



Apresentação de Resultados 2018

20 de Fevereiro de 2019

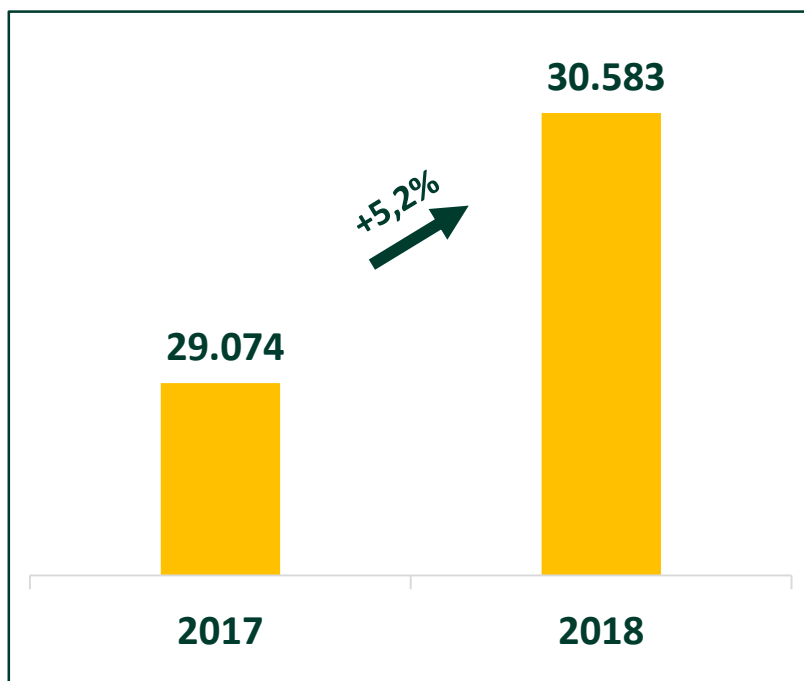


RESULTADOS 2018

Crescimento contra 2017 em todos os canais

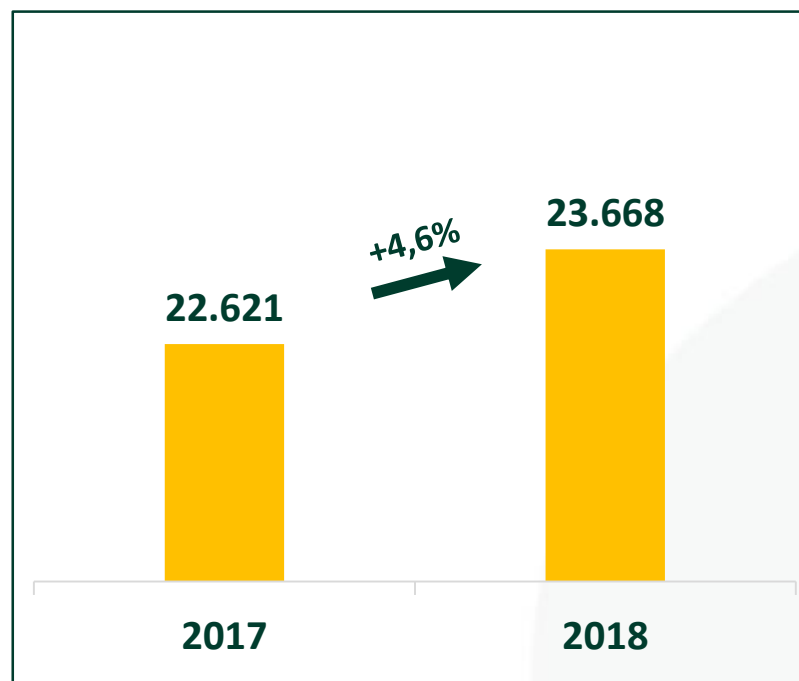
Receita Bruta Consolidada

(R\$ milhões, %)



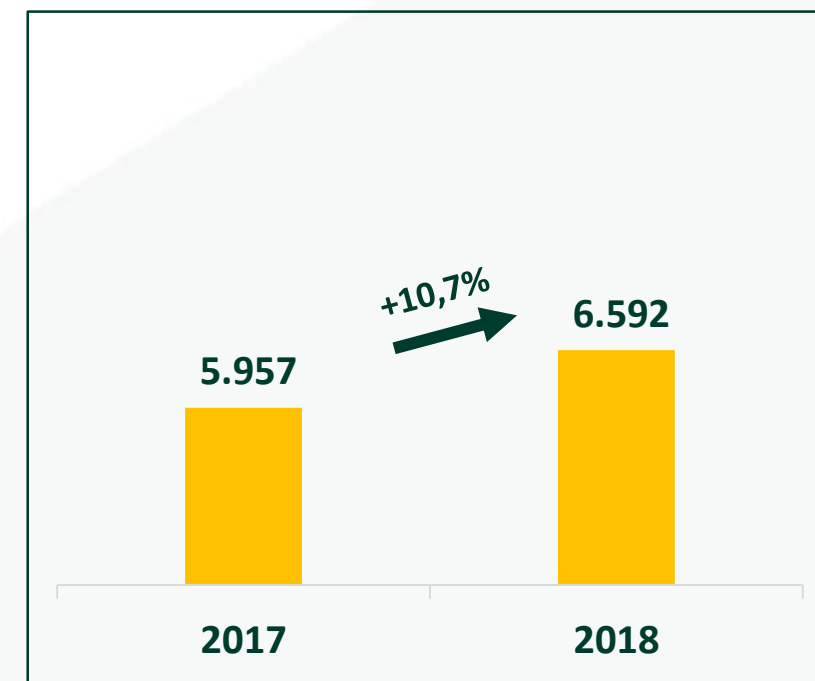
Receita Bruta “Lojas Físicas”

(R\$ milhões, %)



Receita Bruta Online

(R\$ milhões, %)

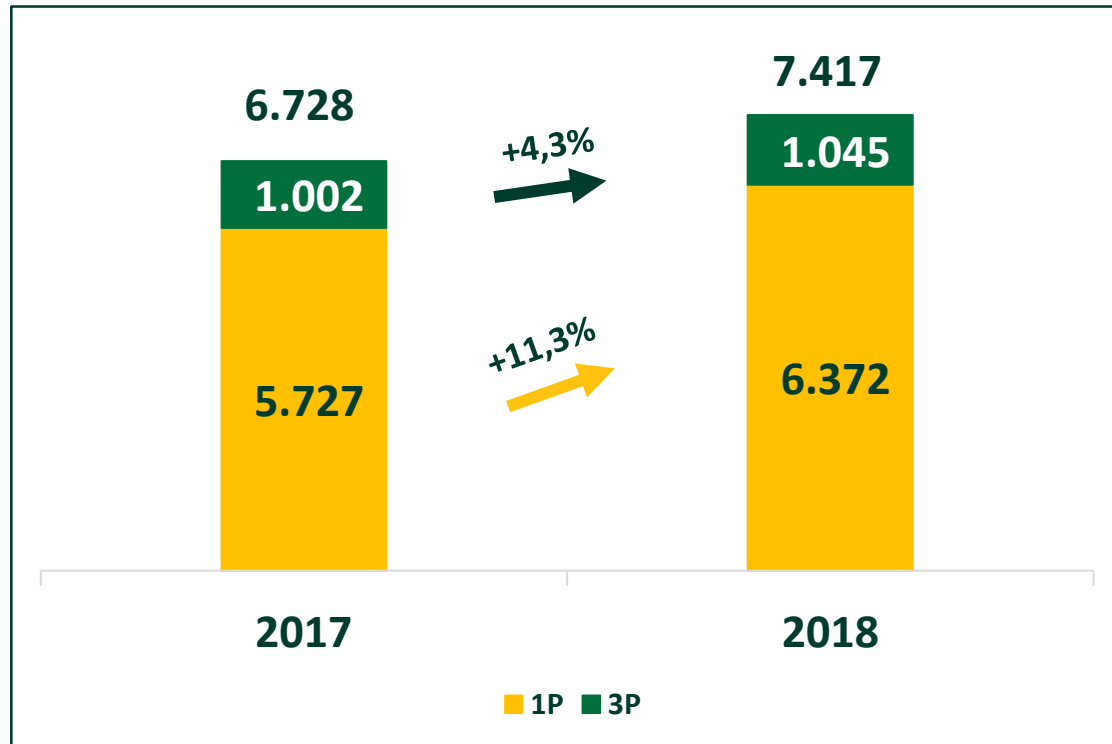


RESULTADOS 2018

Crescimento Online, acelerando a penetração do 1P

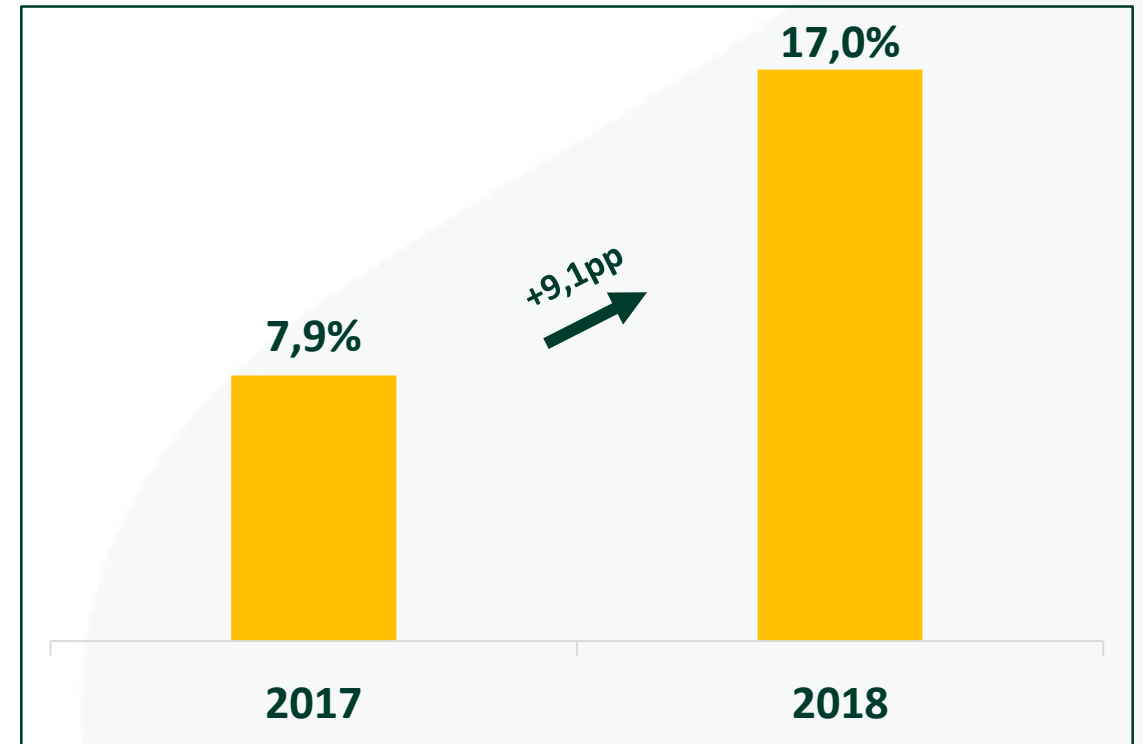
Crescimento de GMV Faturado 1P e 3P

(R\$ milhões, %)



Penetração do Retira Rápido

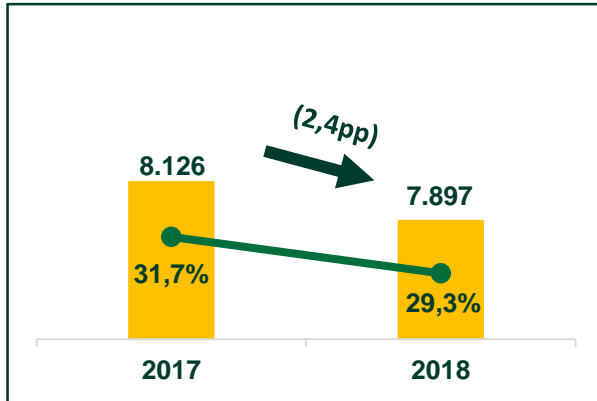
(R\$ milhões, %)



RESULTADOS 2018

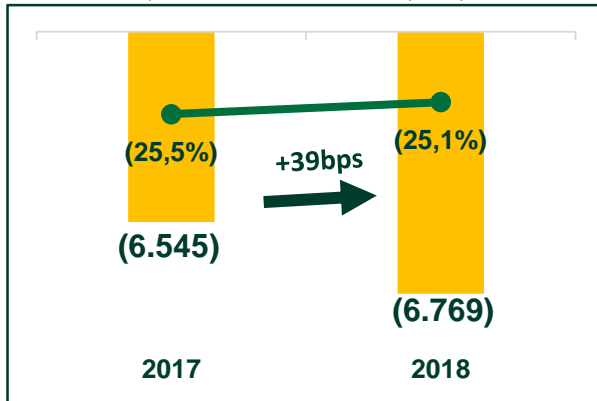
Desempenho Operacional

Lucro Bruto e Margem Bruta
(R\$ milhões, % da rec. líquida)



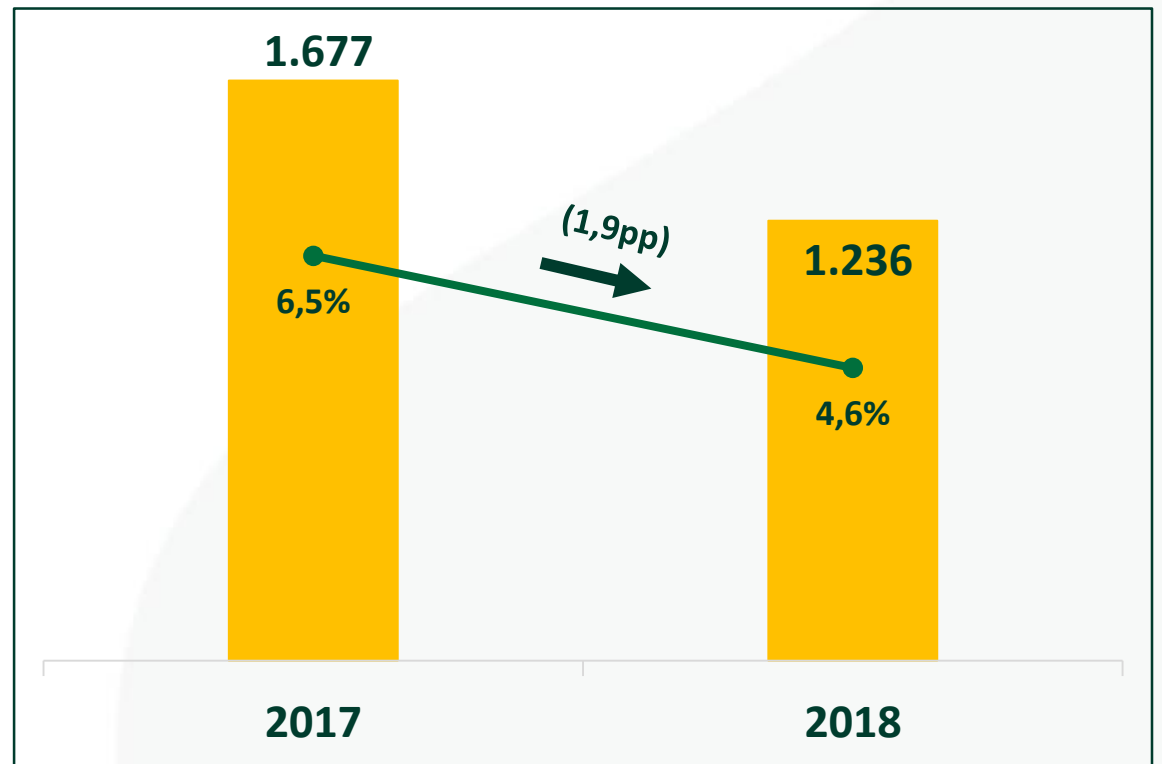
SG&A

(R\$ milhões, % da rec. líquida)



EBITDA Ajustado

(R\$ milhões, % da rec. líquida)

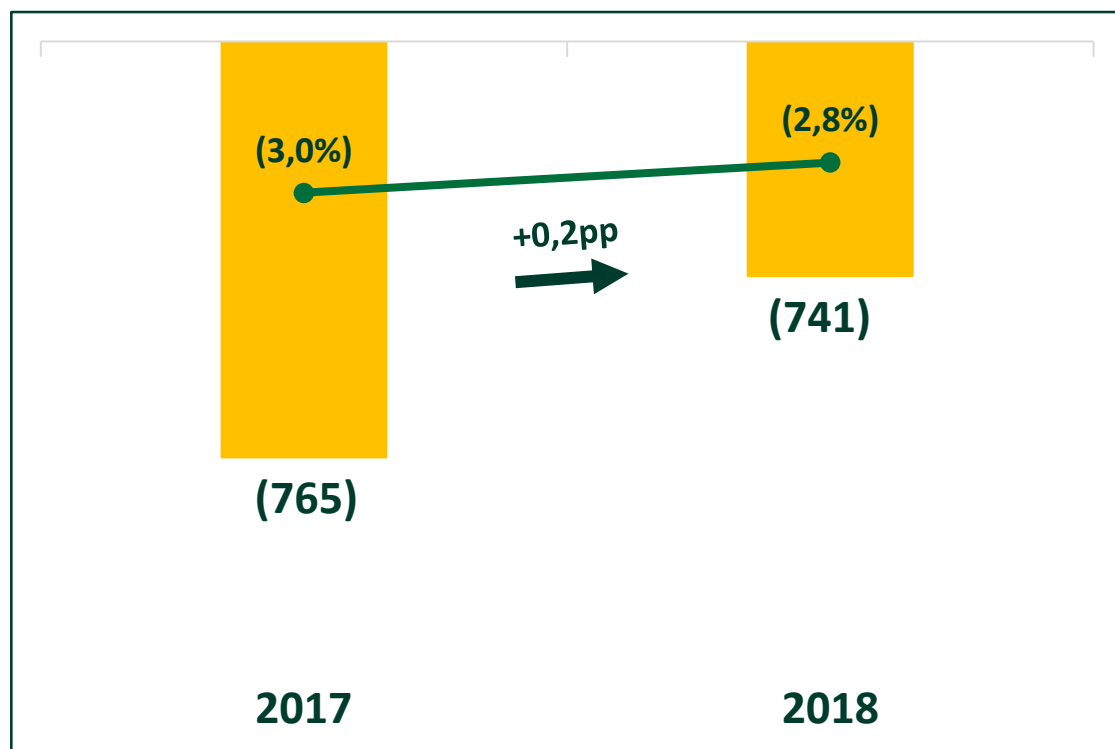


RESULTADOS 2018

Resultado Financeiro e Prejuízo Líquido

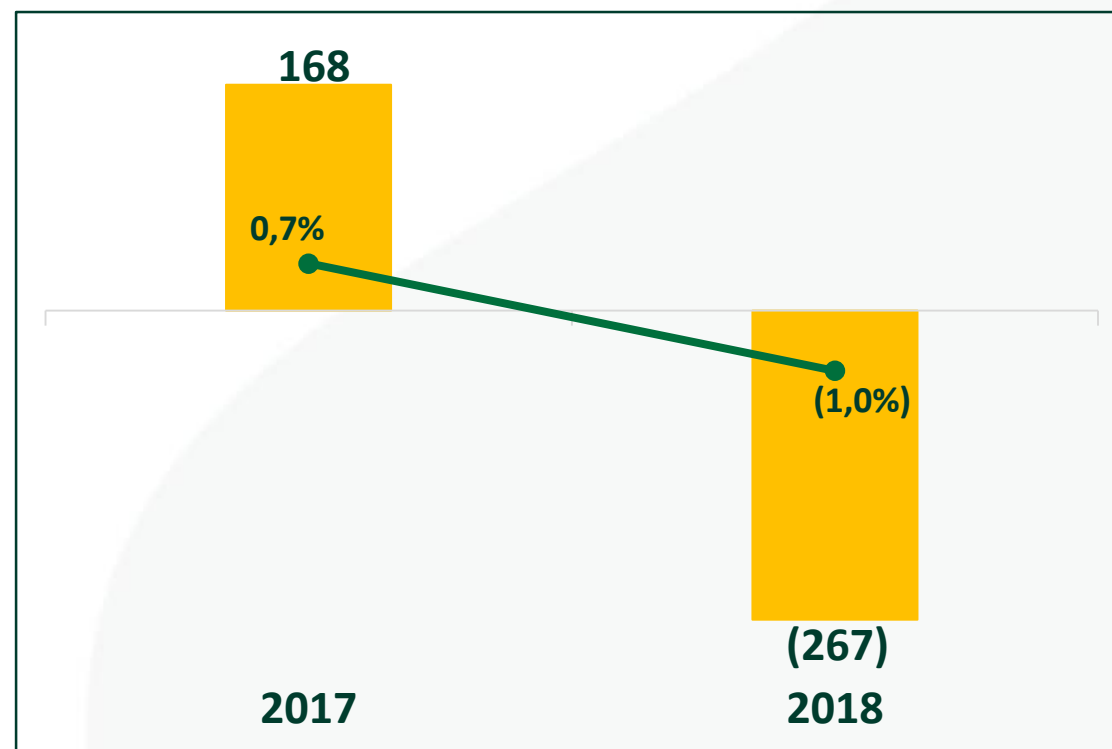
Resultado Financeiro

(R\$ milhões, % da rec. Líquida)



Lucro (prejuízo) Líquido

(R\$ milhões, % da rec. líquida)

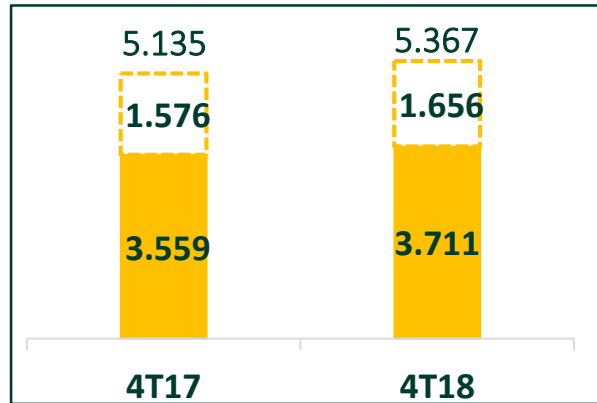


RESULTADOS 2018

Endividamento e Caixa Líquido

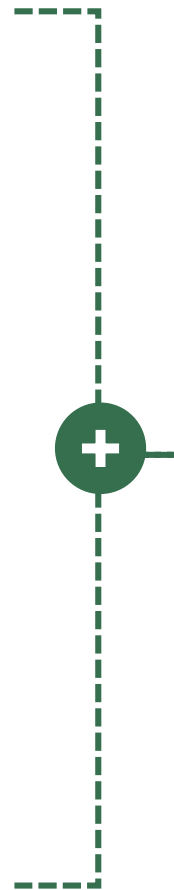
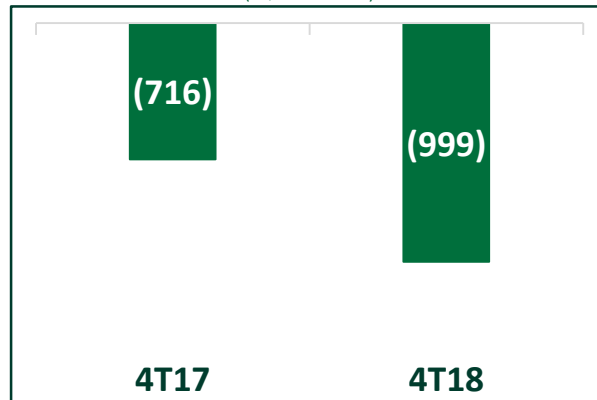
Caixa e Equivalentes

(R\$ milhões)



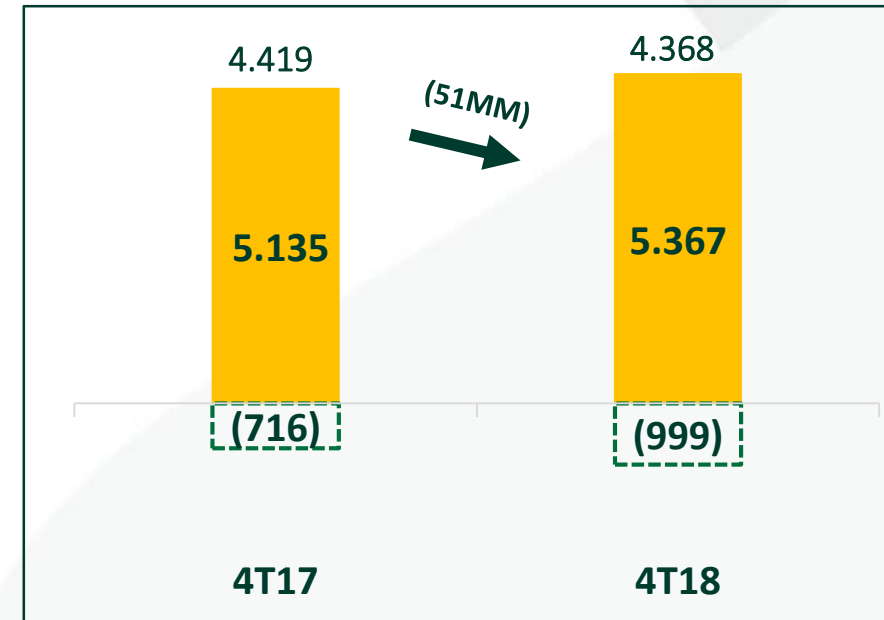
Dívida Financeira

(R\$ milhões)



Caixa Líquido*

(R\$ milhões)



*Caixa Líquido ajustado incluindo Recebíveis de Cartão não descontados de Curto e Longo Prazo

 Recebíveis de Cartão não descontados

Pilares de Curto Prazo



Recuperação nas vendas e crescimento de margem em ambos canais



Redução de despesas sem afetar vendas, nível de serviço e a experiência do cliente



Melhorias operacionais, nas lojas e no canal online

Recuperação de vendas e crescimento de margem em ambos canais

Estratégia comercial e competitividade

- Ofertas mais agressivas com foco no “cash margin”
- Conteúdo de marketing direcionado para geração de tráfego na loja
- Maior eficiência em mídia
- Maior equilíbrio de preços e mix de produtos para os vendedores negociarem melhor
- Revisão de meios de pagamento e parcelas para todas as categorias de produtos e faixas de preço

Melhora do relacionamento com fornecedor

- Alinhamento na estratégia de vendas vs. produção
- Redução de ruptura nas Lojas Físicas e no canal Online

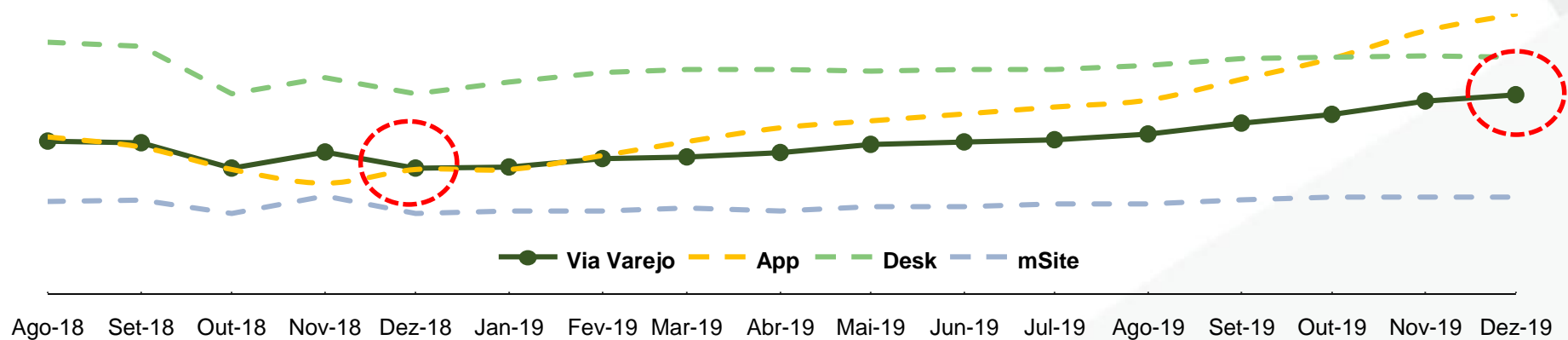
Realinhamento dos incentivos dos vendedores (venda e rentabilidade)

- Maior autonomia para o time de vendas com objetivo de aumentar a conversão

Fortalecer a operação Online

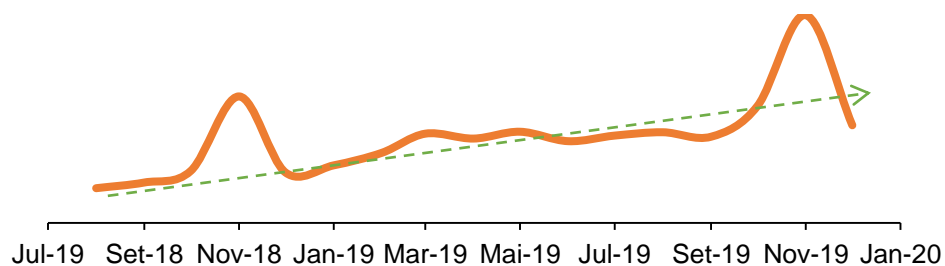
- Estratégia de melhora da taxa ótima de conversão (CRO)

Conversão Online por Dispositivo

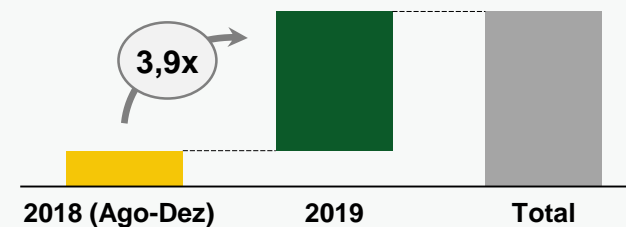


- Aumento de downloads - Apps

Evolução de downloads do App



Número de downloads do App



Back-Office, Consultorias, Jurídicas e Contratos de Terceiros

- **Back-Office Jan/19:** Redução nas áreas de suporte (realizado)
- **TI 1S19 :** Licenças de Software e Serviços de Terceiros (suporte)
- **Provisão para Devedores Duvidosos 1S19:** Otimização da inadimplência buscando maximizar o cash margin da Companhia
- **Jurídico 1S19:** redução das despesas jurídicas resultante do projeto Fábrica do Jurídicos
- **Consultorias 1S19:** Reduções em Estratégia/Gestão, RH, Benchmark e Projetos Corporativos.

Melhorias operacionais, nas lojas e no canal online

Melhora da estabilidade operacional das plataformas nas lojas (Via+ e CDC)

Várias iniciativas para melhorar a experiência do cliente e o desempenho do website, app e marketplace

Plano robusto de reforma das lojas para aprimorar a experiência do cliente e proporcionar um melhor ambiente de trabalho

PERSPECTIVA 2019

Receita Bruta

- Lojas Físicas: crescimento “mesmas lojas” de 2 p.p. acima da Inflação IPCA. Indicador acelerando ao longo do ano.
- Online: expansão no GMV Faturado entre 15% e 20% no ano.

Margem EBITDA Ajustada (excluindo as outras receitas/despesas operacionais) superior a 6%.

- Evolução da margem EBITDA em função da (i) nova estratégia comercial, (ii) redução de despesas, além da (iii) alavancagem operacional.
- Ainda não foram incorporadas as normas do IFRS 16.

Capex para 2019 entre R\$550 e R\$ 600 milhões, ainda pendente de aprovação em AGO.



RELAÇÕES COM INVESTIDORES
ri@viavarejo.com.br

