



RESULTADOS
>> > 1T20

Fundação Casas Bahia



Ações Emergenciais COVID-19

Articulação	→	Governos, comunidades, entidades, empresas, parceiros
Agilidade	→	Definição das ações em poucos dias
Gestão	→	Visão estratégica de Sustentabilidade/CSR + atuação empresarial com propósito
Reputação	→	"10ª Marca mais lembrada na pandemia" Fonte: Instituto Croma Insights

R\$ 5,3 milhões em doações em diversas frentes:

- R\$ 1 milhão para o Fundo Emergencial Mulher Empreendedora (F.E.M.E) para 2 mil mulheres empreendedoras de comunidades do Rio e SP e apoio ao Fundo Periferia Empreendedora para concessão de crédito
- R\$ 3 milhões para a Live de Sandy e Junior na qual a Fundação dobrou o total arrecadado pelo público e arredondou a doação para 1000 toneladas de alimentos para mais de 6.105 Instituições cadastradas no Mesa Brasil, do SESC-DF
- 4 mil cestas básicas, 300 kits de produtos de higiene e limpeza, camas e colchões, eletrodomésticos e eletrônicos para comunidades, hospitais e governos municipais, estaduais e federal
- Logística para conserto de mais de 90 respiradores de hospitais em parceria com montadoras do ABC
- Logística dos tecidos para a fabricação de 62 mil máscaras do projeto Doe Máscara

Destaque Online – 1T20

GMV Total de R\$7,8 bilhões, sendo 27% no canal *online*, com crescimento de 8,0 p.p. acima do 1T19

Robusto crescimento no *online*:

- 1P – crescimento:
+52% no 1T20 e +60% em março/20
- 3P – crescimento:
+27% no 1T20 e +37% em março/20

Crescimento exponencial de usuários ativos nos apps, de 1,5 milhão em junho/19 para 8,0 milhões em março/20. Em abril/20 chegamos em 11,2 milhões



Destaque Financeiros – 1T20

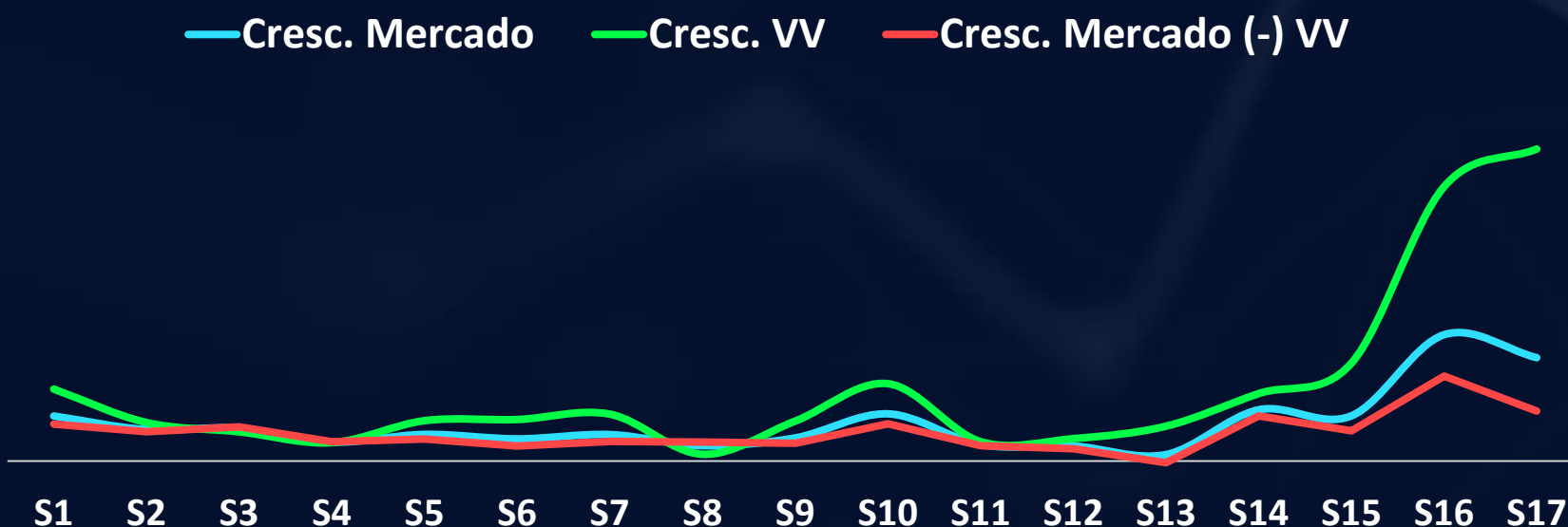
- Reversão de prejuízo de R\$50 milhões para Lucro Líquido de R\$13 milhões no período (ou Lucro Líquido de R\$100 milhões, estimados sem efeitos da COVID-19)
- Margem bruta de 30,7%, 3,1p.p. acima do 1T19, com Lucro Bruto no trimestre de R\$1,9 bilhão, crescimento de 11,5% vs 1T19
- Margem EBITDA Ajustada de 9,8%, 1,7p.p. acima do 1T19, com EBITDA Ajustado atingindo R\$621 milhões, crescimento de 22% vs 1T19
- GMV Total de R\$7,8 bilhões, sendo 27% de participação do canal *Online*, com crescimento de 8,0p.p. acima do 1T19. Em março/20 o canal *Online* já representou 34% do GMV Total
- Encerramos o trimestre com caixa, incluindo recebíveis de cartão de crédito não descontados, de R\$2,9 bilhões

Market-share

AUMENTO EXPRESSIVO

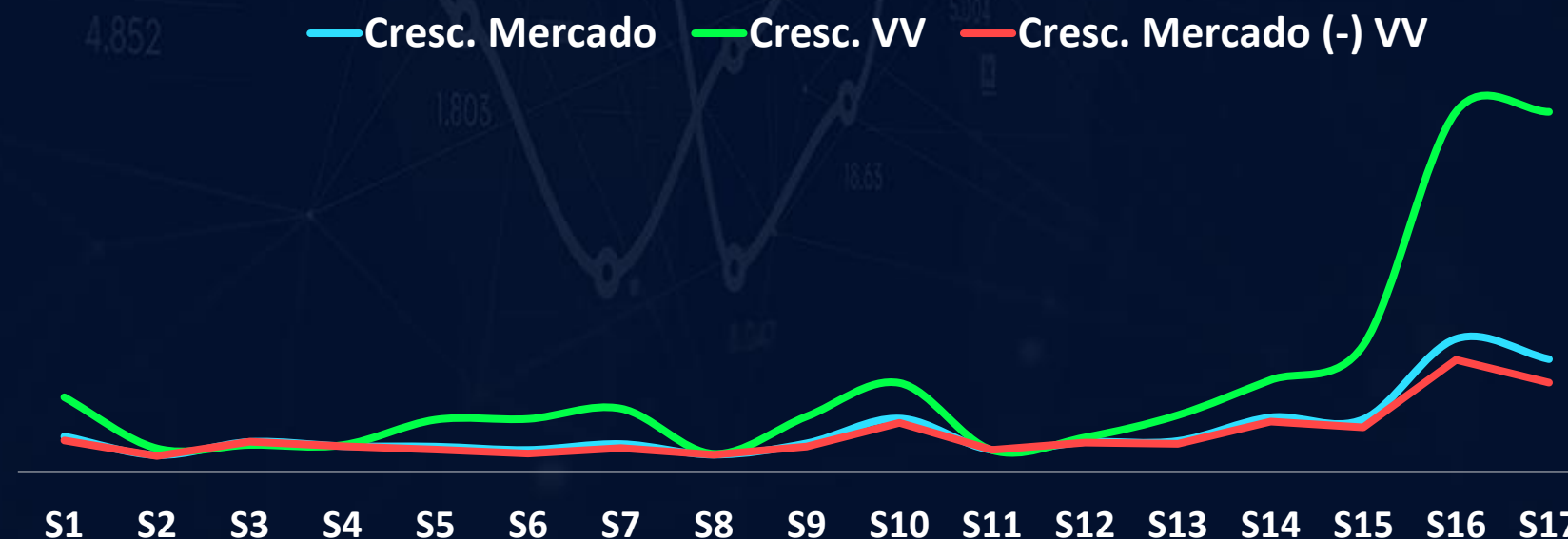
GfK : Mercado *online* vs Via Varejo *online*

- na 13ª semana a VV cresceu **43%** e mercado (-) VV -2%
- na 14ª semana a VV cresceu **83%** e mercado (-) VV 56%
- na 15ª semana a VV cresceu **120%** e mercado (-) VV 37%
- na 16ª semana a VV cresceu **337%** e mercado (-) VV 104%
- na 17ª semana a VV cresceu **383%** e mercado (-) VV 61%



Compre&Confie: Evolução Market-share - Total *online*

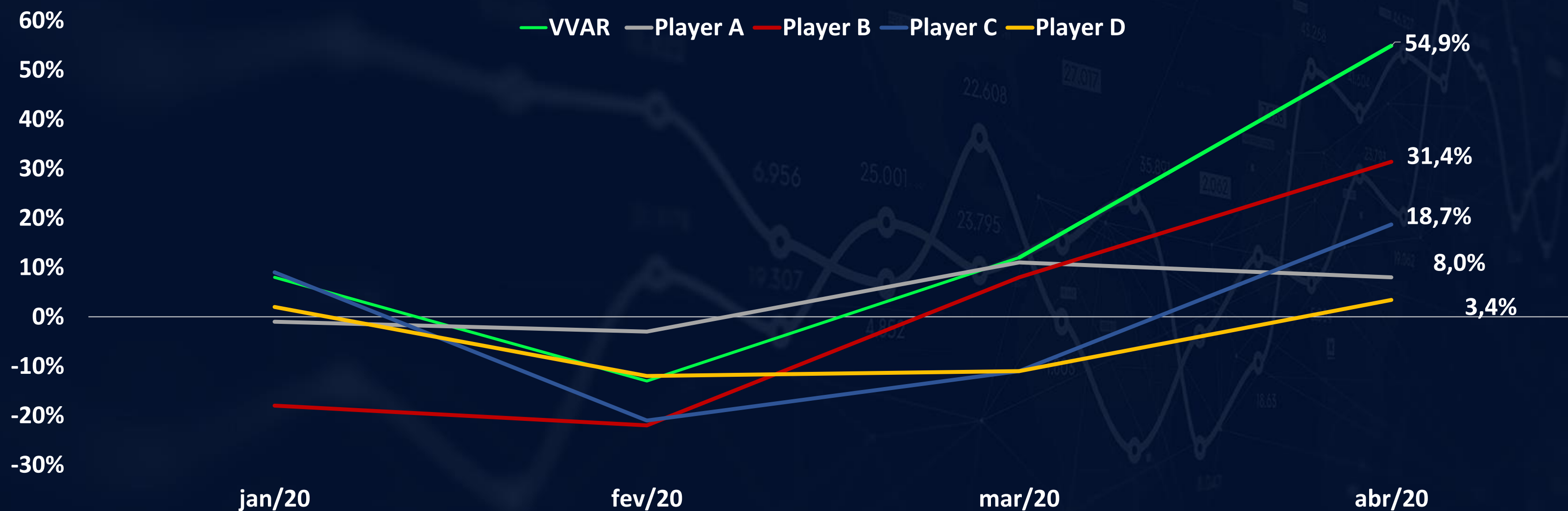
- na 13ª semana a VV cresceu **148%** e mercado (-) VV 24%
- na 14ª semana a VV cresceu **178%** e mercado (-) VV 43%
- na 15ª semana a VV cresceu **208%** e mercado (-) VV 38%
- na 16ª semana a VV cresceu **308%** e mercado (-) VV 96%
- na 17ª semana a VV cresceu **307%** e mercado (-) VV 76%



Visitas

AUMENTO EXPRESSIVO

Similar Web: Crescimento Mercado



CRESCIMENTO

EXPONENCIAL EM NOSSOS APPS



CRESC. VISITAS a.a

+345% 1T20

+450% março/20

MILHÕES DE USUÁRIO
MENSAIS ATIVOS

7,5x

1,5M em junho/19

11,2M em abril/20

VENDAS

9% GMV 1T19

18% GMV 1T20

22% GMV abril/20

MAU



Demais Destaques

- Atingimento de **70%** do orçamento de vendas
- Criação dos **vendedores online** (“ME CHAMA NO ZAP”). Participação em **20% do GMV** desde o lançamento
- Lançamento do **CDC Digital**, para vendas online
- Pagamento de **62%** das parcelas do **CDC** em abril, sendo que demos carência. **Pagamentos foram via digital ou lotéricas/agências**, lembrando que 94% dos clientes pagavam na loja
- Fábrica da **Bartira** passou a exportar para os EUA

CAPEX

- **Iniciativas de tecnologia** serão mantidas em R\$ 300 milhões/ano. **Expansão e reformas** tiveram seus investimentos congelados no momento

ME CHAMA NO ZAP

Criação inovadora dos vendedores online. Participação em 20% do GMV desde o lançamento



Casas Bahia
Promovendo e-commerce com WhatsApp Business

CASO DE SUCESSO

Com o fechamento das lojas físicas por conta da pandemia do novo coronavírus (COVID-19), a Casas Bahia recorreu às Páginas de suas lojas regionais no Facebook para fazer campanhas de cliques para o WhatsApp que as ajudassem a continuar vendendo.

O OBJETIVO

Da loja física para o online

Com as medidas tomadas para conter a COVID-19, como quarentena e fechamento de lojas, a Casas Bahia, que estava em pleno processo de aceleração digital, encontrou-se diante de um desafio: levar todos os esforços das lojas físicas para o online – e continuar vendendo somente pelo digital.

Humanizamos o e-commerce, digitalizamos nossa força de vendas, e o mais importante, criamos um serviço relevante para os clientes. O WhatsApp é uma ferramenta que chegou pra digitalizar o brasileiro e mesmo quem ainda não tenha realizado uma compra online, se sente confiante e assistido pelo vendedor, que faz uma verdadeira curadoria ajudando na melhor decisão e nas etapas da compra.

Ilca Sierra

Diretora de Marketing e Comunicação, Via Varejo

O SUCESSO

Humanizando o e-commerce

Com a digitalização de todas as suas lojas físicas e a implementação do WhatsApp Business como principal canal de venda, a campanha levou milhões de consumidores para o e-commerce.

- 30 milhões de pessoas viram os anúncios¹
- mais de 30 mil campanhas promovidas²
- mais de 800 contas de anúncios³

A SOLUÇÃO

Contando com o WhatsApp Business



RESULTADO

1T20 s/ COVID19 c/ IFRS16

	1T2020 Contábil	Impacto Covid	1T2020 Ajustado	Var. vs ajustado Abs	%
> Venda Total (GMV On + Lojas Físicas)	7.840	726	8.566	+198	+2%
> Lucro Bruto (%RL)	1.948 30,7%	161	2.110 30,4%	+5 -0,5p.p.	+0% -2%
> SG&A (%RL)	-1.386 -21,9%	-64	-1.450 -20,9%	+148 +2,6p.p.	-9% -11%
> EBITDA Ajustado (%RL)	621 9,8%	97	718 10,3%	+171 +2,3p.p.	+31% +29%
> Resultado Financeiro	-318 -5,0%	34	-284 -4,1%	-15 -0,1p.p.	+5% +3%
> Lucro Líquido	13 0,2%	87	100 1,4%	+67 +1,0p.p.	+205% +199%

RESULTADO

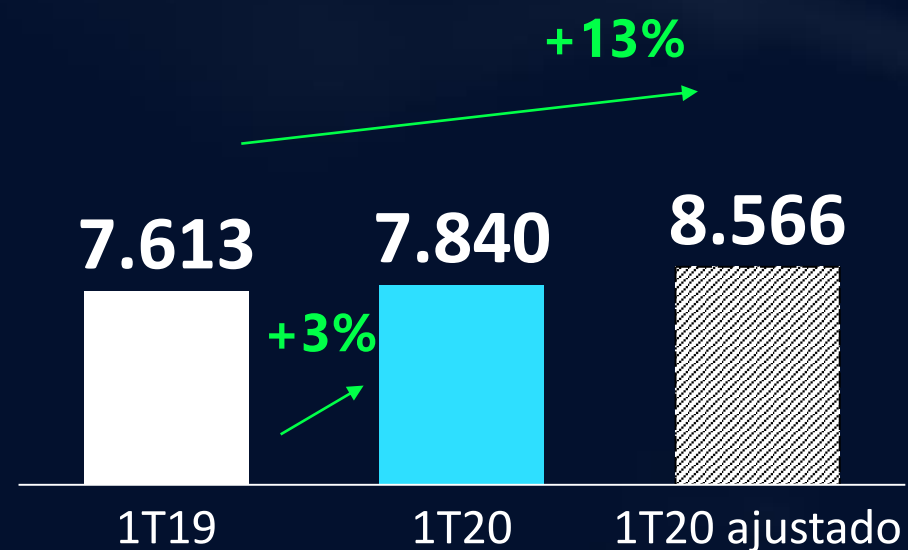
1T20 c/ IFRS16 Contábil

	1T2019 Contábil	1T2020 Contábil	Var _{Abs}	Var%
› Venda Total (GMV On + Lojas Físicas)	7.613	7.840	+227	+3%
› Lucro Bruto (%RL)	1.747 27,6%	1.948 30,7%	+201 +3,1p.p.	+12% +11%
› SG&A (%RL)	-1.291 -20,4%	-1.386 -21,9%	-95 -1,5p.p.	+7% +7%
› EBITDA Ajustado (%RL)	510 8,1%	621 9,8%	+111 +1,7p.p.	+22% +22%
› Resultado Financeiro	-262 -4,1%	-318 -5,0%	-56 -0,9p.p.	+21% +21%
› Lucro Líquido	-50 -0,8%	13 0,2%	+63 +1,0p.p.	n/a n/a

#RESULTADO 1T 2020

RECEITA BRUTA >>>

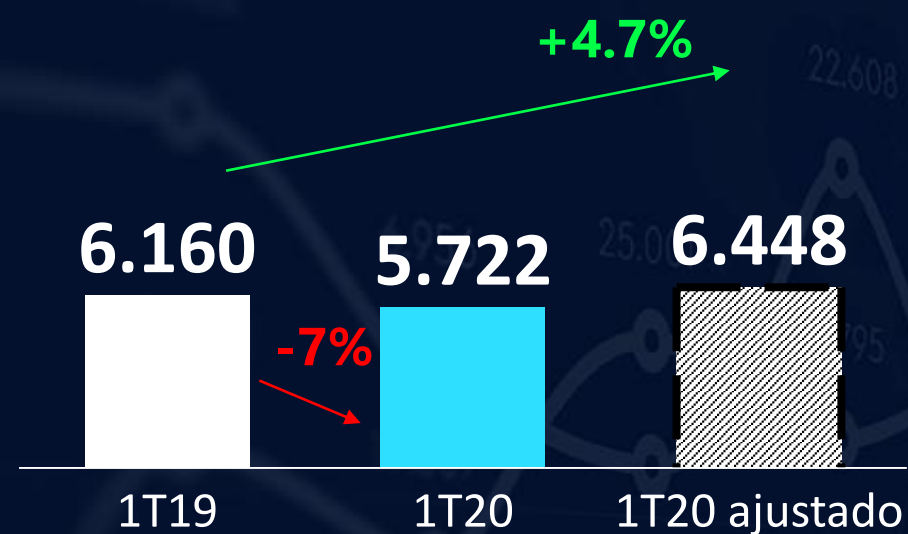
GMV Total (LF+GMV e-commerce)



Mantendo o crescimento agressivo do online e contribuindo para o **crescimento da Receita Bruta**

Sem o impacto COVID-19, teríamos um **crescimento de vendas de +13%**

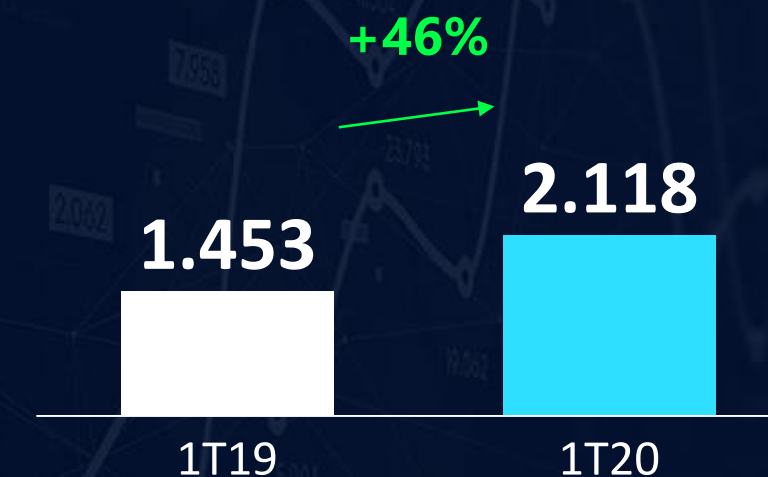
RECEITA BRUTA LOJAS FÍSICAS



Lojas Físicas altamente impactadas pela **Pandemia do COVID-19**

Sem o impacto COVID-19, teríamos um **crescimento de vendas de +5%**

GMV (1P + 3P)



Crescimento agressivo do Online (1T20 com crescimento de 46% vs crescimento de 35% no 4T19)

RESULTADO

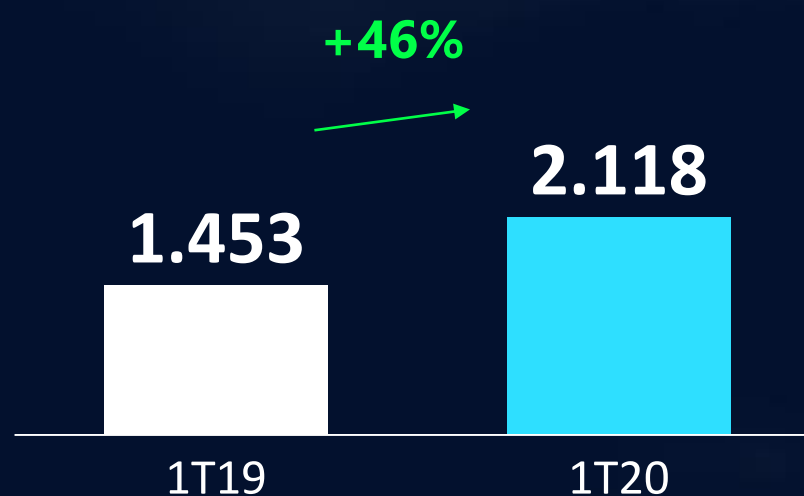
1T20 s/ COVID vs 1T19 OP.

	1T2019 Contábil	1T2020 Ajustado	Var _{Abs}	Var%
> Venda Total (GMV On + Lojas Físicas)	7.613	8.566	+953	+13%
> Lucro Bruto (%RL)	1.747 27,6%	2.110 30,4%	+363 +2,8p.p.	+21% +10%
> SG&A (%RL)	-1.291 -20,4%	-1.450 -20,9%	-159 -0,5p.p.	+12% +2%
> EBITDA Ajustado (%RL)	510 8,1%	718 10,3%	+208 +2,3p.p.	+41% +28%
> Resultado Financeiro	-262 -4,1%	-284 -4,1%	-22 +0,1p.p.	+8% -1%
> Lucro Líquido	-50 -0,8%	100 1,4%	+150 +2,2p.p.	n/a n/a

#RESULTADO 1T 2020

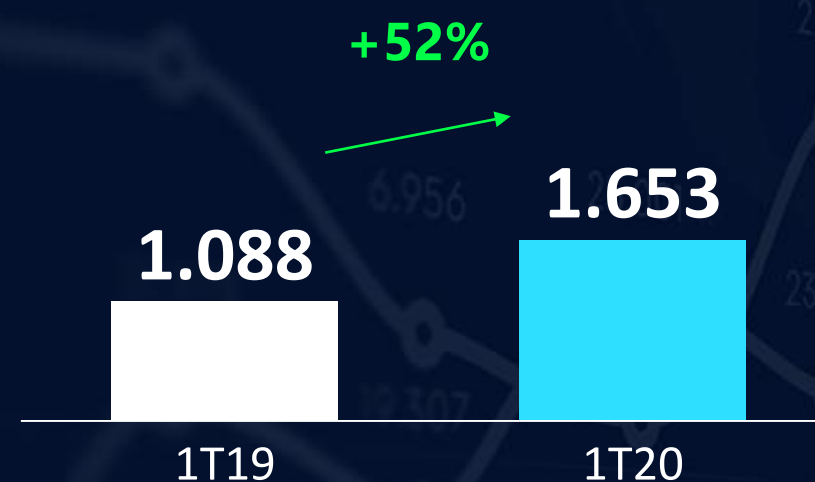
GMV (1P + 3P) >>>

GMV FATURADO



Crescimento agressivo do online (1T20 com crescimento de 46% vs crescimento de 35% no 4T19)

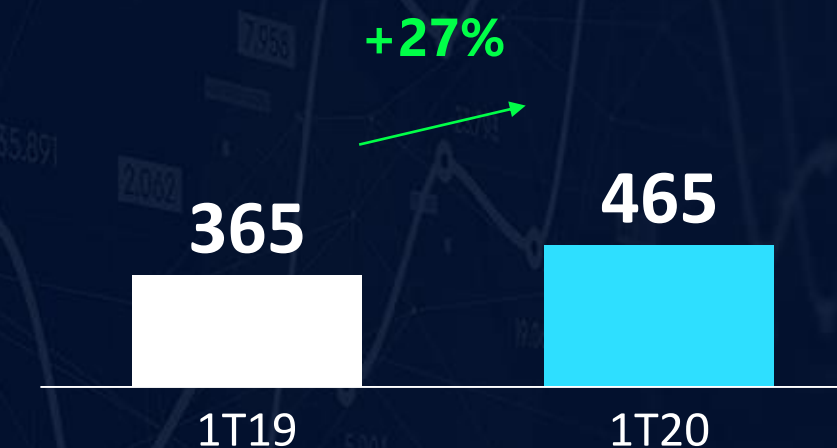
GMV 1P



Crescimento sólido do 1 P

Março com 60% de crescimento

GMV 3P



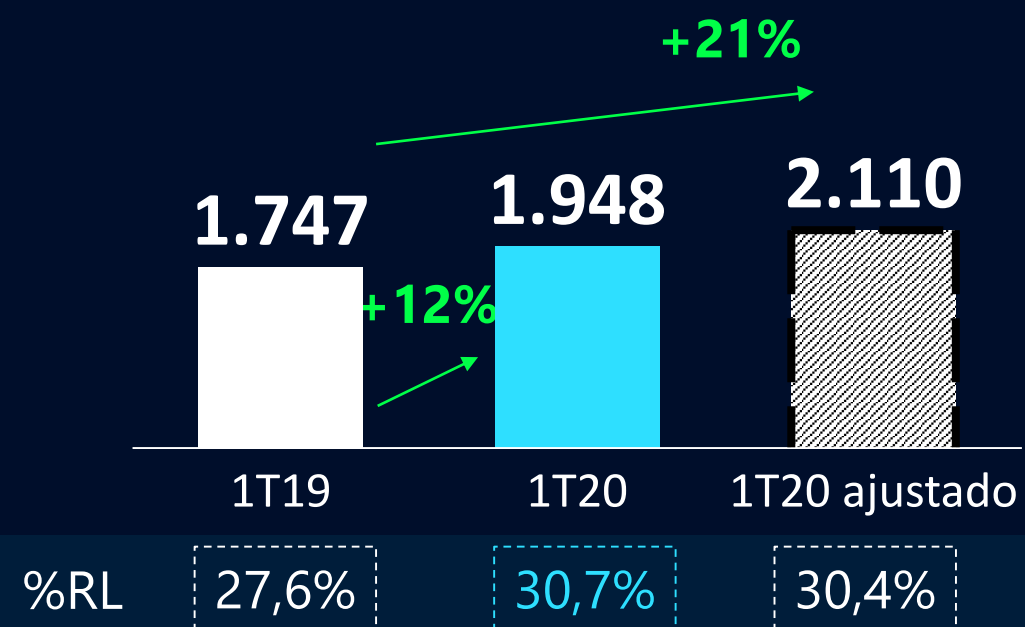
3P se mantém em **crescimento (27%)**

Março com 37% de crescimento

#RESULTADO 1T 2020

LB, DESPESAS e EBITDA >>>

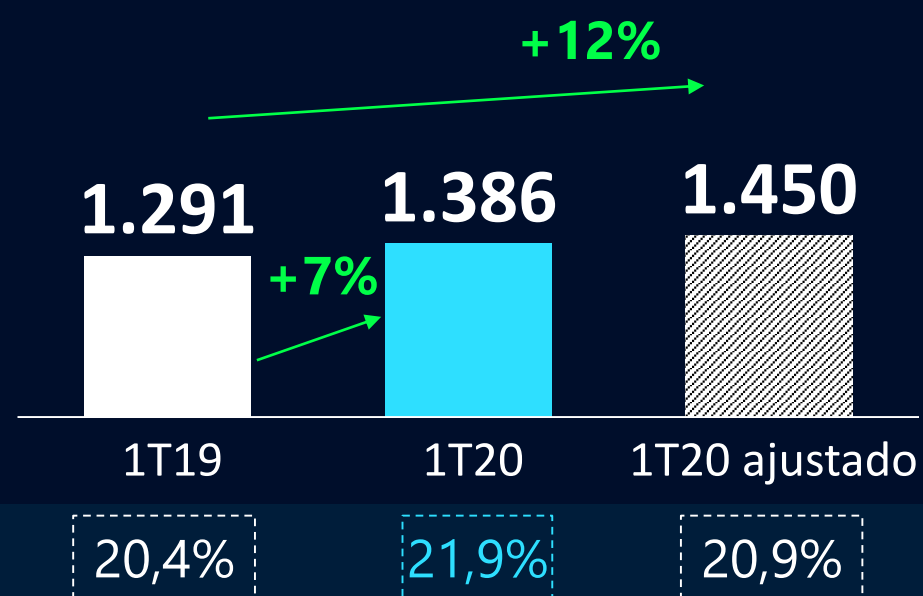
LUCRO BRUTO



Aumento R\$ 201 milhões no lucro bruto e **+3,1 p.p. na Margem em função de:**

+2,6 p.p. mercadoria
+0,7 p.p. crediário

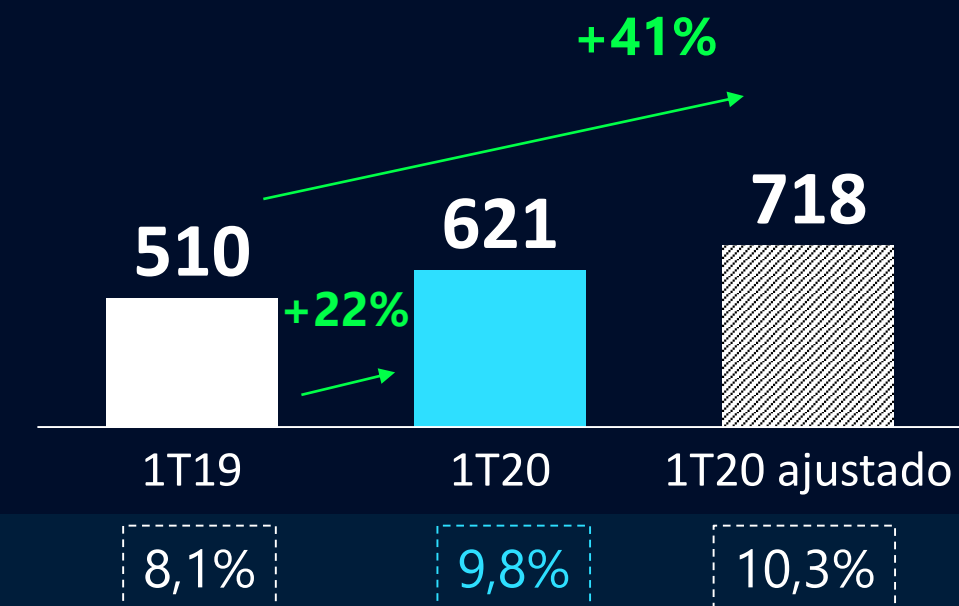
SG&A



Aumento de R\$ 95 milhões em SG&A e + 1,5 p.p. (%RL)

Principalmente por maiores gastos com MKT

EBITDA AJUSTADO

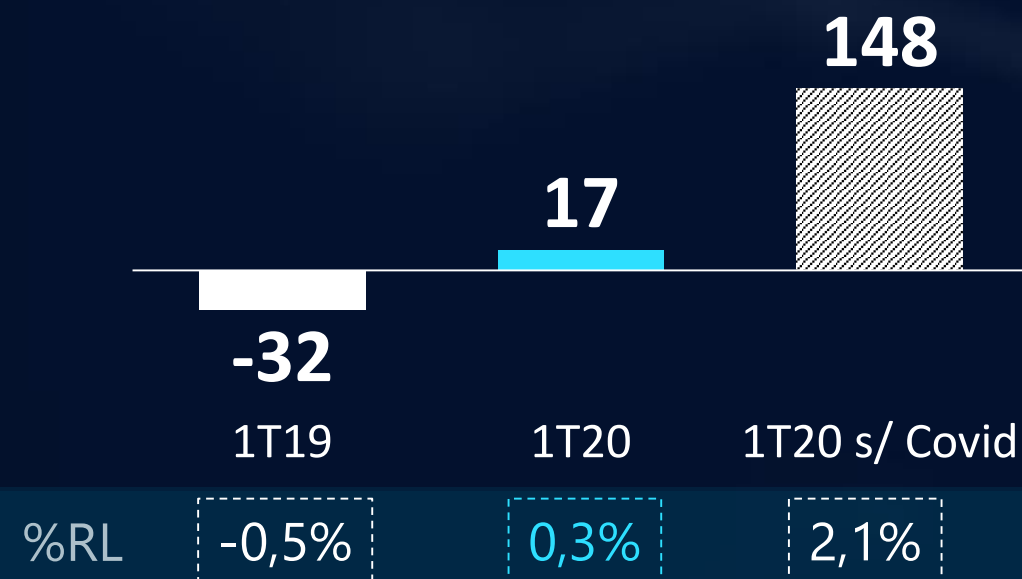


Aumento significativo no EBITDA de 1,7 p.p

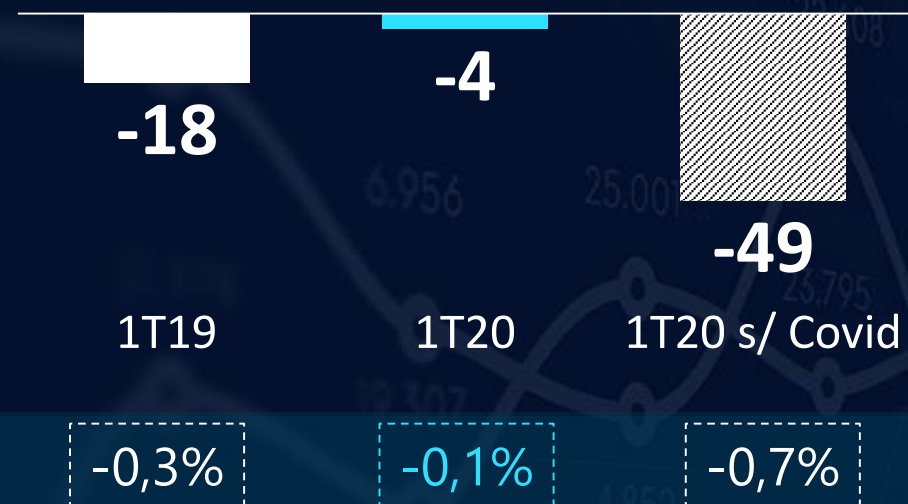
#RESULTADO 1T 2020

LAIR, IR E LL >>>

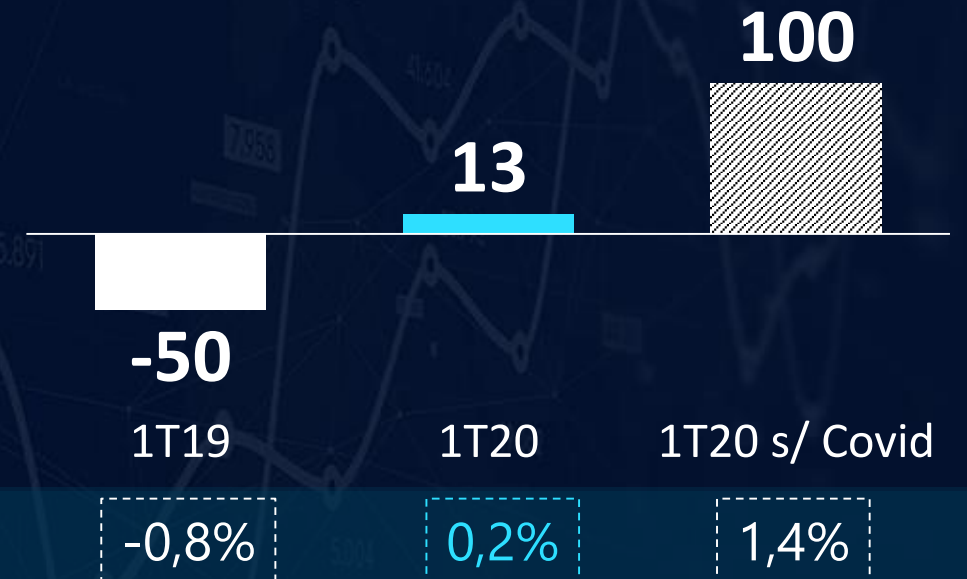
LAIR



IR E CSLL



LUCRO LÍQUIDO



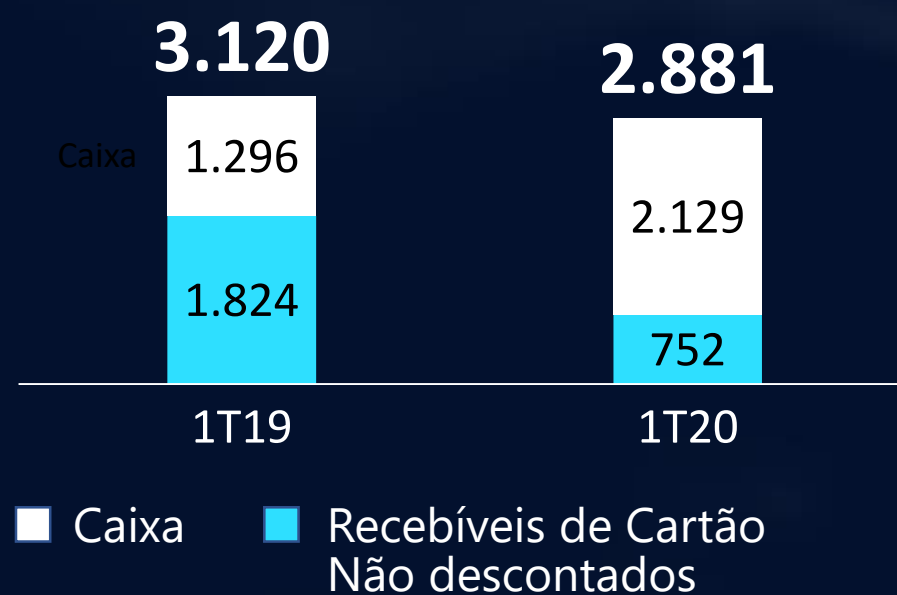
Aumento de R\$ 49 milhões no LAIR
e **+0,8 p.p na Margem**

Aumento de **+R\$ 63 milhões no Lucro Líquido**

#RESULTADO 1T 2020

CAIXA E ENDIVIDAMENTO >> >

CAIXA E EQUIVALENTES



DÍVIDA BANCÁRIA



CAIXA LÍQUIDO



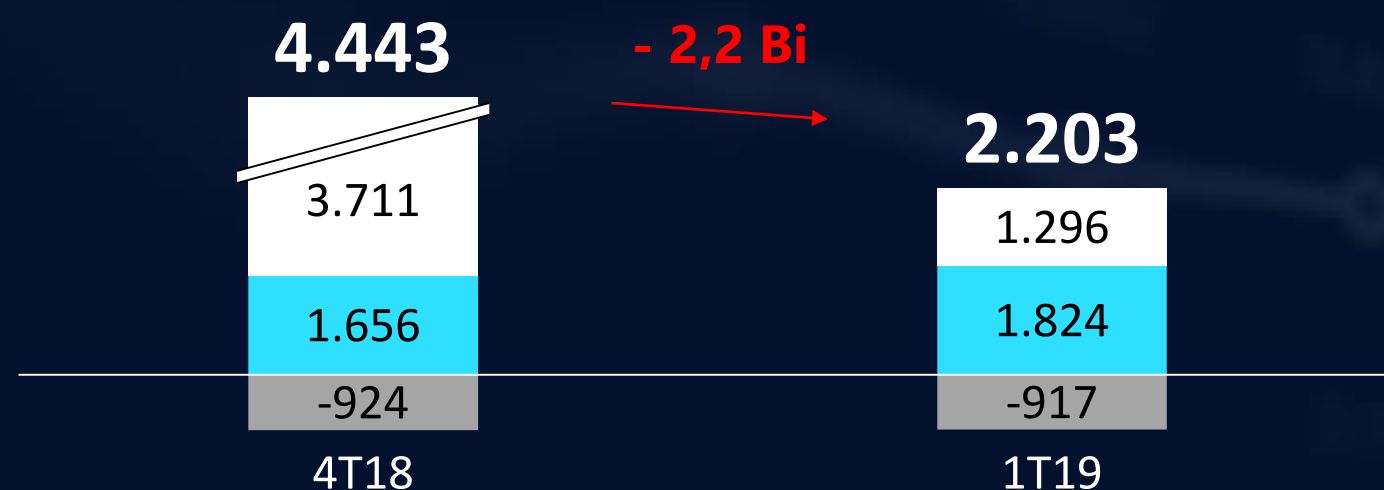
Em cenário de COVID19 a **Companhia optou por aumentar a liquidez**

Aumento da dívida bancária de R\$ 1,1 bilhão

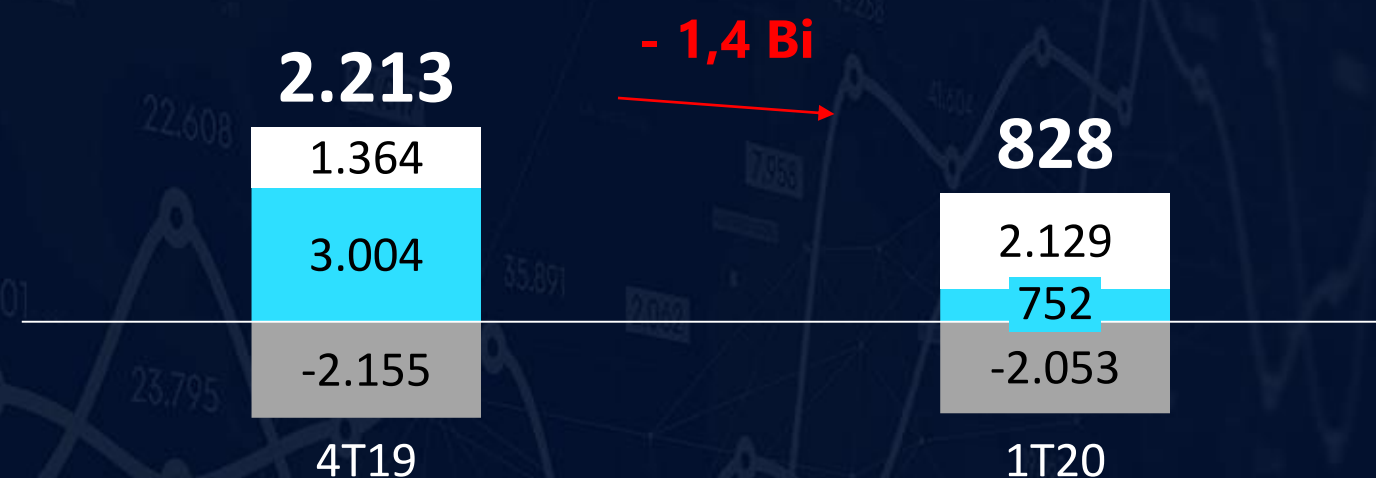
#RESULTADO 1T 2020

CAIXA E ENDIVIDAMENTO >> >

CAIXA LÍQUIDO 1T19



CAIXA LÍQUIDO 1T20



Caixa Recebíveis de Cartão não Descontado Dívida

Melhora no consumo de caixa, (+ 769 MM) maior geração de caixa operacional ocorreu devido a melhor gestão do capital de giro no período;

BALANÇO

BALANÇO CDCI

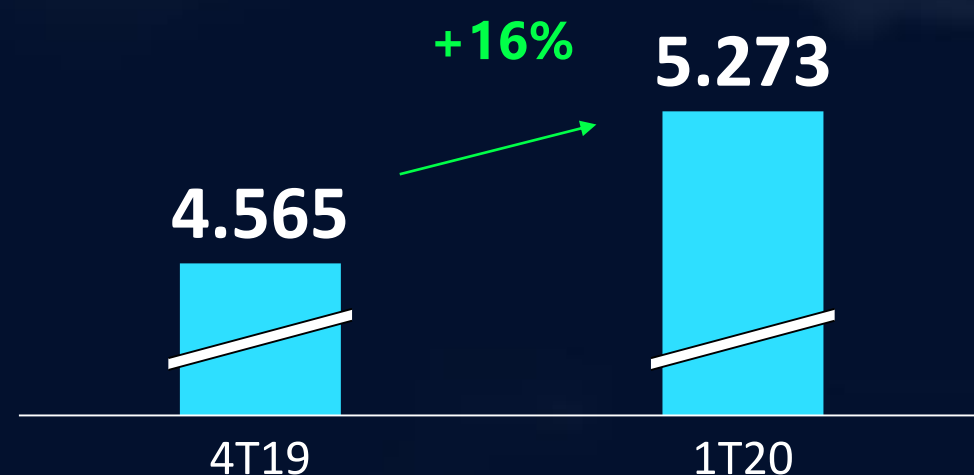
ATIVO	mar/20	PASSIVO	mar/20
a receber curto prazo	3.153	CDCI curto prazo	3.329
a receber longo prazo	396	CDCI longo prazo	429
Total Contas a Receber Carnês	3.549	Total a Pagar	3.758
Juros a Apropriar CP	-900	Juros a Apropriar CP	-99
Juros a Apropriar LP	-75	Juros a Apropriar LP	-7
Total Juros a Apropriar	-975	Total Juros a Apropriar	105
Total - Juros a Apropriar	2.574	Total - Juros a apropriar	3.652
Pagina 24 do ITR		Pagina 36 do ITR	

*O saldo dos juros a apropriar R\$ (975) milhões está dentro do total do contas a receber R\$(3.549) milhões,

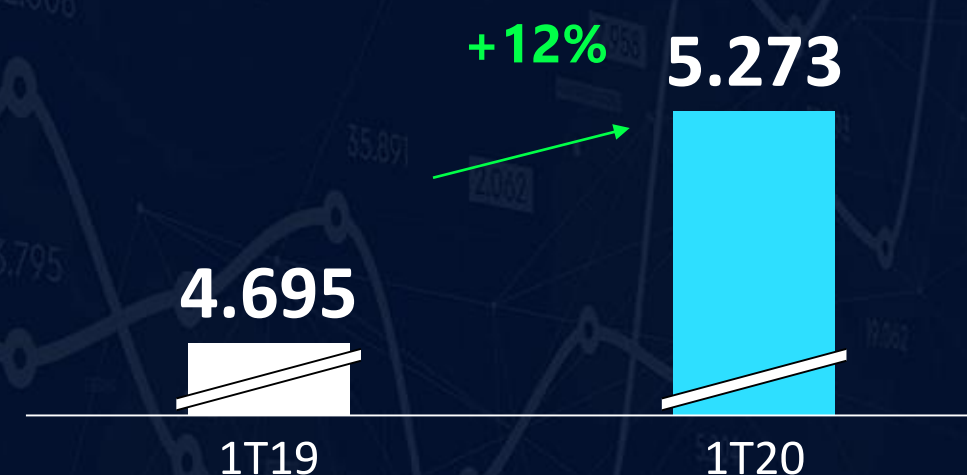
#RESULTADO 1T 2020

ESTOQUE 2020 >> >

ESTOQUES VS 4T19



ESTOQUES VS 1T19



Em cenário de COVID19 a **Companhia optou fortalecer a posição de Estoque como diferencial estratégico**

Em cenário de COVID19 a **Companhia optou aumentar em 17 dias a cobertura de estoque** passando de 93 dias no 1T19 para 110 dias no 1T20

EVOLUÇÃO DA PLATAFORMA E

DIGITALIZAÇÃO

PRÓXIMOS
60 DIAS

>> > TIME

- > Nova liderança formada e mais talentos chegando
- > **1.200 colaboradores em TECNOLOGIA (BRA) + time banQi (EUA)**

>> > ONLINE

- > Novos apps até **junho** focados em usabilidade e velocidade

>> > OFFLINE

> **Lojas físicas em digitais:**

- > Via+ com Recomendações e Marketplace
- > Infra: novos PDVs mobile
- > Nova Experiência: Uso de wi-fi, oferta de créditos customizada e nova jornada de vendas

>> > MARKETPLACE

- > Melhoria significativa para **Lojistas**

Estabilidade das Plataformas Online

+ Conversão
+ Fluxo
GMV + 46% cresc.
+ Market-share

Recuperação de Lojas

Melhoria da experiência e vendas
+250 Lojas abertas
+ Vendedor *Online*

2

3

Marketing e Comunicação

+ Clientes (visitas +450% no App) mar/20
+ 20% de venda no App
+ 8M usuários ativos (MAU) mar/20
+ 11M usuários ativos (MAU) abril/20
+ Engajamento nas Mídias Sociais

4

Crédito e Carnê

Mais venda financiada
+1,1p.p. nas lojas
+ CDC Digital (Venda *Online*)

viavarejo

CICLO POSITIVO

DA DIGITALIZAÇÃO

5

Comercial e Produtos

+ 3.1p.p. Margem Bruta
Estoque renovados

6

Prazo das Entregas

Integração de estoques e execução melhoraram os prazos de entregas
24H – 28% | 48H – 47%
Mini Hubs: de 60 p/ 180 Mini Hubs
Aquisição da AsapLog



cliente

7

8

Pessoas

Forte atração de talentos e redesenho cultural

Expansão

70-90 lojas
Fortalecimento
On/Off
Em revisão 2020

1.000.000 de downloads!

TECNOLOGIA
ALÉM DO VAREJO

banQi



CARTEIRA DIGITAL

- › Funcionando como Super App
- › **Rollout nacional já iniciado**
- › Hoje em **511 lojas**
- › **Contas** abertas **+100%**
- › **Carnês** adicionados no app **+117%**
- › Pagto. de **boletos** via app **+300%**

