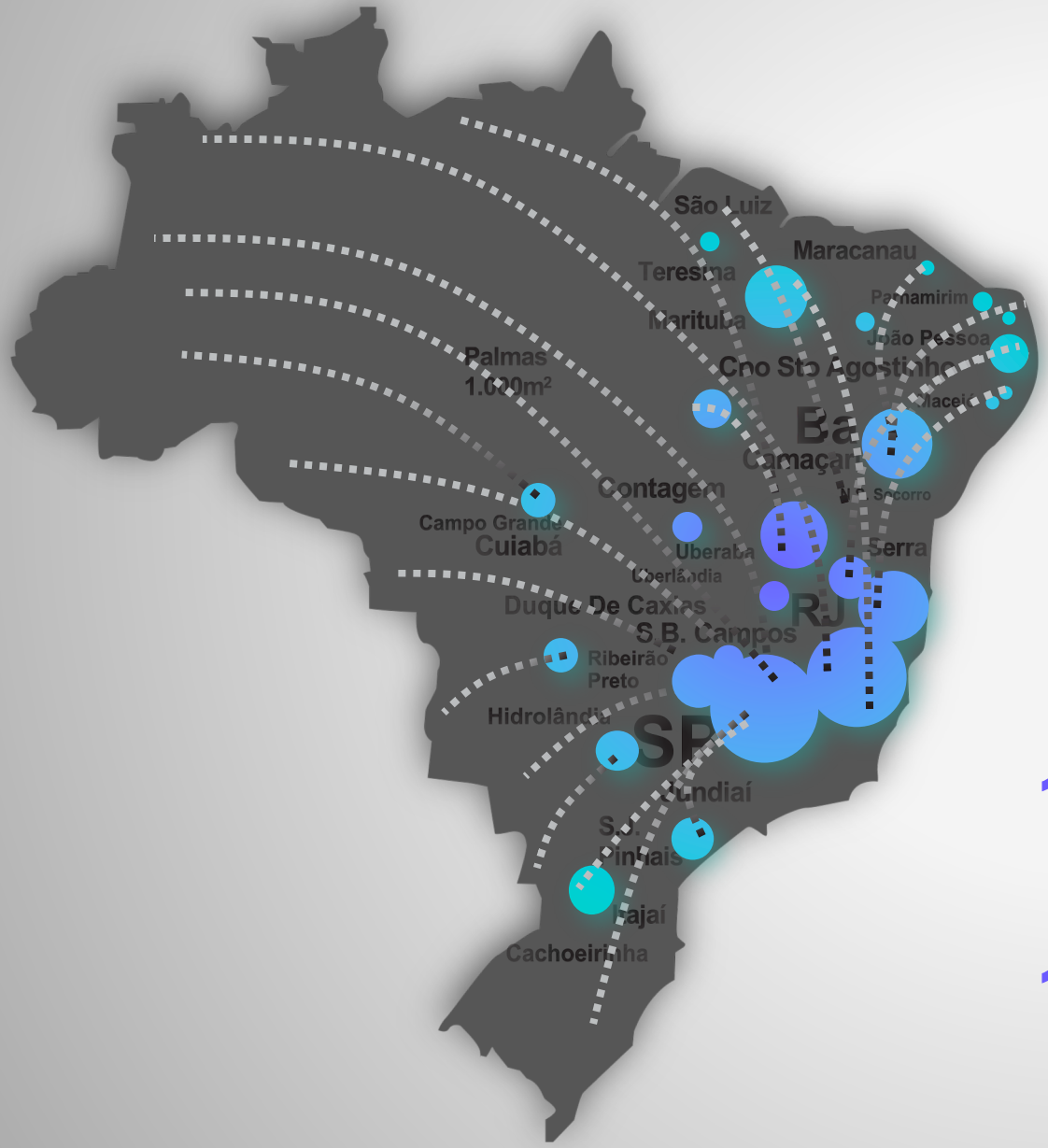
- Open Plataform Credito
- Finanças Pessoais
- Bureau de Credito
- Open Banking

2023




INVESTOR DAY
2021
LOGÍSTICA
VIA
FERNANDO GASPARINI

Logística *Asset Light*



Área de armazenagem CDs e lojas

1.100.000m²

+

1.500.000m²

27
Centros de Distribuição

1.052
Lojas Hub

+1.600
Polos de Cross-Docking
Sem correios

4 mil
Veículos diários

300 mil
Entregadores
Ultima milha

Envvias impulsionando logística para 3P

INVESTOR DAY

Força no 1P estendida pra servir o marketplace com suíte de serviços Envvias



Envvias

+50%
dos sellers já utilizando a plataforma

Serviços para os sellers ou parceiros mar aberto

FULFILLMENT
nos nossos CDs.

Novo CD no

3T21 em Extrema/MG.

Vamos operar também produtos pesados

3P dentro da nossa malha;

Lojas Hub de 1P, vão funcionar também como hub pro 3P

MARKETPLACE,
tanto na entrega como na coleta e na reversa.

Uso Intensivo de Tecnologia na Logística

E não dá para imaginar novos caminhos na logística sem **intensidade tecnológica.**

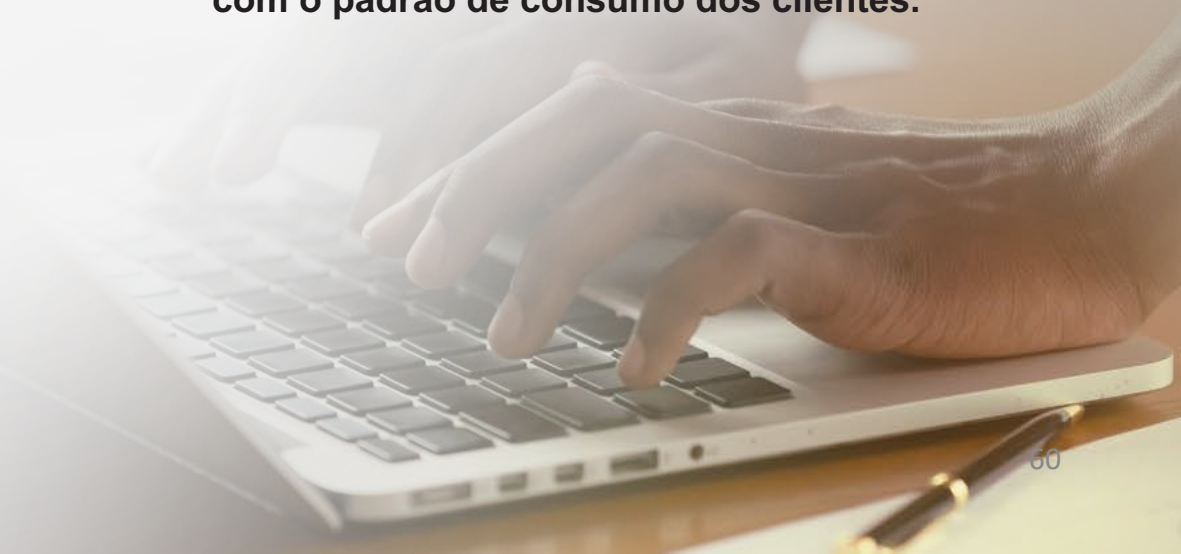
Para nós, logística é muito mais que o físico.
É o digital suportando a operação, com total **integração sistêmica.**

São mais de **200 profissionais** de tecnologia dedicados exclusivamente à logística.

WMS implantado na Via em versão nuvem (cloud) e com atualizações remotas constantes (versionless)



Uso de inteligência artificial (machine learning) para **otimizar continuamente os processos nos seus depósitos, aprendendo e ajustando de acordo com o padrão de consumo dos clientes.**



ASAPLog
PLATAFORMA LOGÍSTICA DA VIA

+ de 300 mil entregadores

Maior operadora de última milha (last mile) da Via com quase 300 mil entregadores parceiros cadastrados.

Em abril introduzimos veículos elétricos nas entregas de última milha, fortalecendo o nosso compromisso com o meio ambiente e melhores práticas de sustentabilidade

Novidades em 2021

ASAPLog vai se transformar em um *gateway* de fretes, reforçando compromisso com a eficiência operacional e de custos.

E a partir deste mês estamos aptos para fast-food delivery.





O que vem por aí...

ENTREGA EM HORAS, SAME-DAY-DELIVERY, AGENDAMENTO, FULLFILMENT, C2C...

No 2S21, nossa tecnologia e logística vão oferecer o serviço **da entrega em horas.**

Iniciaremos a operação de **fulfillment.**

Disponibilizaremos nossas lojas na malha de entregas e logística reversa pra sellers e pro mar aberto.

Pesados: ofereceremos também a opção de entrega agendada pra pesados.

Same-day-delivery também se estenderá aos sellers de marketplace.

Também ofereceremos na nossa plataforma a capacidade de entregas ultra-rápidas no modelo food.

No 2S21 teremos em operação a plataforma de entregas **C2C**, onde o consumidor pode contratar nossos serviços de transporte, seja de pesados ou de leves, pra doar, transportar ou descartar adequadamente um produto.

- **Same-hour-delivery**
- **Same-day-delivery**
- **Fullfilment**
- **Lojas mini-hub para marketplace**
- **Entrega agendada para pesados**
- **Same-day-delivery para marketplace**
- **Entregas ultra-rápidas modelo food**
- **Entregas C2C**

Snapshot Logística

Via

ASAP Log
PLATAFORMA LOGÍSTICA DA VIA

se destaca como um dos maiores operadores logísticos do país
300 mil entregadores

Malha Via
100% das cidades com entrega

Retira Rápido e HUB logístico *Leve e/ou Pesado*
100% das nossas lojas com retira em **2 horas**

até **15%** das vendas são **Same-Day-Delivery** onde temos lojas e CDs **Pedidos aprovados até as 12 horas**

02 Entregas por **segundo**

50% dos sellers estão na **Plataforma Envvias**

Precisão Geral
nas entregas no prazo:
98% > 30 kgs
99% < 30 kgs

45% dos Produtos Entregues tem + de **30kg**

+42% dos pedidos são entregues em **24h**
e +65% em 48h

Somos uma plataforma **logística** cada vez mais aberta ao mercado

2,6 MM m2
4 mil veículos
Inclusive elétricos

INVESTOR DAY
2021

TECNOLOGIA VIA

HELISSON LEMOS



Evoluindo 5 anos em 2

INVESTOR DAY 2021



As maiores Black Friday do Brasil



2019

Os bastidores do dia em que a Via Varejo faturou R$ 1,1 bilhão



2019

2020

Via Varejo bate recorde e vende R$ 3 bilhões na Black Friday, puxada por e-commerce



Moderninha: vendas online sustentaram desempenho da Via Varejo nesta Black Friday (Imagem: Divulgação/Via Varejo)

A **Via Varejo** (**VVAR3**) encerrou [illegible] 2020 com vendas de R$ 3 bilhões. O resultado é o novo recorde da companhia, superando a marca anterior, de R$ 2,2 bilhões, registrada no ano passado.

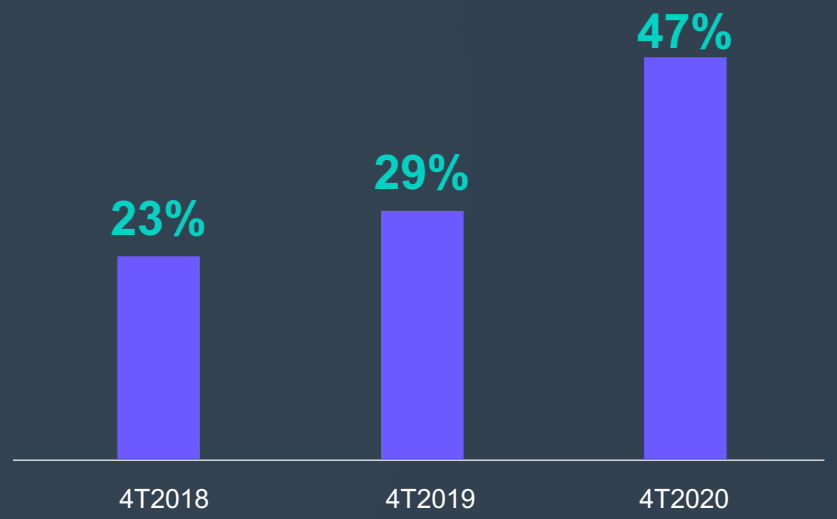
O desempenho refere-se à semana de 22 a 28 de novembro. Com a pandemia de **coronavírus** ainda assombrando o Brasil, as plataformas digitais tiveram papel fundamental para o desempenho da Via Varejo na Black Friday deste ano.

De acordo com a dona da **Casas Bahia** e do **Ponto Frio**, as vendas online cresceram 99% e responderam, assim, por 62,4% das vendas do período. O aplicativo "Me Chama no Zap", sozinho, representou 18% das vendas online. A opção de comprar pela internet e retirar o produto na loja também cresceu significativamente (142%).

Aceleração digital



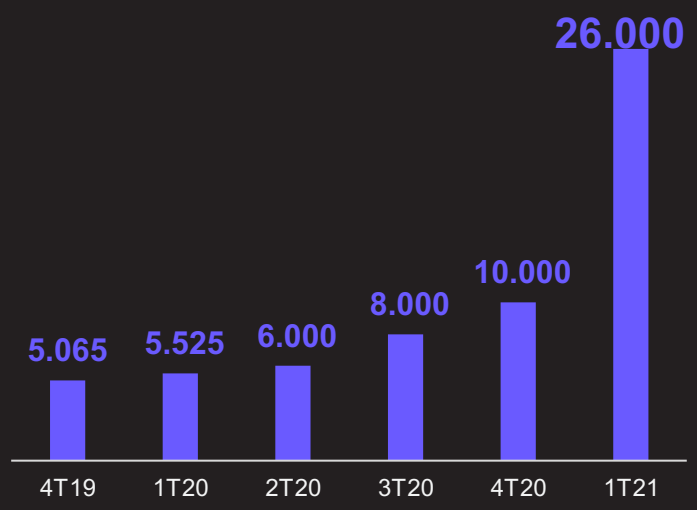
DESEMPENHO VENDAS DIGITAL



A arrancada do Marketplace

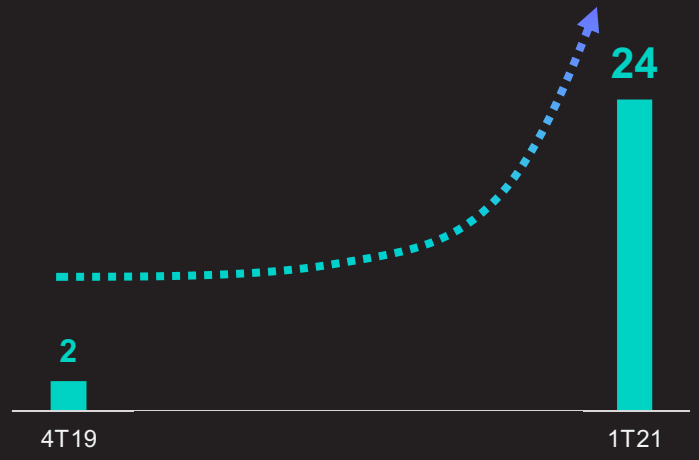
INVESTOR DAY

Evolução # de sellers



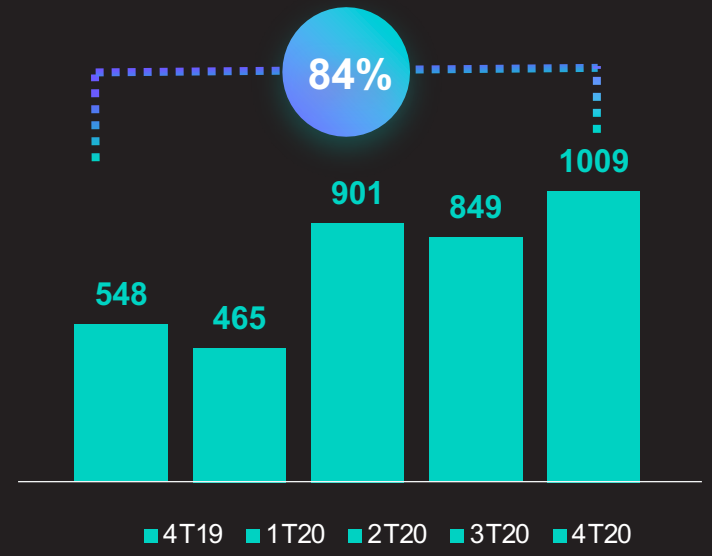
Evolução SKUs

(Milhões)



Evolução GMV 3P

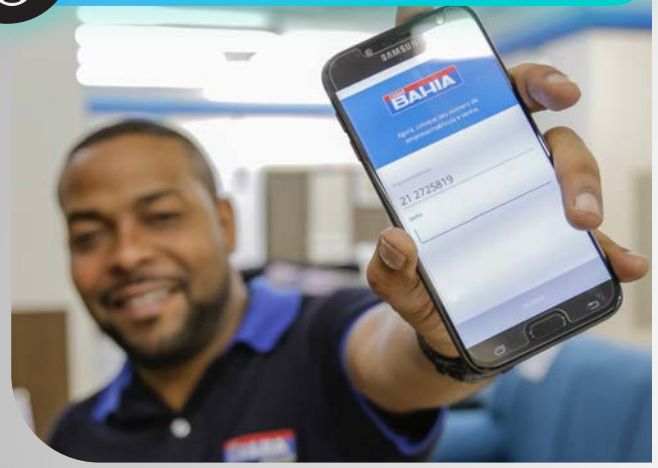
(R$ Milhões)



O ressignificado do omnicanal

INVESTOR DAY 2021

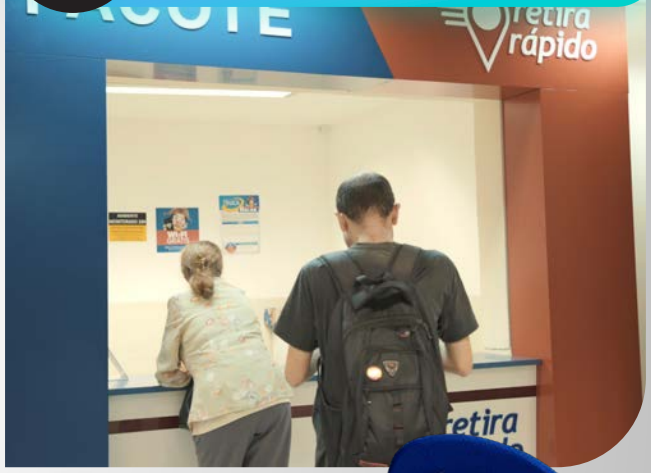
Via + Mobile



Mini-Hubs



Retira Rápido



Vendedor Online



ASAP Log

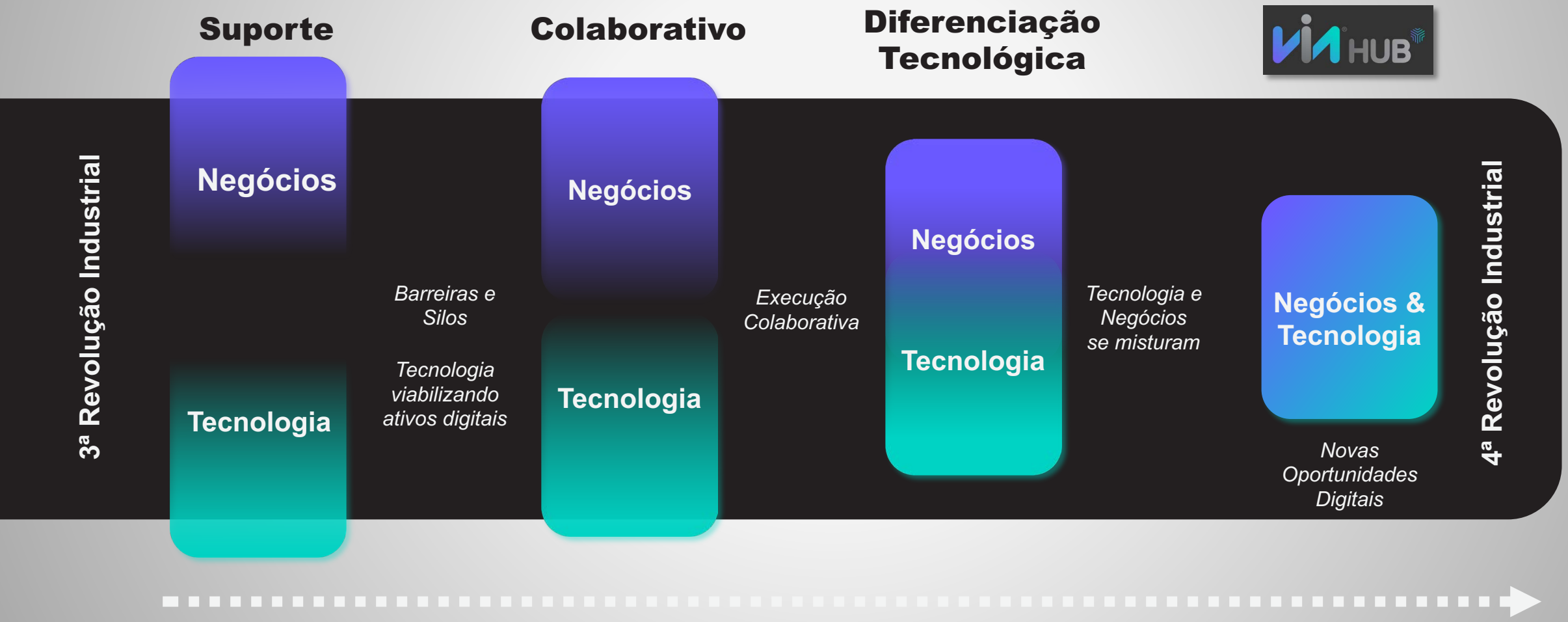


banQi



Negócios e Tecnologia

Agora, uma coisa só!





Via Techies

1.800 colaboradores
+ 600 a contratar
4 Centros de desenvolvimento no Brasil e 1 nos EUA

I9XP

+150 profissionais puro sangue e-commerce.
Novo CTO Edson Tavares

+300 Projetos executados simultaneamente

21 jornadas
57 tribos
180 squads

Principais entregas 2021

VIN INVESTOR DAY 2021

VIN HUB



\+ Conversão APP



Melhor marketing online e CRM



Same-day Delivery



Ampliação CDC Online



Evoluções na plataforma de Marketplace

E muito mais!

INVESTOR DAY
2021

DATA INTELLIGENCE

NA VEIA

INVESTOR DAY
2021

INOVAÇÃO & NOVOS NEGÓCIOS VIA

HELISSON LEMOS

Cases de Sucesso

INVESTOR DAY

ASAPLog
PLATAFORMA LOGÍSTICA DA VIA

banQi
CASASBAHIA

+ de 300 mil entregadores

Maior operadora de last mile da Via com quase 300 mil entregadores parceiros cadastrados.

Novidades em 2021

ASAPLog vai se transformar em um *gateway* de fretes, reforçando compromisso com a eficiência operacional e de custos.

2,0 MM
de clientes

R$ 2,3BI
em carteira



VIA HUB

Expansão orgânica com desenvolvimento interno entre os times Tec e Negócios para criar soluções mais próximas ao core business.

M&A

É a expansão inorgânica com foco em soluções externas para encurtar caminhos.
Foco hoje está em Tecnologia e Capital Humano.

OPEN INNOVATION

É a expansão híbrida, porque aproxima times internos do universo de inovação aberta.

DISTRITO

Maior Hub de inovação da América Latina colaborando com a cultura de inovação da Via, além de **mapear oportunidades de investimentos**.



CVC DA VIA

Powered by DISTRITO

R$ 200.000.000

EM ATÉ **5** ANOS



FINTECH



RETAILTECH



LOGTECH



MARTECH

NEXT

Programa que contempla diversos formatos de inovação aberta e nossos investimentos.



FINTECH



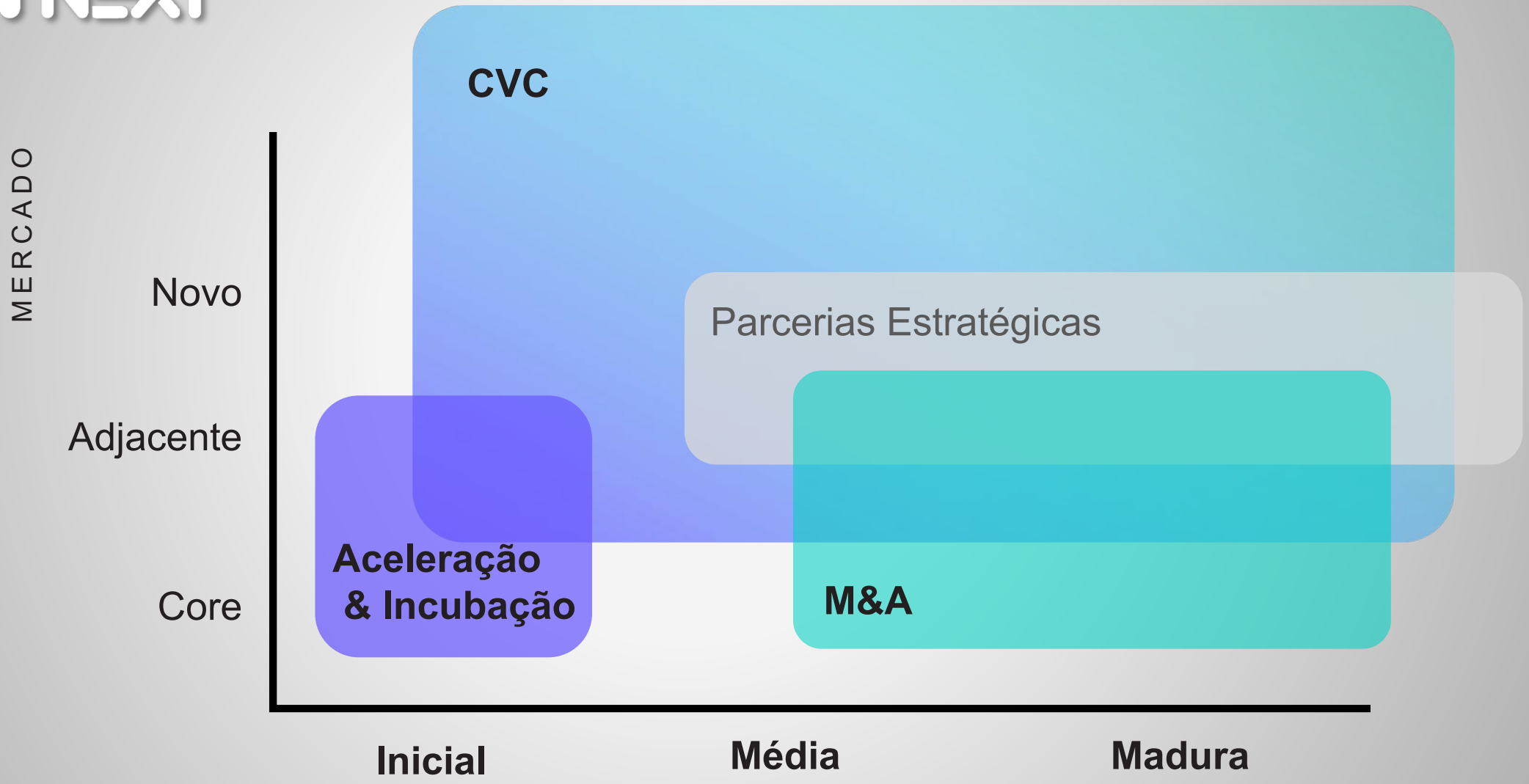
RETAILTECH



LOGTECH



MARTECH


CVC
MERCADO
Novo
Adjacente
Core
Parcerias Estratégicas
Aceleração
& Incubação
M&A
Inicial
Média
Madura
MATURIDADE DE SOLUÇÃO



Crediário

Logística

Omnicanalidade

HUB

Sortimento 1P

Marcas

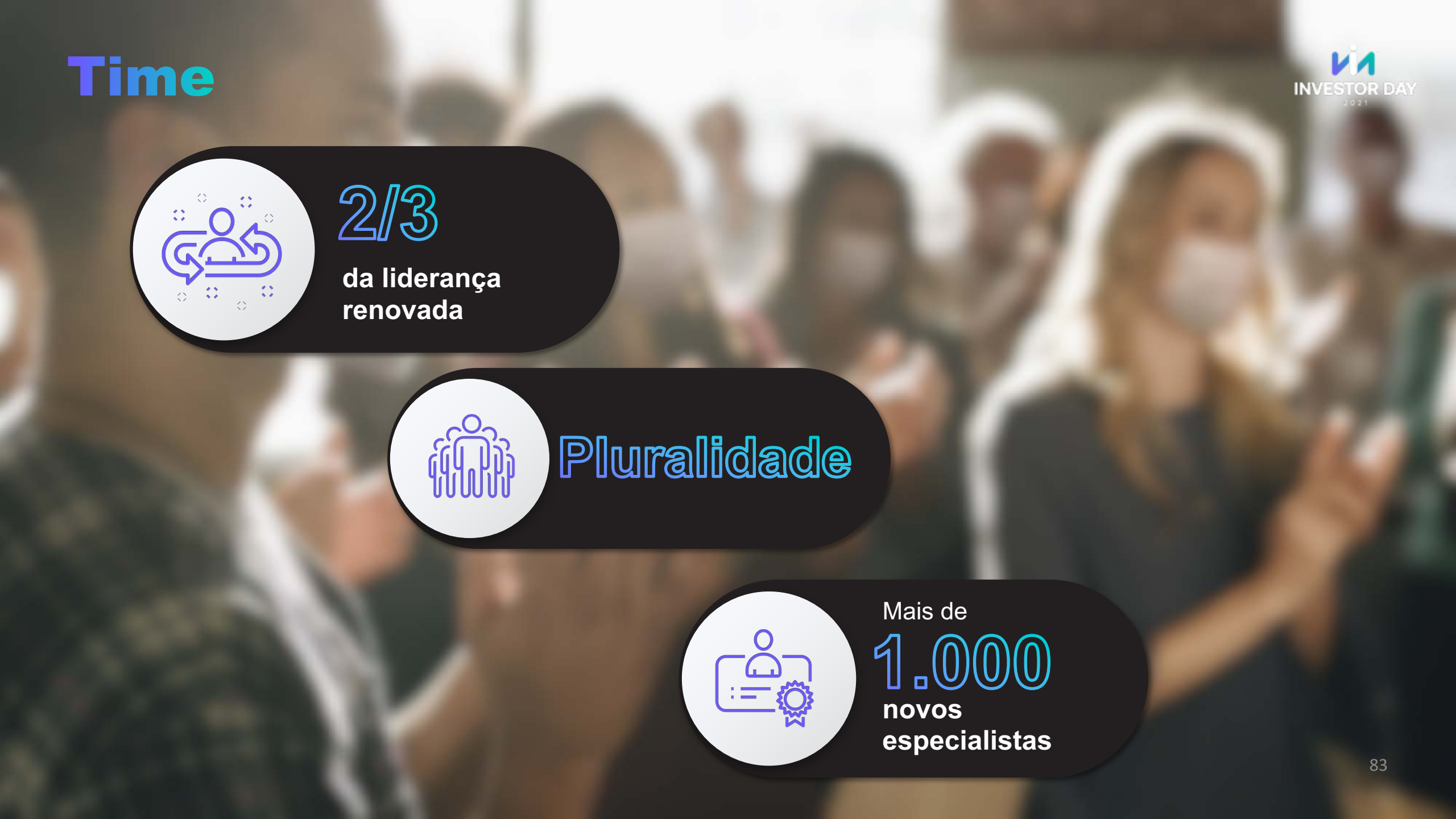
Base de Clientes

INVESTOR DAY
2021

PESSOAS E CULTURA

ROSI BALABRAM

Time



2/3
da liderança renovada

Pluralidade

Mais de
1.000
novos especialistas

Valorização – “Prata da casa”

Tem muito valor pra Via

Escola de Liderança

4 pilares

Cultura | **Performance** | **Pessoas** | **Digital**

Ainda em 2021, nossos mais de 3 mil líderes terão passado pelos programas de desenvolvimento.

Programa de trainees nasceu!

INVESTOR DAY

25 trainees

entrando na Via nos próximos dias.
Desde a primeira etapa do processo de funil de contratação, nosso programa nasceu com a essência da diversidade e das histórias de vida de cada um.



Censo VIA



54%

negros

51%

mulheres

Em 21 estados brasileiros e DF.

Cultura na Via

INVESTOR DAY



Paixão por pessoas

Simplicidade e objetividade

Inovação contínua

Protagonismo e colaboração

Alta performance e reconhecimento


INVESTOR DAY
2021
ESG
ROSI BALABRAM

Governança



Conselho de Administração

Comitês

Agenda de Governança Corporativa

No ano passado, fizemos toda uma reestruturação da nossa governança:
Remontamos o Conselho de Administração(**),

Estruturamos e estabelecemos diversos Comitês (***) de assessoramento, como o Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance, o Comitê de Pessoas, Inovação e Governança e o Comitê Financeiro.



ESG 2021

Meta de ESG para todos.

Entrada no índice B3.

Além disso, firmamos o nosso compromisso de ESG com duas grandes ações
(*) a partir desse ano: Toda a companhia têm meta de ESG em 2021;
(**) E temos o objetivo de encaminhar nossa entrada no índice de sustentabilidade da B3 ainda esse ano, abrindo caminhos para índices internacionais.

Diversidade



60 anos Fundação Casas Bahia :

411 mil pessoas beneficiadas diretamente

2 mil empreendedoras beneficiadas e **11 mil mulheres capacitadas**

Inclusão

46 mil **colaboradores treinados**

42% **de mulheres**

45% **de negros**

Programa de Trainee, Líderes do Futuro e Afinidades

Sustentabilidade

90% de energia renovável até 2025 | Logística reversa

Redução de emissão de CO^2

Ampliação da compra de energia de média tensão no mercado livre em 2021.

Usina solar em Minas Gerais, abastecimento de 79 lojas neste estado

Aquisição da plataforma ENEL X para a gestão de faturas de água e energia.

Ganhos qualitativos em informação, confiabilidade e rastreabilidade dos dados, além de promover eficiência energética e gestão de recurso.

Redução de emissões de gases de efeito estufa

Em 2020 realizamos aquisição da ASAP Log, utilizando modais mais leves.
Utilização de veículos elétricos na frota a partir de 2021

REVIVA reciclagem via varejo

+5,2mil

toneladas de resíduos reciclados em 2020



250 famílias
ligadas às 11 cooperativas parceiras.

green eletron

Logística reversa de eletrônicos nas lojas.

400
pontos de coleta

Aumento de 3x nos pontos de coleta de eletroeletrônicos usados

Recuperação de produtos devolvidos.

94%
índice de recuperação de eletrônicos e eletrodomésticos

Recuperação e revenda de mais de um milhão de produtos e envio de +24 mil peças para o descarte sustentável em 2020

VIA VAREJO S.A.



INVESTOR DAY
2021

VISÃO 2025 VIA

ROBERTO FULCHERBERGUER

CEO

Visão Mercado 2025E*

INVESTOR DAY 2021

R$ 2.6 TRILHÕES
VAREJO TOTAL

R$ 500 BILHÕES
VAREJO ONLINE

Penetração e-commerce

de **8%** em 2020 para **19%** em 2025

CAGR VAREJO TOTAL

6%
2020-25E

CAGR ONLINE

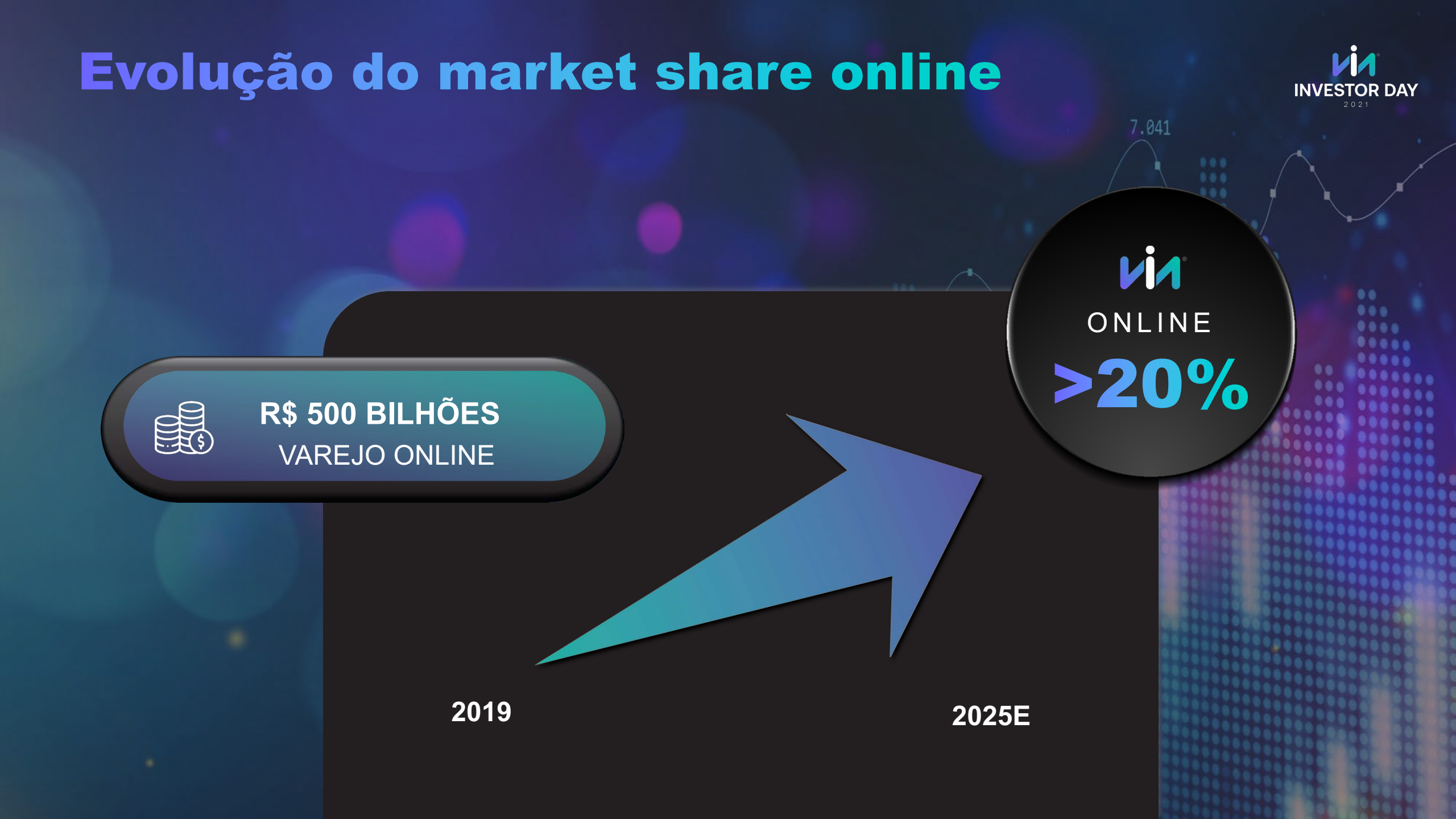
24%
2020-25E

* Estimativa de crescimento e tamanho do mercado para varejo total e e-commerce com base em diversos relatórios de Research publicados recentemente incluindo Itau BBA de 29/03/2021, Morgan Stanley em 06/04/2021, BTG Pactual em 08/12/2020, Goldman Sachs em 22/03/2021, JP Morgan em 02/03/2021, UBS em 16/03/2021

Evolução do market share online

INVESTOR DAY 2021

R$ 500 BILHÕES
VAREJO ONLINE



ONLINE
>20%

Via 2025E

INVESTOR DAY 2021

GMV Total 2025E

2/3 ON

1/3 OFF

banQi 2025E

INVESTOR DAY 2021

TPV
20x
2025E

TPV
R$440 mm*
2020

banQi CASASBAHIA
Break-even
em 2022E

* TPV dos últimos 12 meses

Soluções Financeiras 2025E

INVESTOR DAY 2021

Carteira de Crédito **7x**

CDC offline	50%
CDC online	35%
banQi	15%

As estimativas são válidas até sua efetiva concretização ou até a realização de novas análises e/ou revisões pela administração da Companhia que identifiquem valores diversos para as estimativas apresentadas em decorrência de alterações nas premissas utilizadas, observado que a revisão será, no mínimo, anual.

As premissas ora apresentadas são meras estimativas da administração da Companhia, estão sujeitas a riscos e incertezas e de forma alguma constituem promessa de desempenho. Em caso de alteração relevante nestes fatores, as estimativas serão revisadas. As informações sobre as perspectivas dos negócios e estimativas são meras previsões, baseadas nas expectativas atuais da administração em relação ao futuro da Companhia. Estas expectativas dependem das condições do mercado e do cenário econômico brasileiro e dos países em que operamos e dos setores em que atuamos. Qualquer alteração na percepção ou nos fatores acima descritos pode fazer com que os resultados concretos sejam diferentes das estimativas apresentadas.

As Estimativas 2025 têm como premissas o orçamento aprovado pelo conselho para o exercício atual, bem como o plano estratégico para os exercícios sociais posteriores.