



Imagine
caminhos.

Apresentação de Roadshow

Setembro 2023

Notas Relevantes

IMPORTANTE: Ao participar da reunião em que esta apresentação será feita, ler os slides da apresentação ou aceitar uma cópia desta apresentação, você reconhece e concorda em se comprometer com o seguinte.

Esta apresentação foi preparada pela Via S.A. ("Companhia") exclusivamente para uso em reuniões de roadshow com potenciais investidores em conexão com uma potencial oferta primária de ações ordinárias, sem valor nominal, emitidas pela Companhia ("Ações"), a ser realizada no Brasil nos termos da Resolução nº 160 da Comissão de Valores Mobiliários ("CVM"), datada de 13 de julho de 2022, conforme alterada ("Resolução CVM 160"), bem como outras disposições legais e regulamentares aplicáveis ("Oferta Brasileira"), a ser conduzida pela Companhia, conforme definido nos documentos da Oferta Brasileira ("Apresentação"). Simultaneamente, poderão ser realizados esforços de colocação das Ações no exterior, nos termos da legislação e da regulamentação aplicável, sem a necessidade, para tanto, da solicitação e obtenção de registro de distribuição e colocação das Ações em agência ou órgão regulador do mercado de capitais de outro país, inclusive perante a U.S. Securities and Exchange Commission dos Estados Unidos ("SEC").

Nos termos da Resolução CVM 160, esta Apresentação será divulgada nos websites da Companhia e dos coordenadores da Oferta Brasileira ("Coordenadores da Oferta"). Esta Apresentação não pode ser reproduzida, distribuída ou repassada, direta ou indiretamente, a qualquer outra pessoa ou publicada, no todo ou em parte, por qualquer meio ou para qualquer finalidade, sem consentimento prévio da Companhia ou dos Coordenadores da Oferta. O não cumprimento dessa restrição pode constituir uma violação das leis e regulamentações aplicáveis. O termo "Apresentação" refere-se a este documento, a qualquer apresentação oral e a qualquer material escrito ou oral discutido ou distribuído.

As informações contidas nesta Apresentação ("Informações") foram elaboradas pela Companhia com base em informações publicamente disponíveis na data de disponibilização desta Apresentação e estão em forma de resumo e não pretendem ser completas. Certas informações foram obtidas de fontes externas e não foram verificadas de forma independente. Além disso, alguns dos dados relativos à indústria, ao mercado e à posição concorrencial contidos nesta apresentação provêm de pesquisas e estimativas internas da própria Companhia, baseadas nos conhecimentos e na experiência da administração da Companhia nos mercados em que opera. Embora a Companhia acredite que tais estudos e estimativas são razoáveis e fiáveis, estes, bem como a sua metodologia e pressupostos subjacentes, não foram verificados por qualquer fonte independente quanto à sua exatidão ou integridade e estão sujeitos a alterações sem aviso prévio.

Esta Apresentação não foi aprovada por nenhuma autoridade reguladora e não constitui um prospecto ou memorando de oferta ou faz parte de, e não deve ser interpretada como, qualquer oferta ou convite para vender ou emitir, ou qualquer solicitação para comprar ou subscrever quaisquer Ações da Companhia ou quaisquer outros valores mobiliários de emissão da Companhia, nem esta Apresentação ou qualquer parte dela, nem o fato de sua distribuição ou comunicação, constituirá a base de, ou será invocada em relação a, qualquer contrato, compromisso ou decisão de investimento em relação a ela, nem constituirá uma recomendação sobre os valores mobiliários de emissão da Companhia. Esta apresentação foi preparada exclusivamente para fins informativos.

Esta apresentação destina-se exclusivamente ao propósito de familiarizar potenciais investidores com a Companhia e determinar se tais investidores podem ter interesse na Oferta Brasileira, e não deve ser tratada como consultoria de investimento, jurídica, tributária ou de outra natureza. Não é direcionado aos objetivos específicos de investimento, situação financeira ou necessidades particulares de qualquer destinatário. As Ações serão ofertadas somente em jurisdições onde permitidas e na medida do permitido.

As Informações incluem números relacionados com o desempenho passado da Companhia. O desempenho passado não deve ser considerado como uma indicação de resultados ou desempenho futuros e não é feita qualquer representação ou garantia, expressa ou implícita, relativamente ao desempenho futuro da Companhia. As Informações também incluem declarações prospectivas que refletem as intenções, crenças ou expectativas atuais da Companhia relativamente, entre outros aspectos, aos resultados operacionais, à situação financeira, à liquidez, ao desempenho, às perspectivas, ao crescimento, às oportunidades, às estratégias, aos mercados e ao setor em que a Companhia opera. Estas declarações prospectivas estão sujeitas a riscos, incertezas e pressupostos e a outros fatores que podem fazer com que os resultados reais das operações, a situação financeira, a liquidez, o desempenho, as perspectivas, o crescimento, as oportunidades ou as estratégias da Companhia, bem como os dos mercados que serve ou pretende servir e o sector em que a Companhia opera, difiram materialmente dos resultados expressos ou sugeridos por estas declarações prospectivas.

As Informações não são direcionadas nem se destinam à distribuição ou ao uso por qualquer pessoa ou entidade que seja cidadã ou residente de, ou localizada em, qualquer localidade, estado, país ou outra jurisdição onde tal distribuição ou uso seja contrário à lei ou regulamento, ou que exija qualquer registro ou licenciamento em tal jurisdição. O não cumprimento dessa restrição pode constituir uma violação das leis e da regulação aplicável.

Esta apresentação contém medidas financeiras não GAAP. As medidas financeiras não GAAP contidas nesta apresentação não são medidas de desempenho financeiro calculadas de acordo com qualquer GAAP ou IFRS e não devem ser consideradas como substitutos ou alternativas ao lucro ou prejuízo líquido, fluxo de caixa de operações ou outras medidas de desempenho operacional ou liquidez. Também adotamos medidas não GAAP quando acreditamos que as informações adicionais são úteis e significativas para os investidores. As medidas financeiras não GAAP não têm nenhum significado padronizado e, portanto, é improvável que sejam comparáveis a medidas semelhantes apresentadas por outras empresas. A apresentação de medidas financeiras não GAAP não tem a intenção de substituir, e não deve ser considerada isoladamente, as medidas financeiras relatadas de acordo com as Normas Internacionais de Relatórios Financeiros ("IFRS"), conforme emitidas pelo International Accounting Standards Board. Não obstante essas limitações, e em conjunto com outras informações contábeis e financeiras disponíveis, a administração da Companhia considera as medidas financeiras não GAAP contidas nesta apresentação indicadores razoáveis para comparações entre a Companhia e seus principais concorrentes no mercado. Essas medidas não contábeis são usadas pelos participantes do mercado para análise comparativa, embora com certas limitações, dos resultados das empresas do setor e como indicadores da capacidade da Companhia de gerar fluxo de caixa.

Esta apresentação também contém estimativas e outras informações relativas ao setor em que a Companhia opera, baseadas em publicações, pesquisas e previsões do setor. Essas informações envolvem uma série de suposições e limitações, e não verificamos de forma independente a precisão ou a integridade das informações.

Você deve consultar seus próprios consultores jurídicos, financeiros e contábeis, na medida em que julgar necessário, e deve tomar sua própria decisão de investimento com base em seu próprio julgamento e na orientação de tais consultores, conforme julgar necessário, e não em quaisquer opiniões expressas neste documento.

LEIA ATENTAMENTE O MEMORANDO PRELIMINAR E O MEMORANDO DEFINITIVO (EM CONJUNTO, "MEMORANDOS DE OFERTA") RELACIONADOS À OFERTA E O FORMULÁRIO DE REFERÊNCIA INCORPORADO POR REFERÊNCIA AOS MEMORANDOS DE OFERTA, ESPECIALMENTE A SEÇÃO "FATORES DE RISCO" DE TAIS DOCUMENTOS ANTES DE TOMAR SUA DECISÃO DE INVESTIMENTO.

Ao participar da reunião em que esta Apresentação é feita ou acessar esta Apresentação, você concorda em estar vinculado às restrições acima.

Qualquer falha no cumprimento dessas restrições pode resultar em uma violação das leis e regulamentações aplicáveis.

Apresentadores



Renato Franklin

CEO

+20 anos de experiência



Elcio Ito

CFO

+25 anos de experiência



Sérgio Leme

RI & Pessoas & Estratégia EVP

+30 anos de experiência



Gabriel Succar

Diretor de RI

+11 anos de experiência

**Experiências
prévias**



Sumário da Oferta

Emissor	<ul style="list-style-type: none">VIA S.A. (“Via” ou “Companhia”)Ticker: VIIA3
Listagem	<ul style="list-style-type: none">[B]³ Novo Mercado
Tipo de Oferta	<ul style="list-style-type: none">Follow-on sob a resolução de rito automático da CVM 160 com esforços internacionais via 144A/RegS
Estrutura da Oferta	<ul style="list-style-type: none">Oferta base: 778,649,283 ações ordinárias – R\$981 mm¹ (100% primária)Bônus de Subscrição: 4 bônus de subscrição para cada 5 novas ações emitidas, sendo que cada bônus de subscrição concede ao investidor o direito de subscrever uma nova ação em até 12 meses
Use of proceeds	<ul style="list-style-type: none">Otimização da estrutura de capital da CompanhiaAprimoramento do capital de giroInvestimento em cotas subordinadas do FIDC para a carteira de crédito
Lock-up	<ul style="list-style-type: none">90 dias para a Companhia, diretores executivos e acionistas de referência (Michael Klein, Twinsf Fundo de Investimento Multimercado Crédito Privado Investimento no Exterior e Goldentree Fundo de Investimento em Ações)²
Datas Relevantes	<ul style="list-style-type: none">Soft Launch: 31 de agosto de 2023 (antes da abertura de mercado)Lançamento: 5 de setembro de 2023 (antes da abertura do mercado)Oferta prioritária: 1º data de corte: 1º de setembro de 2023. 2º data de corte: 11 de setembro de 2023. Fim do período de subscrição: 12 de setembro de 2023Pricing: 13 de setembro de 2023Liquidação: 18 de setembro de 2023
Coordenadores	UBS BB (Coordenador Líder), Bradesco BBI, BTG Pactual, Itaú BBA e Santander



Notas: (1) Considera o preço de fechamento de R\$ 1.26 em 4 de setembro de 2023; (2) Veículos da Família Klein

Estrutura Acionária, Análise de Liquidez e *Use of Proceeds*

Estrutura Acionária Atual e Pós-Oferta¹

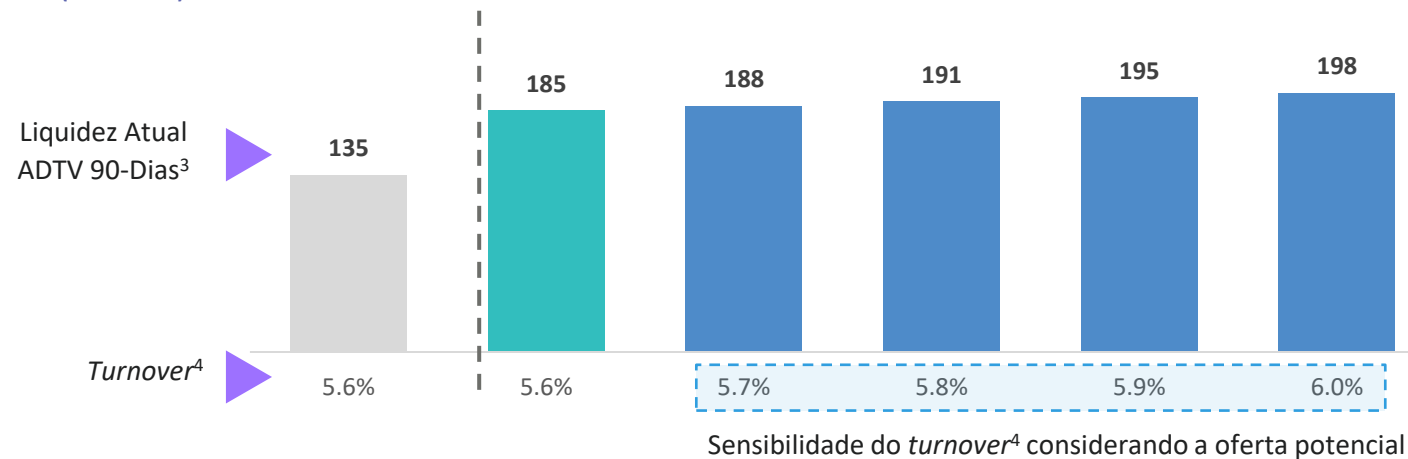


Os acionistas de referência manifestaram a intenção de subscrever a oferta proporcionalmente às suas participações



Potencial Aumento na Liquidez das Ações da Via²

(R\$ mm)



Use of Proceeds



Otimização da estrutura de capital

- Redução do crédito bancário na transição da forma de financiamento do Creditário (de CDCI para FIDC)



Aprimoramento do capital de giro



Cotas subordinadas do fundo de investimento em recebíveis da carteira de crédito (FIDC)

- Maior penetração do crediário nas vendas físicas

Melhora do fluxo de caixa e crescimento do Creditário



Fonte: Companhia, FactSet (4 de setembro de 2023). Notas: (1) Excluindo ações em tesouraria. (2) Considera uma oferta base de R\$ 981.1 milhões (778.6 milhões de ações) com base no preço de fechamento em 4 de setembro de 2023 de R\$ 1.26 por ação. (3) Considera a liquidez da empresa na B3 em 4 de setembro de 2023. (4) Calculado como ADTV/market cap do free float. Free float: excluindo ações em tesouraria, todas as ações que não pertencem à Twinsf, Michael Klein, Goldentree, equivalente a 77% das ações em circulação

Mudanças de Cenário e Priorização do Plano de Transformação

2019 – 2022

Via dos últimos anos

Foco no crescimento de GMV

Expansão de lojas, novos canais, categorias e negócios adjacentes



Ambiente macro dinâmico

Selic média de 7%, forte crescimento dos canais online e pandemia



Reinvestimentos após reorganização societária

Reforma e expansão de lojas, adição de novas categorias e investimentos no canal online, tecnologia e logística



Apostas nas tendências do momento

Marketplace, fintech, logtech/fullfillment

2023 – 2025

Via de hoje

Foco na estabilização da operação

Geração de caixa e rentabilidade para nova onda de crescimento



Momento desafiador para o varejo no Brasil

Taxa Selic em +13%, consumo e renda familiar pressionadas



Geração de Caixa e Rentabilidade

Foco na estabilização do negócio *core*, em categorias e canais subpenetrados/mais rentáveis, e na redução de custos e despesas



Disciplina na alocação/retorno de capital e na medição dos resultados

Investimentos mais seguros com retornos definidos, níveis de estoque menores e rentabilização dos ativos



Melhoria contínua com experiência do cliente

Manutenção dos investimentos em experiência dos clientes

Foco no Crescimento de GMV: expansão de lojas, novos canais, categorias e negócios adjacentes



- **Lojas físicas**
Reinvestimento na estrutura das lojas e expansão de *footprint*
- **Novas categorias**
Adição de categorias não-*core* para aumento da recorrência
- **1P Online**
Investimento significativo no canal digital, impulsionado pelo comportamento dos consumidores durante a pandemia
- **Marketplace**
Foco no crescimento acelerado da quantidade de *sellers* e SKUs
- **Aquisições e Tecnologias**
Investimentos em companhias relacionadas a fintechs (Airfox e Celer), logtechs (ASAP Log e CNT) e tecnologia

Destques Financeiros e Operacionais (2019-2022)



Via alavancará ainda mais seus diferenciais competitivos no futuro para continuar crescendo



Vantagem Competitiva

- *Top-of-mind* na **categoria eletrodomésticos e móveis**
- Conexão emocional significativa com **mais de 30 milhões de clientes ativos**

- **Líder em vendas e market share** nas categorias core e no Sudeste

- **1,100 lojas**
- **+550 cidades**
- **22 estados + DF**

- **Escala e condições comerciais únicas** com fornecedores *core*

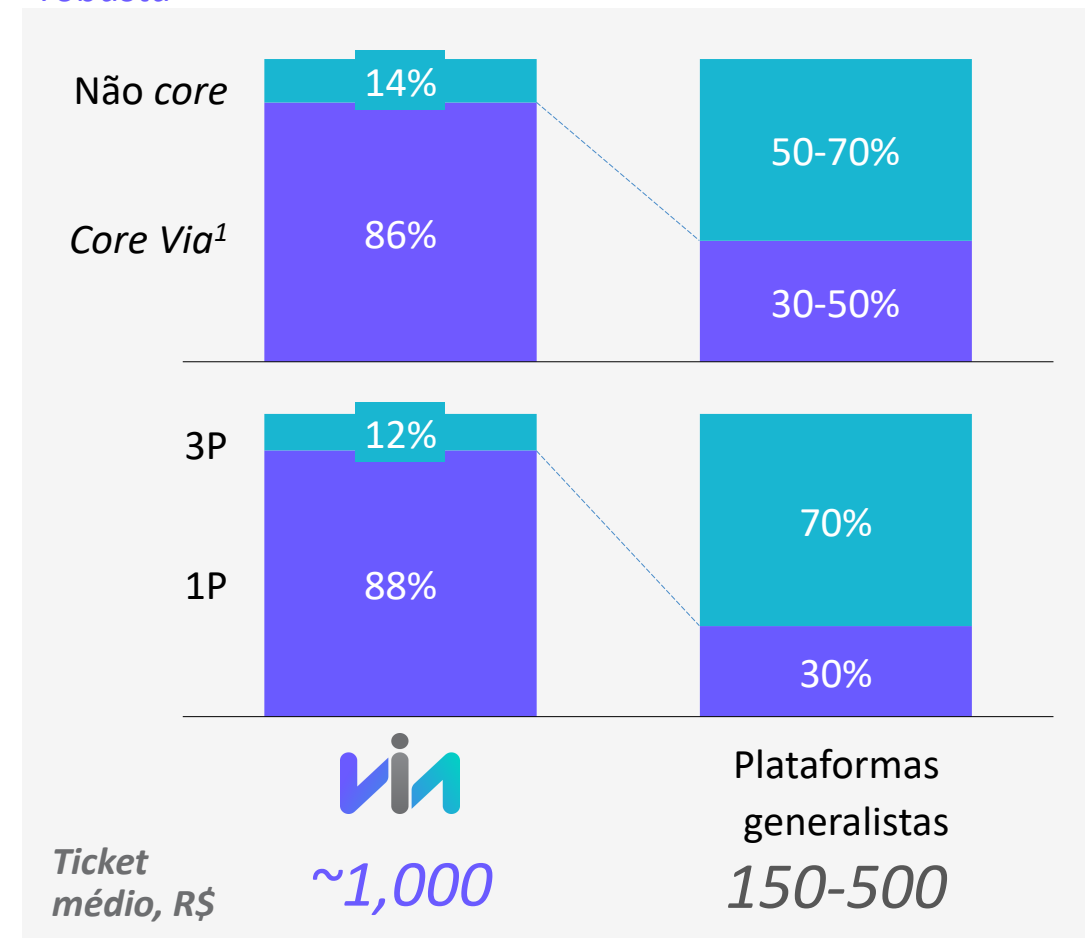
- 50%/50% do GMV *online* e *offline*, com **protagonismo nas categorias core**

- **30% de participação em lojas físicas**
- **+4M de clientes ativos**



Potencial de Crescimento

Via está mais protegida de novos entrantes devido à concentração em 1P, em categorias de maior ticket e com footprint nacional de lojas² e logística nacional robusta



Ativo



Marca e Clientes

Posição Competitiva



Protagonismo no mercado nacional



Logística e presença única no Brasil



Força comercial

Competências



Omnicanalidade



Crediário



Ordem de prioridade para o plano de 2025 da Via

Prioridades para 2025

Geração de caixa e melhoria de rentabilidade



2022

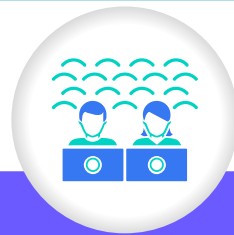


2025

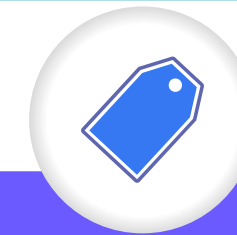
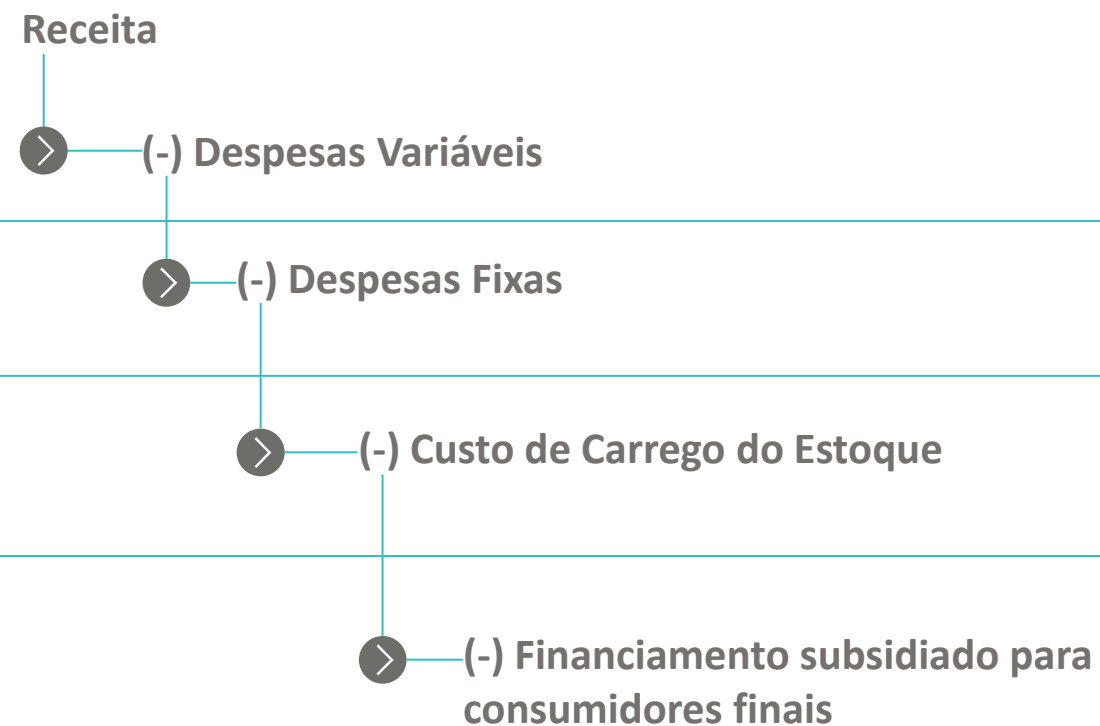


Fonte: Companhia. Notas: (1) Acima do custo de capital. (2) Tendência não considera a possibilidade de melhoria no cenário macroeconômico

Novas Métricas de Margem e Caixa



Métricas focadas em caixa e margens



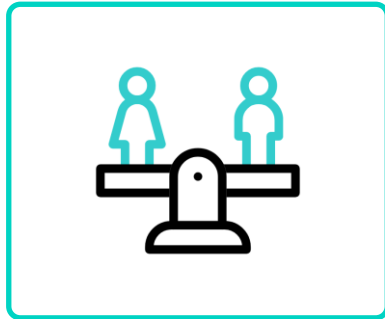
Promovendo mudanças estruturais

- Decisões estratégicas, processos e KPIs fundamentados em margem e geração de caixa
- Novas metas internas atreladas à rentabilidade da companhia
- Cultura corporativa com foco em caixa e margem vs. crescimento acelerado do GMV

Plano de melhoria operacional

	Alavanca	Progresso	Valor	
 Receita	 Produtos e Serviços Adicionais		 A	A Aumento de penetração e rentabilização de crediário e serviços adicionais
	 Precificação e Promoção			
	 Canais de Vendas			
	 Revisão de Mix e Sortimento			
 Custos Variáveis	 Eficiência de Marketing		 B	B Realocação de investimentos entre canais e categorias para maximizar margem ; lançamento de GeoFast para maior eficácia e menor custo em mídias tradicionais
	 Eficiência Comercial			
	 Renegociação de Contratos Indiretos			
 Custos Fixos	 Revisão de Pessoal		 C	C Revisão de overhead corporativo e de loja, buscando níveis ótimos de eficiência
	 Custos em Tecnologia			
	 <i>Footprint</i> e Rentabilização de Lojas		 D	
	 Otimização de Frete & CDs		 E	
 Custo de Capital <i>Impacto caixa</i>	 Migração de 1P para 3P			D Revisão de <i>footprint</i> com fechamento de 50-100 lojas com margens não satisfatórias ; revisão dos custos de aluguel , entre outros
	 Redução de Estoque Excedente		 F	
	 Revisão Política de Pagamento			
				E Melhorias na produtividade dos Centros de Distribuição e readequação de footprint alugado conforme as reduções de estoque
				F Redução de estoque com ações de saldo , revisão do sortimento de loja , migração de categorias para 3P e revisão do plano de compras

Redução de despesas com pessoal



Redução significativa de despesas com pessoal...

~R\$30 MM¹

Redução mensal nos custos com pessoal

~6,000

FTEs² reduzidos

....resultado de iniciativas de eficiência já implementadas

Eficiência da gestão

Sinergia de atividades transacionais

Sinergias de *backoffice* entre as empresas do ecossistema

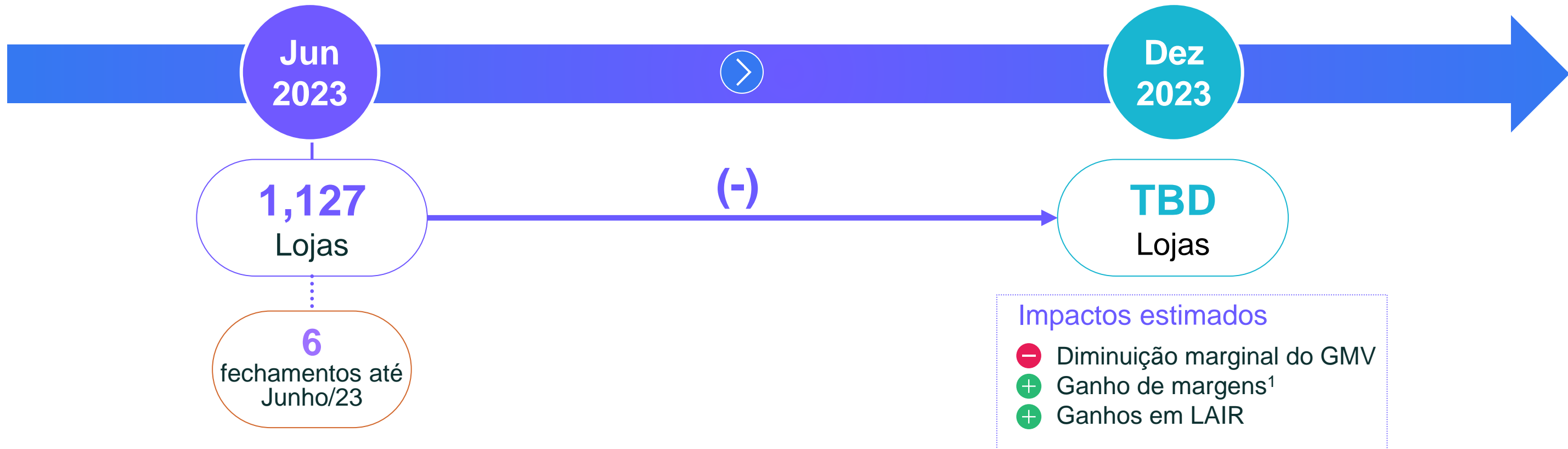
Redesenho e simplificação de processos em todas as estruturas

Revisão do modelo operacional de lojas

Footprint de lojas em revisão com o plano de otimização


Iniciativas para
aumentar a
rentabilidade:

- Redução do quadro de lojas
- Renegociação de aluguéis
- Revisão de sortimento ideal de loja
- Sublocação de áreas ociosas nas lojas



Categorias com margens negativas¹ migrarão do 1P para o 3P...



... Contribuindo de forma positiva para margens e caixa

23

Categorias migraram completamente para 3P

3

categorias migraram parcialmente para 3P

Migração marginal do 1P GMV para o 3P

(R\$ 150 MM)
em estoque¹

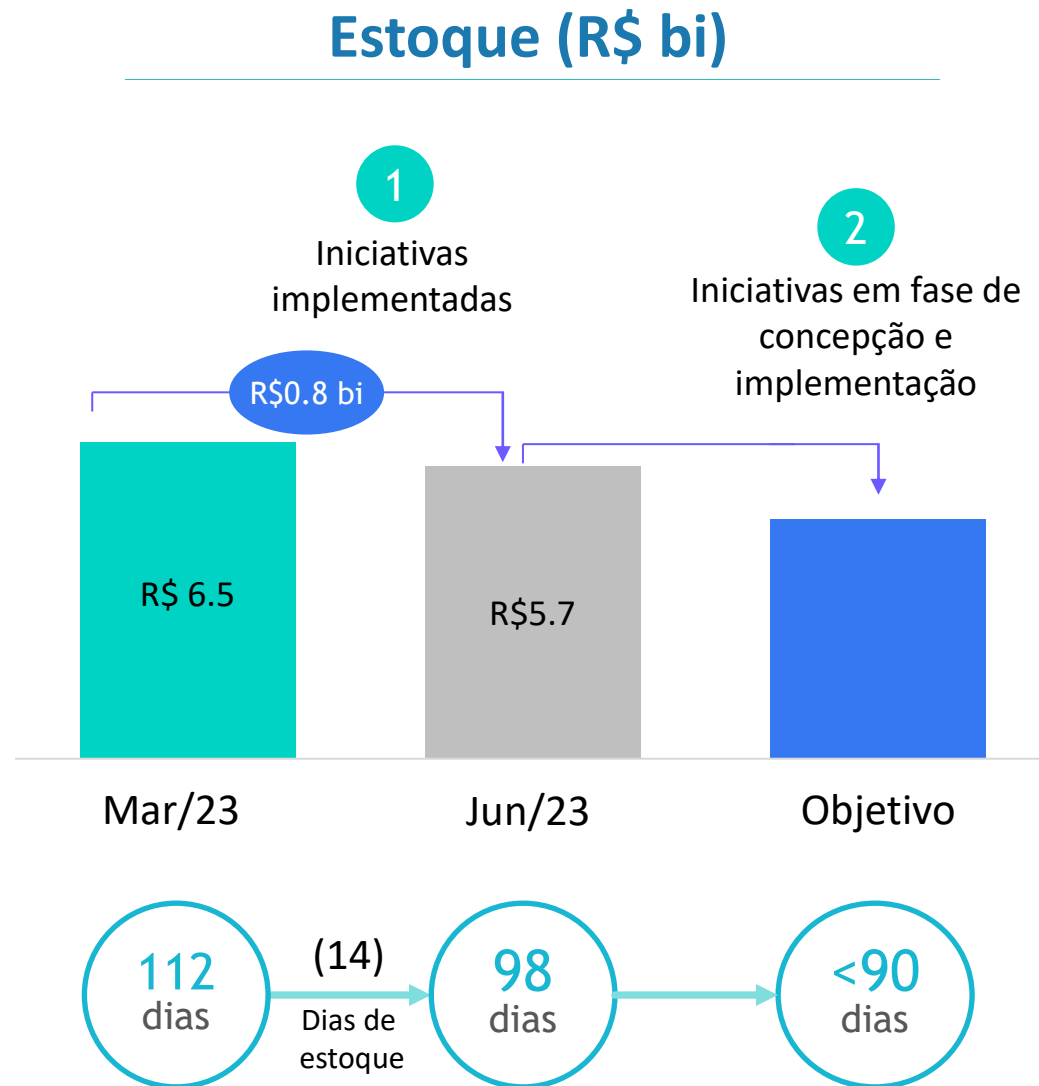
Ganhos em margem²

12,200 SKUs
migraram do 1P para 3P

R\$ 180
ticket médio

<5%
total de clientes exclusivos 1P

Estoque em processo de redução... com alavancas que viabilizam continuidade



- 1 Saldão de estoque excedente no site e no aplicativo
- 2 Saldão de estoque excedente nas lojas físicas
- 3 Migração de canal com foco em rentabilidade (1P para 3P)
- 4 Redução no número de lojas e Otimização do Centro de Distribuição
- 5 Ações de abastecimento (logística reversa para impulsionar vendas)
- 6 Refinamento do plano de compras
- 7 Revisão de sortimentos de lojas
- 8 Evolução do *S&OP*

Alavancas para revisões operacionais e de estrutura de capital

Alavancas operacionais



Alocação de capital entre diversos negócios



Disciplina e priorização de CAPEX



Otimização do capital de giro

Alavancas de estrutura de capital



Mudança no modelo de financiamento do Crediário



Acesso a novos bolsos de liquidez



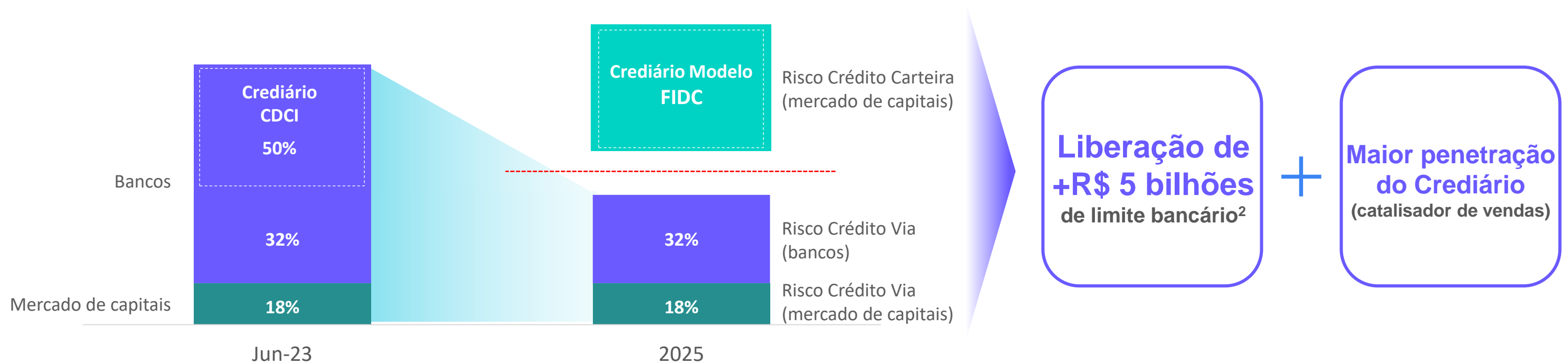
Liability Management



Monetização de ativos

Impactos e Modelos de FIDC

Exposição ao Crédito¹



2 Modelos:

Com manutenção do contas a receber no balanço

X

Sem reconhecimento do contas a receber no balanço



A depender da estruturação das cotas no fundo

Objetivos de estrutura de capital e diversificação de financiamento

Fontes utilizadas hoje



Mercado bancário



Mercado de capitais no Brasil

Novas fontes de liquidez



Acesso ao mercado de capitais internacional



Agência de fomento/banco de desenvolvimento



Diversificação bancária – acesso a um número maior de bancos

Liability Management

Processo contínuo de aprimoramento do perfil da dívida



Gestão da liquidez e endividamento garantindo a sustentabilidade financeira em todos os momentos de mercado



Maior flexibilidade financeira para execução das alavancas operacionais



Preparação do balanço para **maior crescimento a partir de 2025**



1

Monetização

Uso de créditos fiscais (Recorrente)

- R\$ 1.2 bi durante 2S23 e R\$ 2.3 bi em 2024

2

Estoque

- Potencial de forte redução

3

Ativos Imobiliários

- Potencial de redução

4

Venda de subsidiária



Em 2025 a Via será a referência no varejo em geração de valor e retorno sobre o capital investido

Onde



Fluxo de Caixa Livre Robusto



ROIC
Spread significativo sobre custo de capital



EBITDA
maior margem



Negócio resiliente em cenário econômico adverso

Como

18 alavancas de transformação (+80 iniciativas) – 11 já em fase de implementação

Revisão da estrutura de capital

Mudança cultural e do modelo de gestão

Foco estratégico de "back to basics", reforçando e rentabilizando a força do "core"

Alavancando diferenciais competitivos e investindo em inovação

A estratégia Via 2028 é baseada em 5 alavancas:



Protagonismo do online na geração de receita

Ampliar relevância do canal online, com melhorias no sortimento, da experiência digital (ex: mecanismo de busca, visualização de produtos, *check-out*, atendimento ao consumidor) e pós-vendas

+ R\$

de GMV em 2028 vs 2022



Expansão geográfica do canal físico

Ampliar presença geográfica Via, expandindo quadro de loja. Atualmente, temos mais de 200 praças mapeadas com potencial de mercado (mais de 50K habitantes) que ainda não contam com uma loja física Via

+ R\$

de GMV em 2028



Experiência em loja e rentabilização de espaços

Maximizar e rentabilizar fluxo de loja, através da sublocação de espaços para serviços de conveniência (ex: lotéricas, correspondente bancário e assistência técnica), além de parceria com fornecedores, usando espaço de loja como showroom de produtos trazendo o conceito "loja dentro de loja" que já é consolidado em outros mercados

+ R\$



Uma gama completa de serviços adicionais

Aumentar a penetração de serviços através de treinamento e incentivos para força de venda, expansão do portfolio de serviços oferecidos, promovendo uma jornada de pré e pós compra completa (ex: assinatura de compra), além do oferecimento de serviços adjacentes (ex: títulos de capitalização, consórcio e microsseguros)

+ R\$

de GMV em 2028 vs 2022



Pioneiro e líder em crediário no Brasil

Aumentar a penetração de crediário em lojas físicas com manutenção da alta rentabilidade, ampliando vendas para bons pagadores e aprimorando modelos de risco, e evolução da venda online, com melhorias na jornada de compra do cliente incentivando o crediário

+ R\$

de GMV em 2028 vs 2022

Enxergamos 8 principais *capabilities* chave para a Via trilhar sua jornada futura como especialista omnicanal

Compras e Gestão de Categorias



Planejamento avançado de Sortimento

- Otimização contínua do sortimento utilizando *advanced analytics*
- Alocação *data driven* do sortimento das lojas com maior granularidade e acurácia



Previsão de demanda

- Previsão de demanda alavancando informações existentes na Via para visão mais assertiva da indústria
- Incorporação em tempo real de dados externos para agilizar gestão de categorias

Go-to-market



CRM

- *Touchpoints* personalizados ao longo da jornada de compra
- Ofertas diferenciadas para ativação de consumidores



Experiência Digital

- Otimização da experiência digital do cliente (e.g., mecanismo de busca, *check-out*, UX)
- Maior ligação entre a jornada *on* e *offline*



Precificação

- Modelos para otimização dos preços (*on* e *off*)
- Precificação dinâmica dos competidores

Pós-Vendas



Delivery & Logística

- Expansão de opções de entrega (e.g., múltiplas opções de agendamento)
- Ampliação da utilização das lojas físicas como hub (e.g., retirada na loja, utilização do estoque da loja para entrega online)



Gestão da jornada pós-vendas

- Expansão da penetração de maneira seletiva em segmentos de clientes e canais subutilizados
- Acompanhamento dos serviços contratados pelos clientes (e.g., via App)



Marca da Casas Bahia

- Fortalecimento da marca Casas Bahia como referência em todas as categorias *core*
- *Social listening* para gestão ativa do sentimento e percepção da marca



Vantagens Competitivas da Via

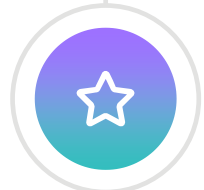
Varejo Omnicanal 1P: principais destaques e fortalezas dentro e fora da plataforma

Visão Geral

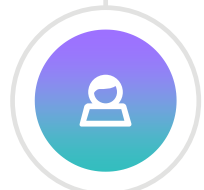
Jun/23



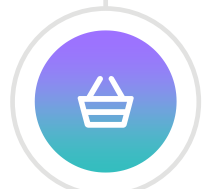
1,127
lojas



+30% de market share em 1P (On & Off)



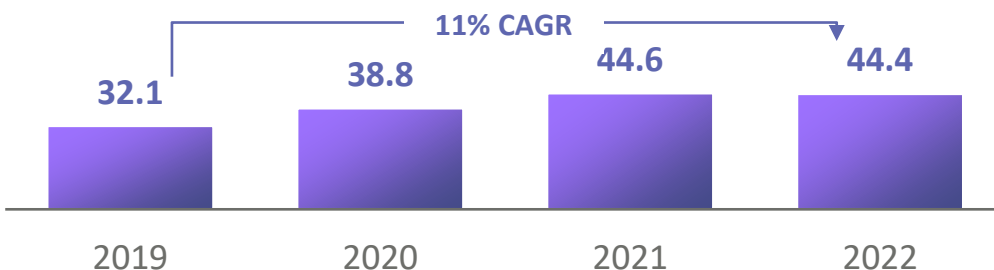
88% do GMV total



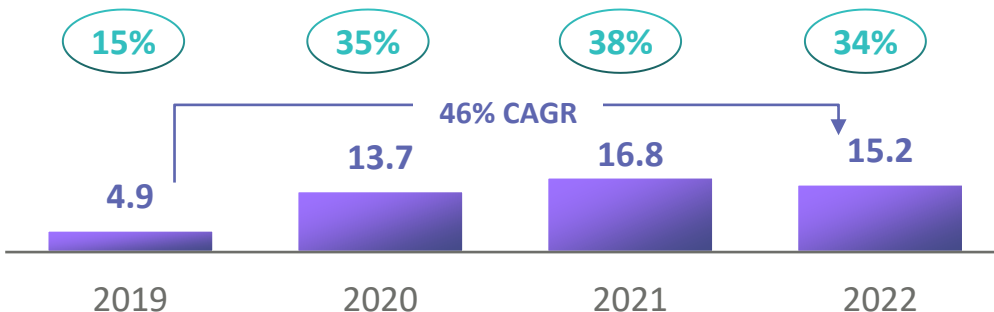
29 milhões
Clientes Ativos

GMV Bruto do Varejo Omnicanal

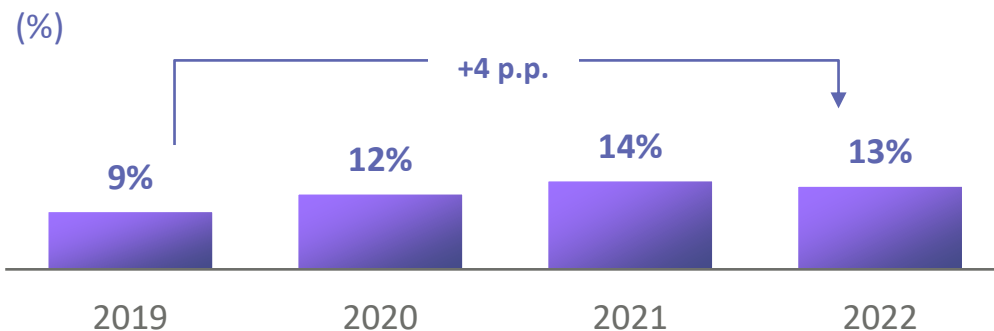
(1P Online e Lojas Físicas, R\$ bi)



GMV Bruto Online – 1P e % do varejo omnicanal



Participação da Via no mercado online¹



PONTOS FORTES

On-us **Off-us**

CASAS BAHIA **ponto:** **C6 BANK** **inter** **Ubank**

2 marcas top of mind **Esfera** **Carrefour** **livelo**

Destino de compras nas cinco maiores categorias do mercado de bens duráveis

Lojas omnicanal funcionam como um hub de relacionamento para os clientes da Via, impulsionando o online e atraindo clientes banQi

ME CHAMA ZAP Vendedores online para impulsionar as vendas das lojas

B2B: aproveitando a expertise da Via para oferecer soluções de varejo customizáveis para parceiros selecionados, aumentando a participação de mercado com CAC menor e novos clientes.

B2B: alavancando a experiência da Via para oferecer soluções de varejo personalizadas

Plano B2B



Parceiros Seletos

C6 BANK

inter

livo

nu bank

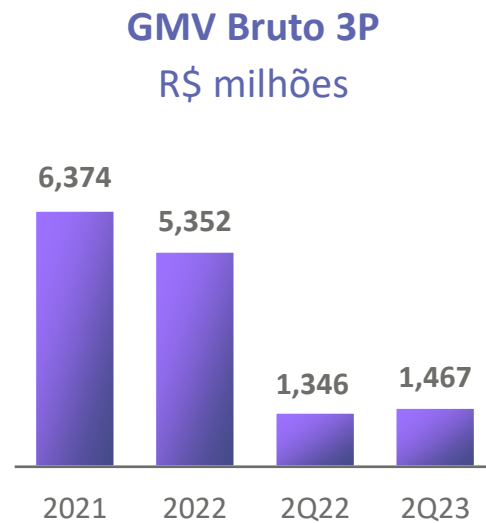
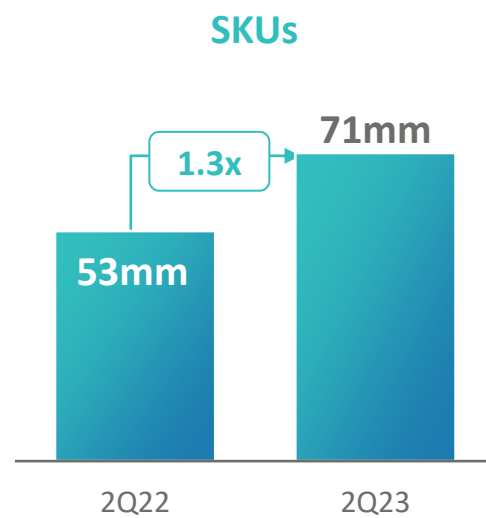
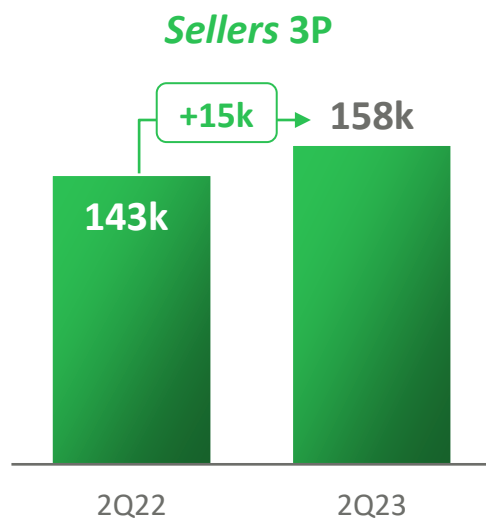
Esfera

Carrefour

Benefícios do B2B para o ecossistema da Via

- Exposição da marca** - Exposição das marcas Casas Bahia, Ponto e Extra nos principais programas de Pontos e *Marketplace*
- Novos clientes** - Canal estratégico para atrair novos clientes
- Setores** - Não há barreiras para o B2B, a Via pode entrar em vários setores
- Mercado B2B** - Referência no mercado B2B com ações de vendas rápidas e estrutura tecnológica robusta
- Prospecção** - Presença nos principais programas e um amplo roteiro de novos parceiros
- Market share** - O B2B ajuda a aumentar significativamente a participação de mercado e o poder de compra do 1P
- P&L** - Melhores margens entre as iniciativas on-line

Omnicanal 3P: principais destaques e pontos fortes do marketplace



Pilar para aumento da aquisição de clientes, ativação e recorrência. A presença da Via no dia a dia dos clientes



Melhor experiência de marketplace & nível de serviço: custos de entrega mais baixos, NPS e rastreabilidade dos pedidos



Ganhos de escala: diluição nos custos de armazenamento e entrega. Aproveitando a rede de logística nacional da Via

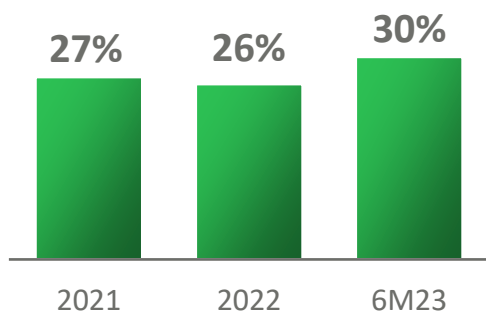


Fulfillment multi-marketplace

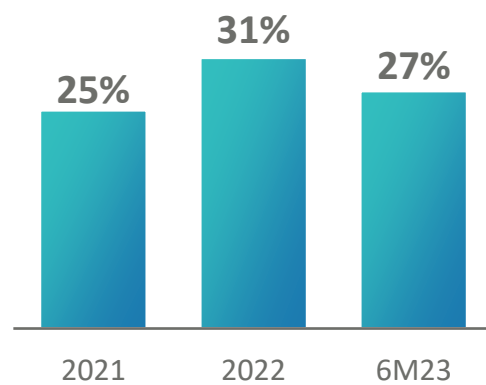


Negócio rentável mesmo excluindo receitas adicionais como Ads, Logística e Crédito

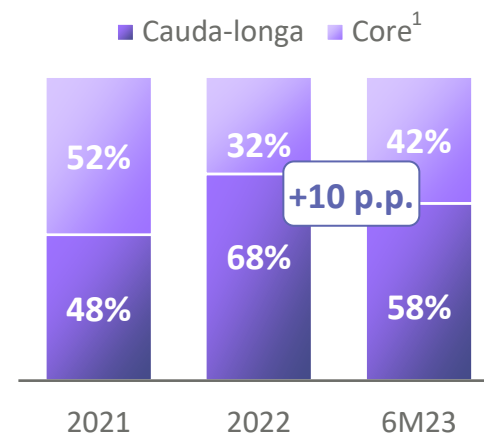
GMV Bruto 3P como % de online GMV



Porcentagem de 3P GMV produtos cauda-longa¹



Participação de Categoria por Número de Pedidos



Evolução Take Rate



Jornada da Via na oferta de serviços financeiros



Credário

(Buy Now, Pay Later)

“

Um dos primeiros varejistas brasileiros a criar um credário (CDC)”



Cartão de Crédito

“

Oferta de cartões de crédito em parceria com bancos locais”



banQi
CASASBAHIA
(Fintech)

“

Entrada no mercado de bancos digitais com o banQi”

+4.5 mm

clientes ativos

9.0 mm

clientes pré-aprovados

R\$5.3 bi

na carteira (Lojas R\$4.8bi e online R\$0.5bi)

9.1%

média histórica de perdas acima de 90 dias na carteira

Parceria com



&



3.9 mm

Clientes com cartões de marca conjunta

R\$5.6 bi

Cartões TPV

+17.3 mm

downloads

7.1 mm

contas abertas

R\$7.5 bi

TPV

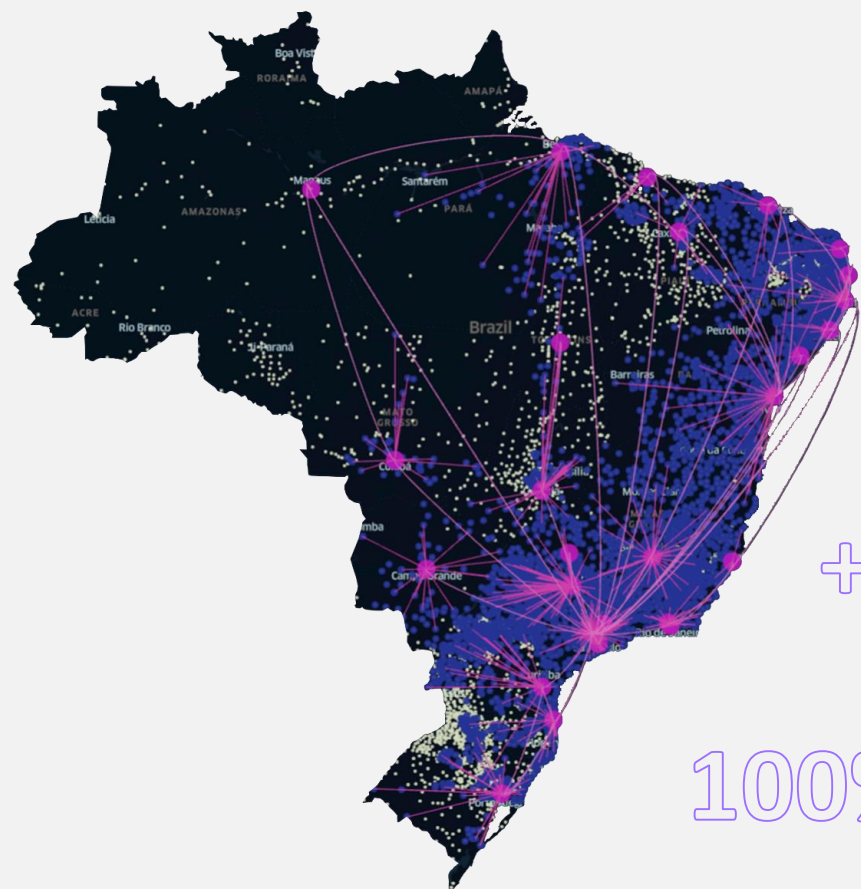
R\$15.2 bi

Transações totais

Serviços de logística: principais destaques 1P (lojas físicas + e-commerce)

Rede logística da Via

Capilaridade e capacidade inigualáveis



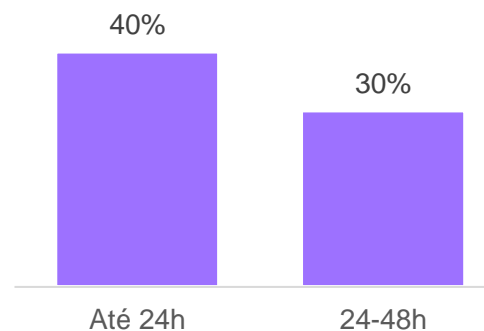
29 Centros de distribuição

23 Estados

+1,600 Estações de *cross-docking* (exc. Correios)

100% das lojas funcionando como *hubs* para *fulfillment*, última milha e Retira Rápido

Entregas em até 24h/48h 4Q22



- Entregas no mesmo dia corresponderam a **15% do total em 2022**
- Maior nível de serviço e melhor controle devido ao **novo perfil da rede logística**

Relevância da rede própria da Via nas entregas



- Nossa rede¹ própria representa **67% de todas as entregas, ~60% mais do que em 2020**

Nossa logística é um dos pilares de fortalecimento do ecossistema Via – *as a service*

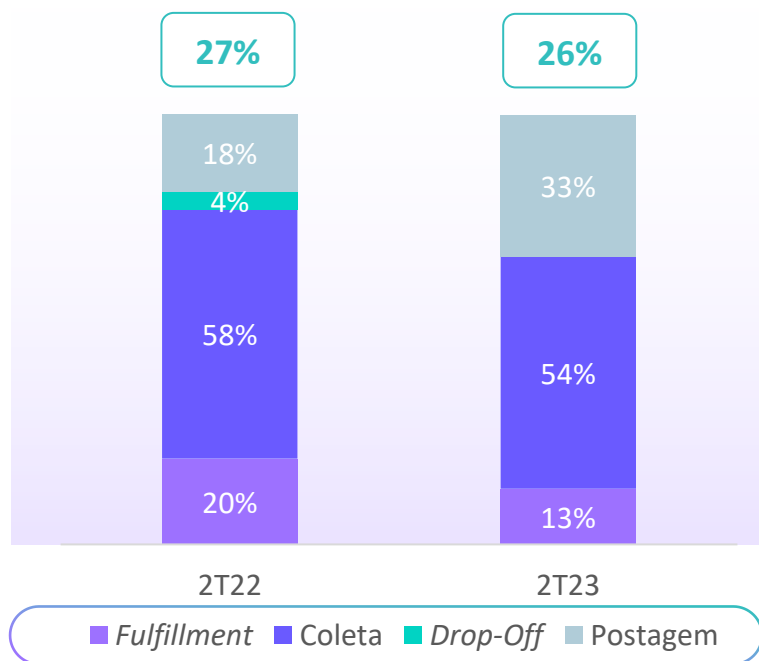
3P
e-commerce

Fulfillment

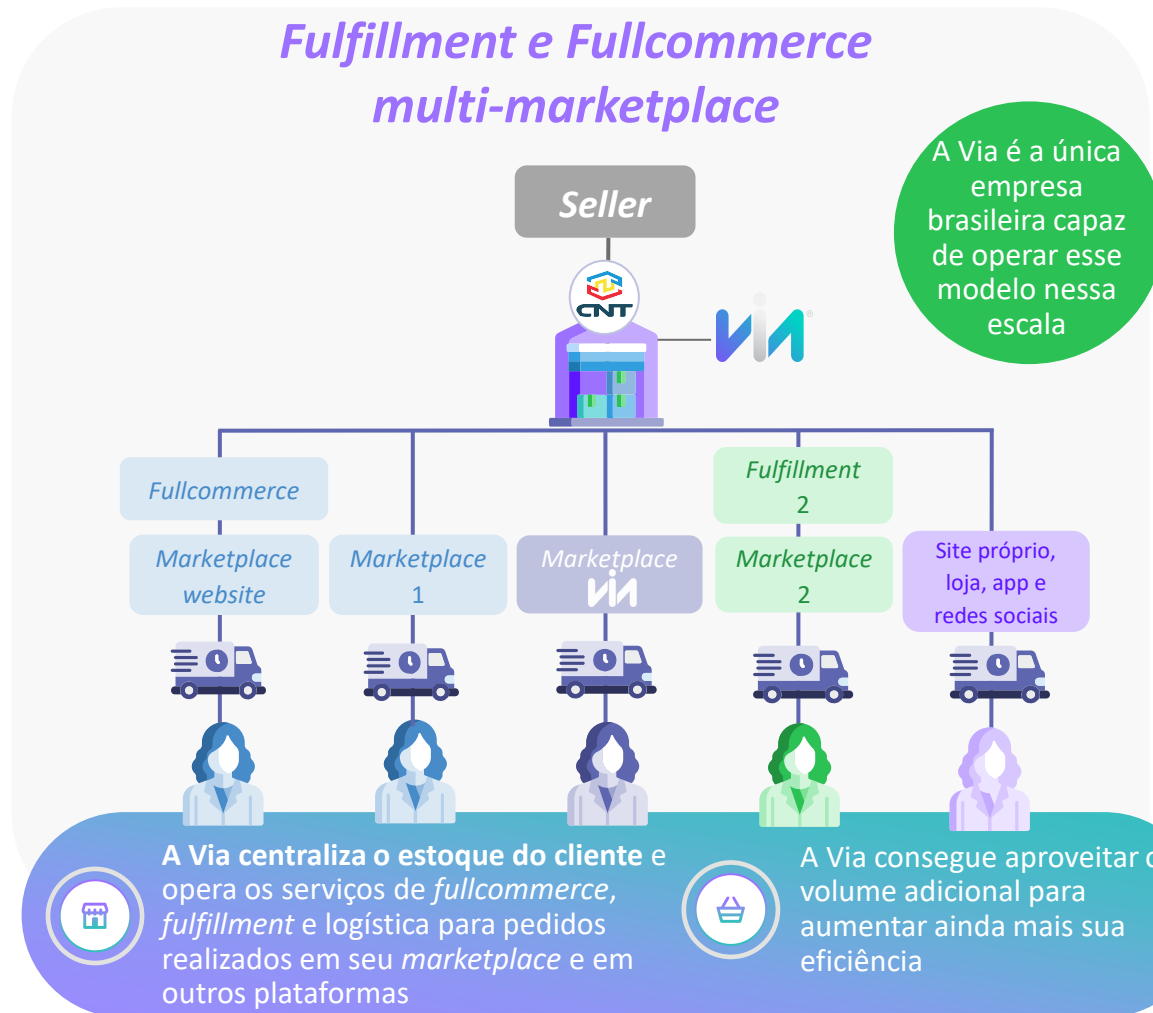
Transporte



% ENVIAS do total de entregas 3P deliveries e mix



- ✓ O serviço Envias é utilizado para coleta e envio de itens dos sellers;
- ✓ Lojas como ponto de retirada & drop-off para os sellers;
- ✓ Fulfillment.



Nossas pontos fortes de distribuição para atender *sellers* e clientes em uma abordagem **mar aberto**

Atendendo clientes B2C, B2B e D2C

Breve Histórico – Via

A Via, através de suas marcas, é parte da história das famílias brasileiras há mais de 60 anos, sendo referência no mercado de eletroeletrônicos, eletrodomésticos, móveis e soluções financeiras.





é um grande *player* omnicanal com alcance nacional



R\$44 bi
GMV Bruto
(2022)



1,127 lojas
Estratégia
Omnicanal



155

972



marcas *top of mind*
de destinação nas
categorias principais

CASAS BAHIA Desde 1957

ponto: Desde 1946



108 mm
Clientes
(~95% da população
economicamente ativa)



+29 mm
Clientes ativos



Força de vendas Via
para impulsionar as
vendas online 1P e 3P



75
NPS



market share
+30% lojas

+15% online (1P+3P)



158k sellers
71 mm SKUs
no marketplace

banQi
CASASBAHIA

+7.1 mm

Contas no banQi, nossa
fintech as a service



R\$12 bi

TPV gerado por
serviços financeiros



R\$5.3 bi

Carteira de crédito
do Crediário
(BNPL Próprio)

Envvias

26% de entregas 3P
Plataforma
Multi Marketplace



29 CDs

malha logística de
alcance nacional
logistics as a service



100% Lojas

Habilitadas como *hubs*
para Retira Rápido e
entrega última milha



Fonte: Companhia. Nota: em Junho/23

Nossas Marcas

CASAS BAHIA

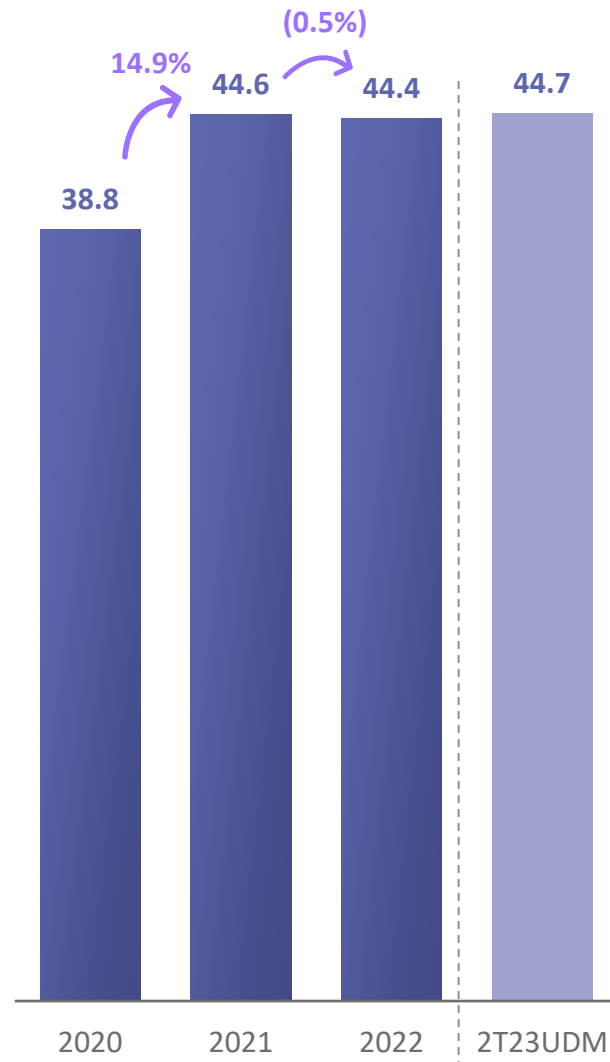
ponto: *barçira*

extra.com.br

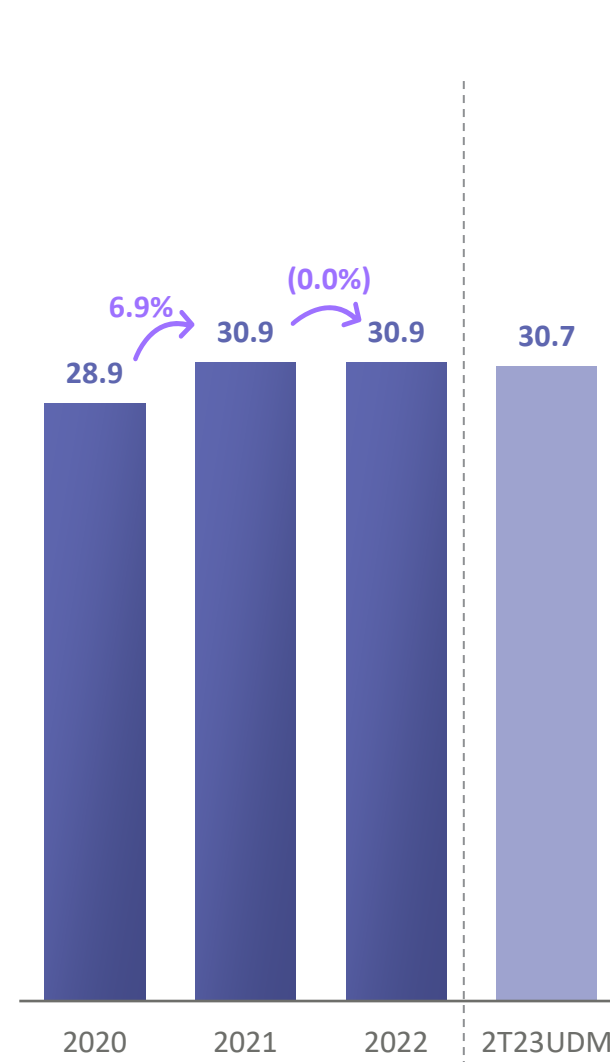
ASAP_{LOG}
PLATAFORMA LOGÍSTICA DA VIA

Destaques Financeiros

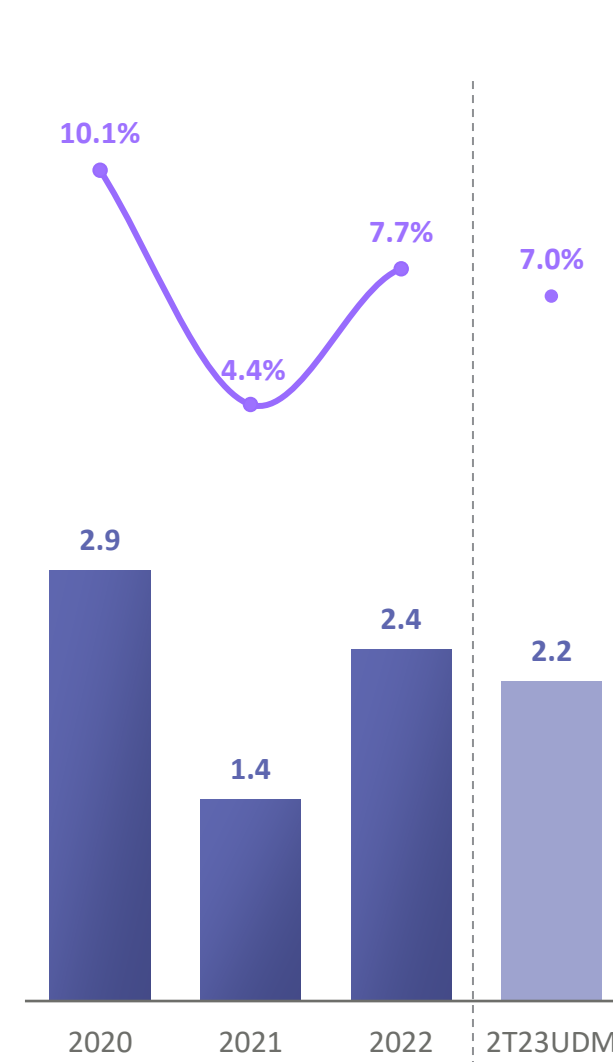
GMV Bruto (R\$ bi)



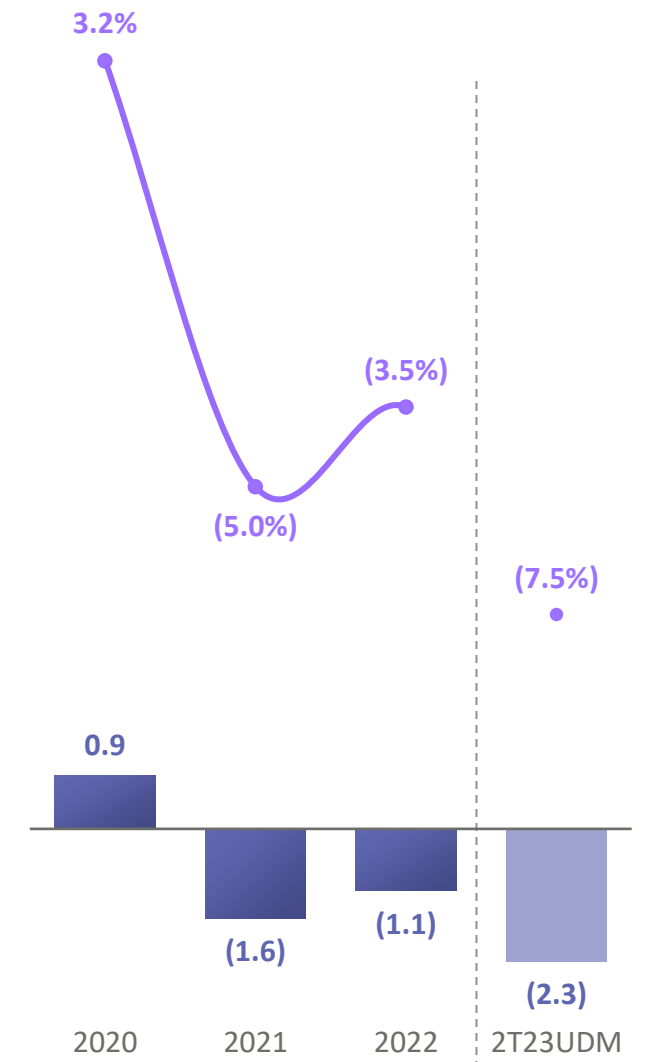
Receita Líquida (R\$ bi)



EBITDA Ajustado (R\$ bi), margem (%)



LAIR (R\$ bi), margem (%)

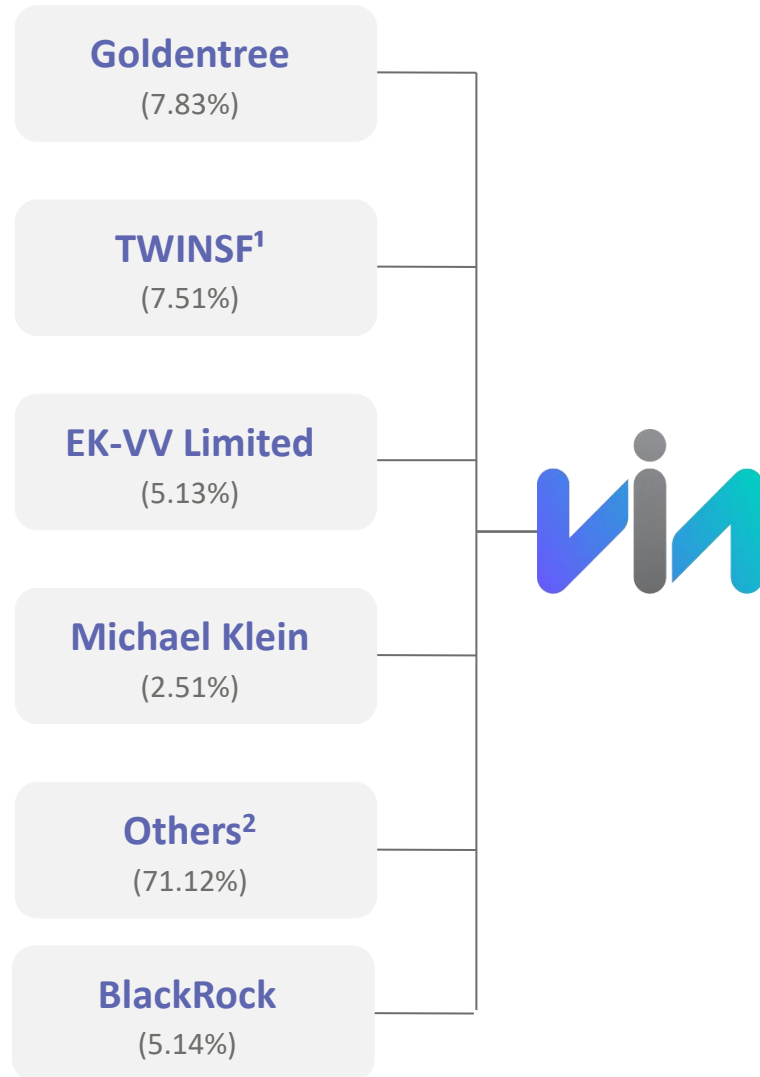


Apêndice



Apoio de um Conselho experiente e acionistas com grande experiência no varejo

Acionistas



Conselho de Administração



Comitês

- Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance
- Comitê de Pessoas, Inovação e Governança
- Comitê de Divulgação e Negociação
- Comitê de Finanças
- Comitê de Ética



Fonte: Companhia. Notas: (1) Fundo de investimentos ligado a Michael Klein, (2) Inclui as ações em tesouraria (0.93%)

Principais Iniciativas de ESG



Environmental - Ambiental



Programa Brasileiro GHG Protocol

Processo de inventário de gases de efeito de estufa



Energia Renovável

Emissão de *bonds* atrelados à sustentabilidade com meta de 90% de energia renovável até 2025



REVIVA – Programa de reciclagem da Via

3,5 mil toneladas de resíduos reciclados por 12 cooperativas parceiras. 4,7 toneladas de eletroeletrônicos descartados



Entregas de última milha (*last mile*) com veículos elétricos

geraram uma economia de 144 toneladas de emissão de CO2 em 2022

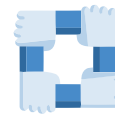


Parceria com a startup Pangeia

Ecosistema de negócios sustentáveis, se tornou a loja de produtos sustentáveis no *marketplace* da Casas Bahia, oferecendo produtos feitos por indígenas, cooperativas rurais, artesãos e produtores que respeitam o meio-ambiente



Social - Social



Fundação Casas Bahia

Em 2022, apoiamos 21 projetos e ações locais com R\$4,2 milhões investidos, beneficiando 60 mil pessoas. Nós contribuimos com a capacitação de 9.587 jovens e 8.918 empreendedores



G10 Favelas e Favela Express

Desenvolvemos um novo método para realizar entregas em comunidades vulneráveis, onde o acesso é mais difícil, em parceria com a organização G10 Favelas e a *startup* Favela Express



Diversidade

A diversidade do Brasil em nosso público interno
Meta: 42% mulheres e 45% pretos em posição de liderança (gerência e acima) até 2025



Marketplace Social

Fortalecemos e apoiamos o empreendedorismo negro para gerar renda a empreendedores afrodescendentes



Governance - Governança



Mulheres na Liderança

Sra. Claudia Quintella Woods foi eleita membro independente do Conselho de Administração da Companhia, reiterando o compromisso da Via com diversidade, e buscando melhorar a governança corporativa da Via



Listada no Novo Mercado e parte dos índices ISE¹, ICO2² e IGPTW³ da B3



Programa de Governança de Privacidade

Processos de *Privacy by Design* e cumprimento da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)



Signatária do Pacto Global



Global Reporting Initiative (GRI), metodologia de relato global



Via de Respeito

Via de Respeito é um programa contra assédio e discriminação

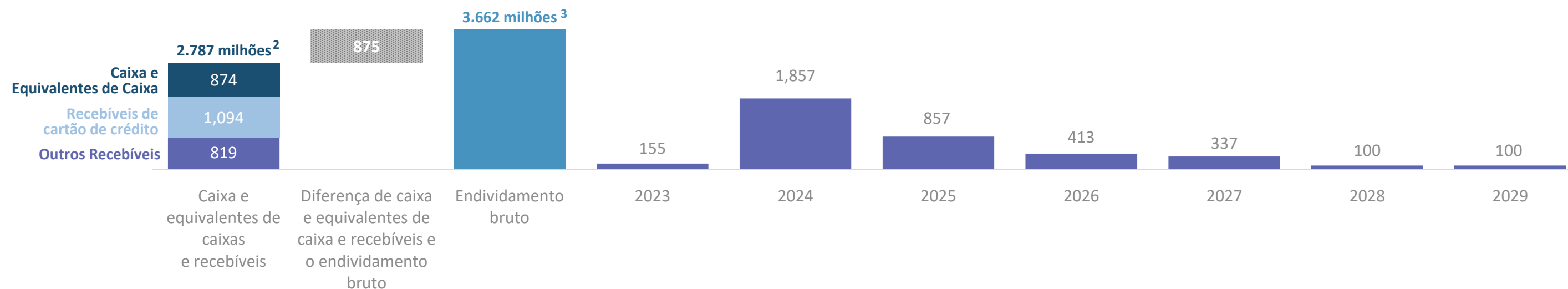
Perfil da Dívida e análise de liquidez 2023-2029

Perfil da Dívida⁽¹⁾

Instrumento	Moeda	Balanço (R\$mm)	Taxa de Juros	% do Total
Dívidas em moeda local	BRL	80	CDI + 2.63%	2%
Debênture	BRL	3,238	CDI + 2.57%	88%
Debênture	BRL	344	IPCA + 8.24%	9%
Total		3,662	CDI +2.6%	100%



Análise de Liquidez e agenda de amortização (R\$ milhões)

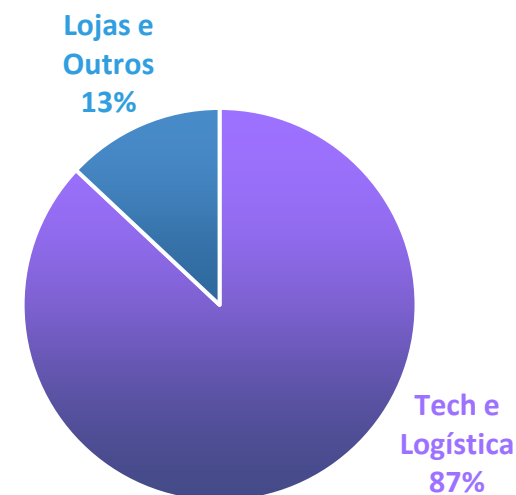


Fonte: Companhia. Notas: (1) Financiamento de crediário (Crediário/BNPL) para clientes, através de instituições financeiras não é considerada dívida. (2) O Caixa e equivalentes de caixa e recebíveis representa a soma de caixa e equivalentes de caixa, contas a receber de administradoras de cartões de crédito e outros (contas a receber - B2B e outras contas a receber). (3) O Endividamento Bruto corresponde ao somatório dos saldos de empréstimos em moeda nacional, debêntures e notas comerciais (circulante e não circulante), e não considera os saldos de passivo de arrendamento, fornecedores portal, fornecedores risco sacado (convênio) e Crédito Direto ao Consumidor com Interveniência do vendedor ("Repasse para instituições financeiras - CDCI").

Análise de CAPEX e Capital de Giro 2021-2023

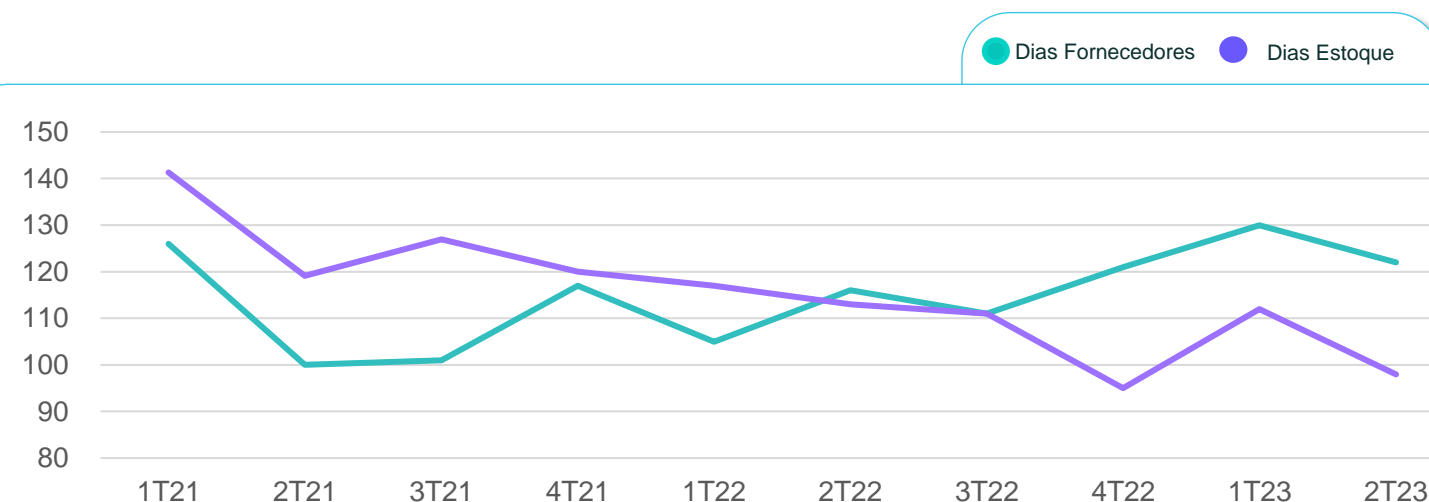
CAPEX

R\$ milhões	2T23	2T22	%	2022	2021	%
Logística	4	11	(66%)	52	87	(40%)
Novas Lojas	1	40	(98%)	180	223	(19%)
Renovação de Lojas	13	15	(16%)	56	154	(64%)
Tecnologia	78	163	(52%)	654	514	27%
Outros	1	29	(97%)	64	62	3%
Total	96	258	(63%)	1,006	1,040	(3%)



Capital de Giro

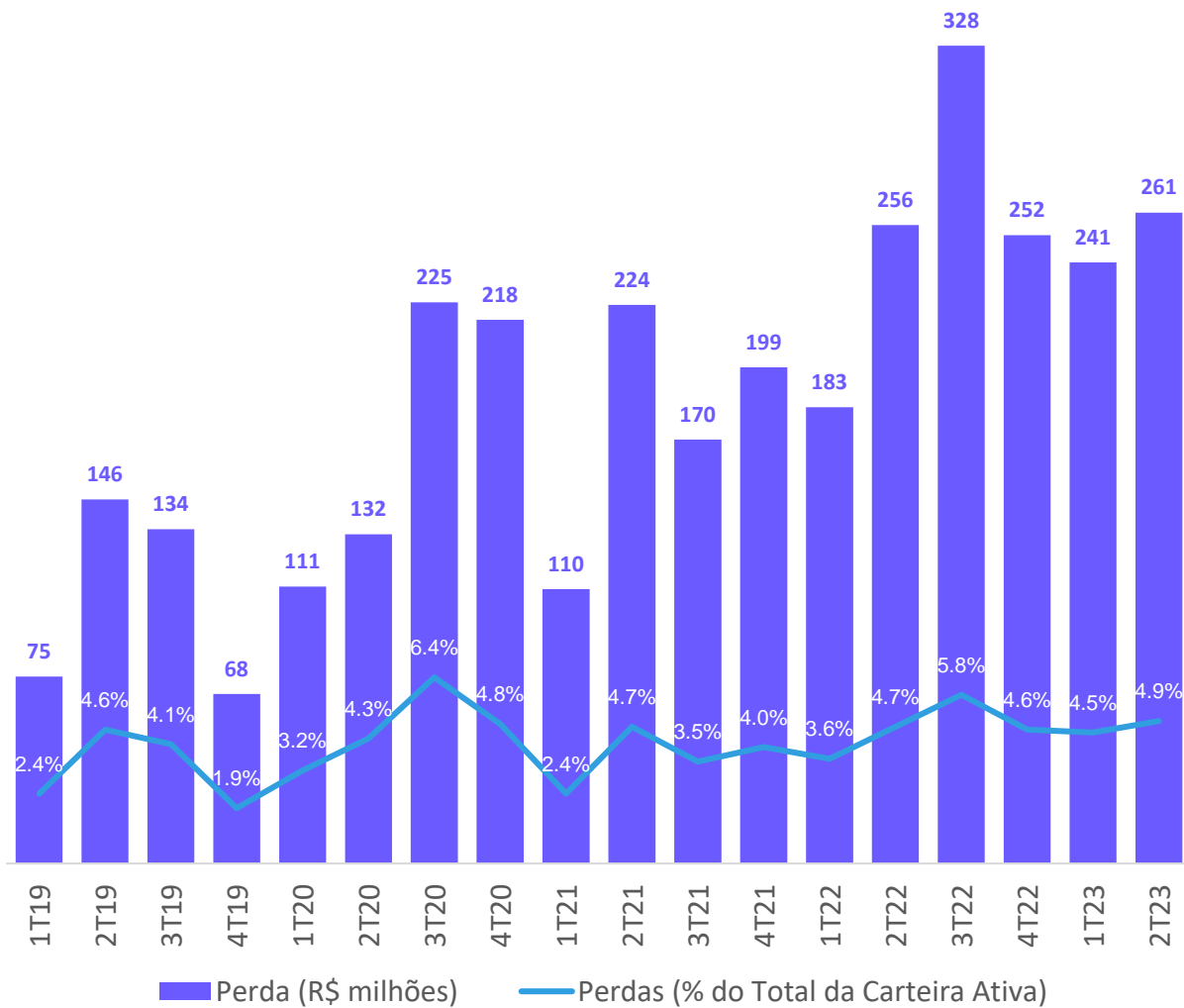
R\$ milhões	2T23	2022	2021	2022 vs. 2021
(+/-) Estoque	5,738	5,574	7,512	(1,578)
Dias de Estoque ¹	98	95	120	(25 dias)
(+/-) Fornecedores sem convênio e não revenda	7,151	7,078	6,940	138
Convênio	1,550	2,463	1,904	559
Não revenda	714	830	810	20
Dias Fornecedores Total ²	122	121	117	4 dias
Variação no Ciclo financeiro ³	24	26	(3)	29



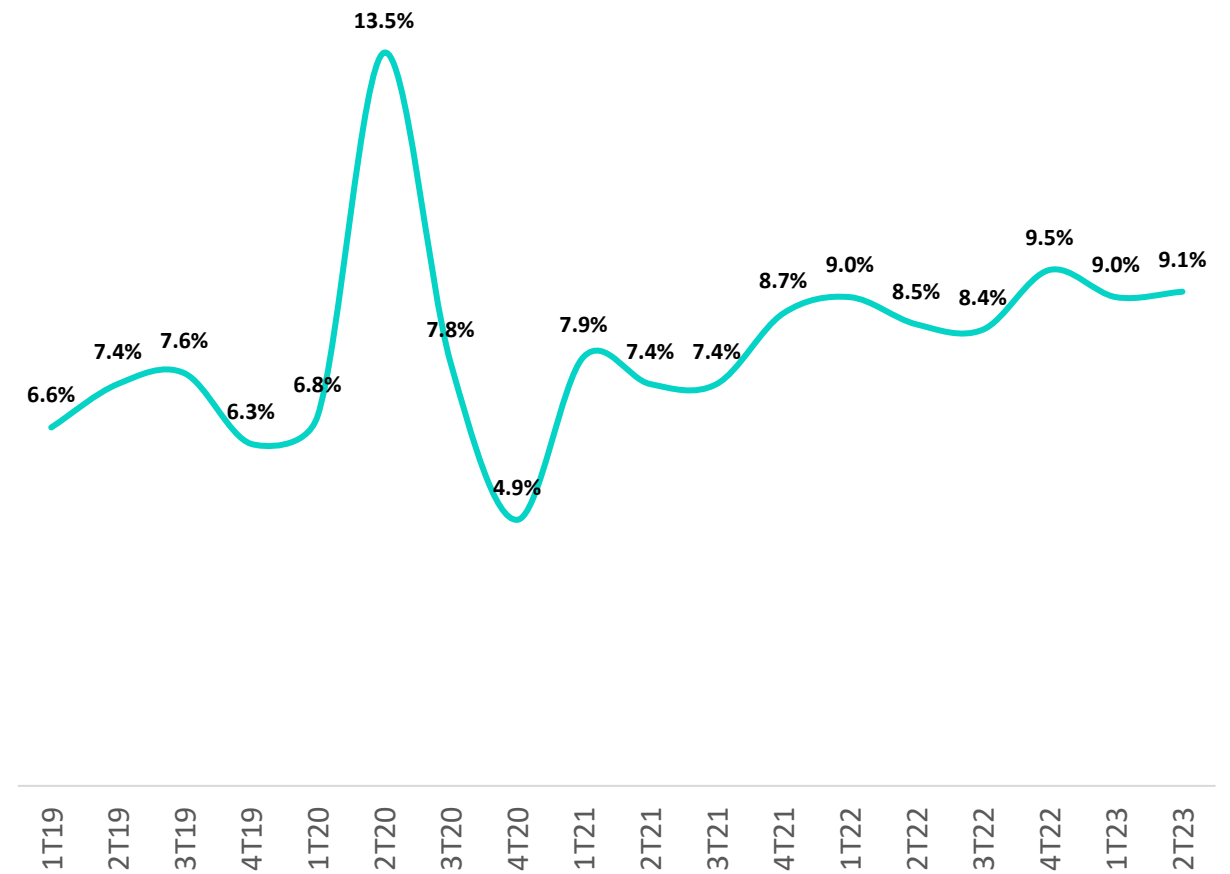
Fonte: Companhia. Notas: (1) Considera o valor do saldo em estoque dividido pelo CMV dos últimos 12 meses multiplicado por 360 dias. (2) Considera o valor do saldo de fornecedores dividido pelo CMV dos últimos 12 meses multiplicado por 360 dias. (3) Considera a subtração entre Dias Fornecedores Total e Dias de Estoque

Histórico de Inadimplência do Crediário – NPL e *Over 90*

NPLs (R\$ milhões e % da carteira total)

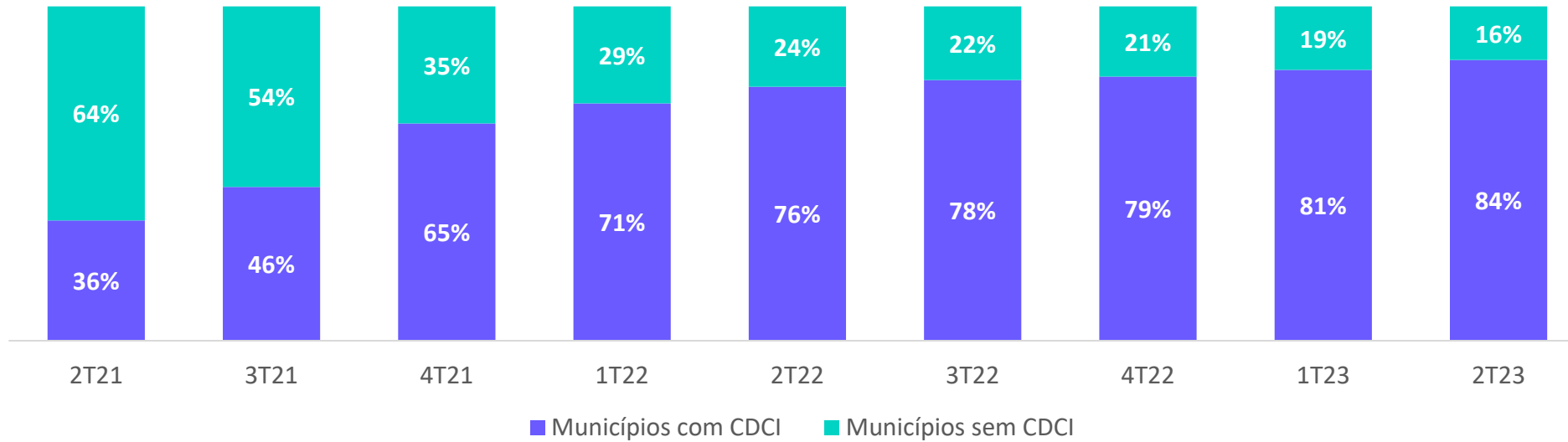


Over 90 (%)



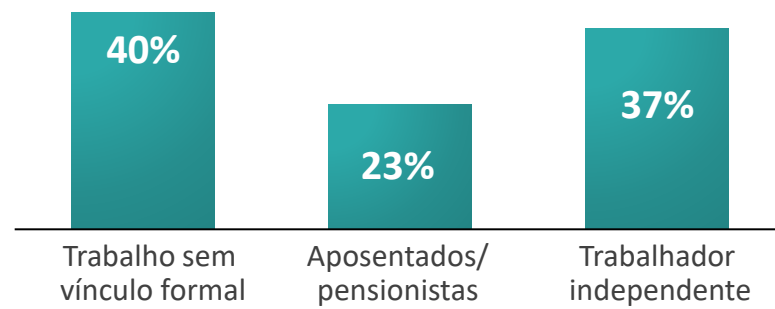
Perfil do Cliente de Crédito da Via

Penetração do Crediário em Municípios Brasileiros (%)

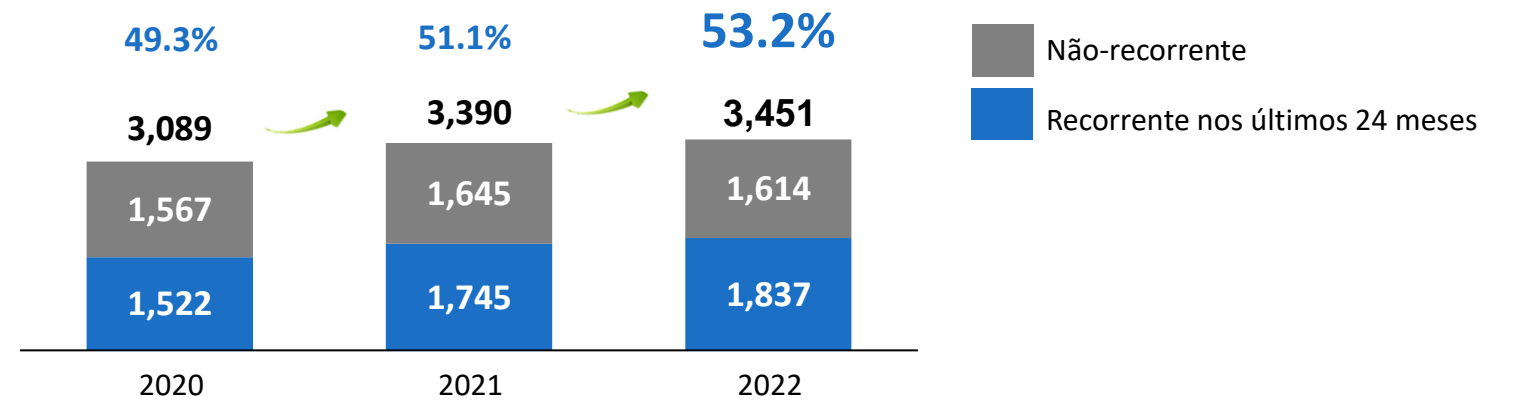


Crédito de venda digital em
+4,100
Municípios sem lojas físicas

Ocupação (2022)



Clientes e recorrências nas lojas





VIIA3

B3 LISTED NM

VIAYY

ADR PROGRAM

