



**Resultados do 1T17**

**27 de Abril de 2017**





# Transformação via**varejo**

## Negócio Lojas Físicas

### **Evolução na Eficiência dos Vendedores**

- Melhora de 38% no atingimento de meta dos vendedores (Jan a Mar).

### **Gestão e Incentivos focados na Rentabilidade e NPS**

- Rentabilidade da venda total da loja (produtos, serviços e avaliação dos clientes).

### **Criação Diretoria Lojas Premium**

- 36 lojas das bandeiras Casas Bahia e Ponto Frio. Crescimento ~30% em Março

## Negócio Online

### **Evolução Estratégica do Marketplace**

- 4 mil parceiros, 2 milhões de SKUs selecionados pelo nível de serviço e alinhamento com a nossa visão de cliente

### **Expansão do Click&Collect**

- Expansão de 60% representando 30% da venda de produtos elegíveis (55% em categoria relevantes)

## Móveis

### **Novo Modelo de Venda Móveis**

- Transformação do layout e exposição de móveis. Revisão do sortimento e incentivo para força de vendas. Especialização do atendimento.

### **Comunicação e Inovação de Produto**

- 3 novos festivais de móveis no ano (captura de 6 p.p. a mais na venda). Desenvolvimento de 70 novos produtos em 2017.

The logo for 'Transformação via varejo' consists of a circular graphic on the left made of overlapping green and yellow lines, followed by the text 'Transformação' in a bold, dark green font and 'via varejo' in a larger, bold, dark green font below it.

## Logística

### Otimização de despesas logísticas

- 31% abaixo do custo médio logístico do setor\*

### Melhor prazo de entrega no e-commerce

- 1 dia mais eficiente do que o mercado (96% do prazo do mercado total e 90% no sudeste)

## Finanças e Serviços Financeiros

### Benchmark em Serviços Financeiros

- Empresa de varejo com maior portfolio de produtos ofertados e maior eficiência do mercado.

### Gestão de Resultados

- Criação de P&L por canal e categoria de produtos, visando melhorar e suportar a nossa estratégia comercial multicanal

- 1 Priorizar iniciativas de inovação, soluções de tecnologia e alinhamento de pessoas para suportar a continua transformação digital da companhia**
- 2 Fortalecer** nosso **posicionamento** na categoria de **móveis** através de ofertas de **produtos mais alinhados** com as necessidades e **desejos do consumidor**, bem como **oferta diferenciada** de **meios** e **condições** de **pagamento**
- 3 Implementar as inovações já mapeadas** nas areas de **Logística, Serviços financeiros** e nas plataformas **Online** e **Lojas Físicas**
- 4 Ganhar market share e crescer em vendas** em ambos negócios **Online** e **Lojas Físicas, sem penalizar a rentabilidade**
- 5 Maximizar as sinergias** da operação **Online** e **Lojas Físicas, alinhando todos os nossos colaboradores com a nova estratégia de transformação digital**
- 6 Manter a sólida posição financeira** da Companhia

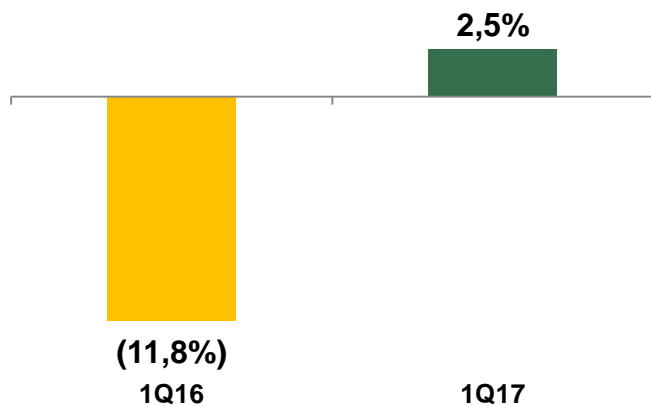
## Principais Destaques do Resultado do 1T17

- 1** **Evolução significativa na rentabilidade** da companhia combinada, com uma evolução de R\$ 334 milhões no **Lucro Líquido**
- 2** **Expansão da margem bruta consolidada em 431bps para 31,2% e Margem EBITDA Ajustada consolidada de 5,5%, +490bps** comparado a 1T16. **EBITDA negócio Online marginalmente positivo em 1T17**
- 3** Reforço da **estratégia de Marketplace** no negócio **online com foco na melhoria da qualidade**
- 4** **Click&Collect disponível em todas as nossas lojas**, possibilitando a retirada de produtos no dia seguinte (principais capitais), já **representando 30% dos produtos elegíveis**. Em **Março o Click&Collect já superou 4 pedidos por minuto**.
- 5** **Crescimento do GMV Faturado do Negócio Online de +2,0%** no 1T17 (comparado a -10,5% no 1T16), **crescendo mais que o mercado**
- 6** **Manutenção da sólida posição financeira** com uma posição de caixa líquido de R\$2,9 bilhões no 1T17

# Retomada de vendas no online

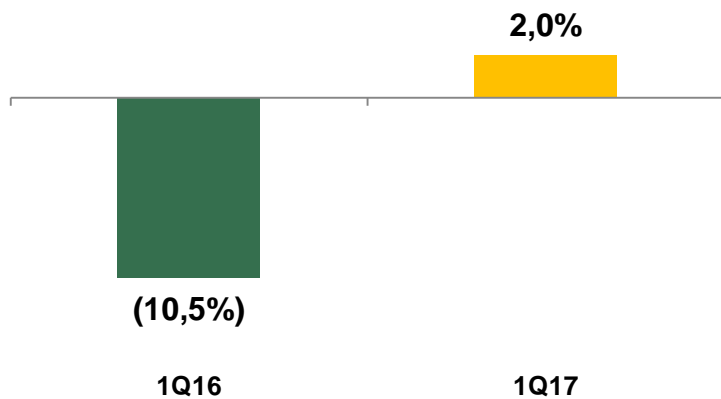
## Recuperação nas vendas no negócio "Lojas Físicas"

(Crescimento GMV Faturado)



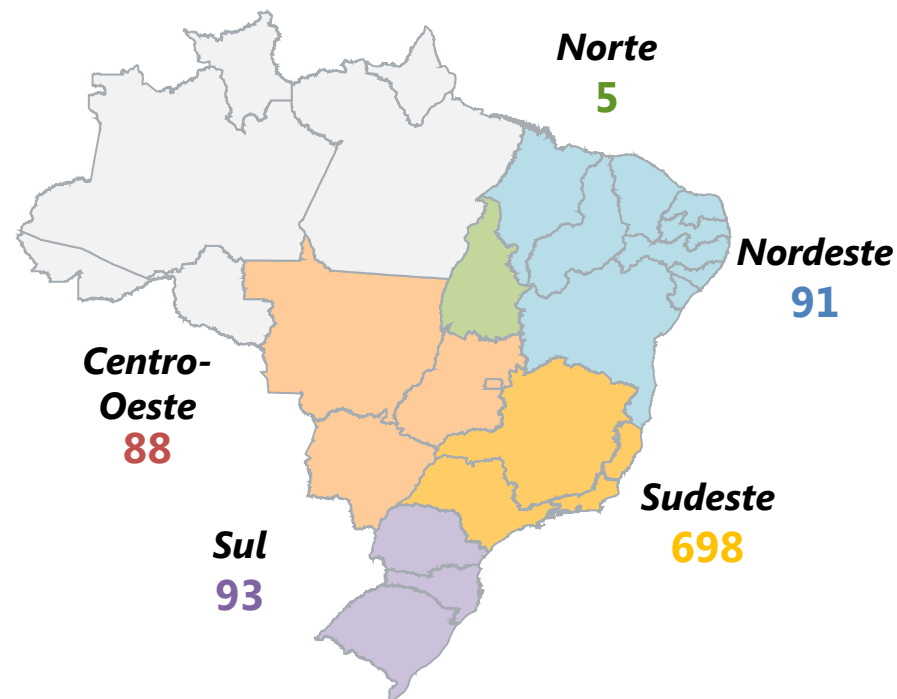
## Recuperação nas vendas no negócio Online

(Crescimento GMV)



## Mapa de Lojas 1T17

(Total de 975 lojas)



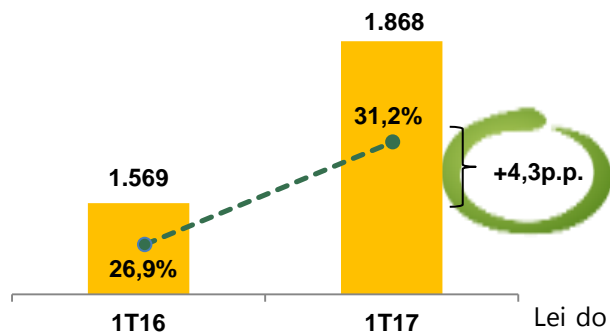
Em 1T17:

- Abertura de 2 lojas;
- Fechamento de 2 lojas;

# Melhoria em rentabilidade para o negócio consolidado

## Lucro Bruto

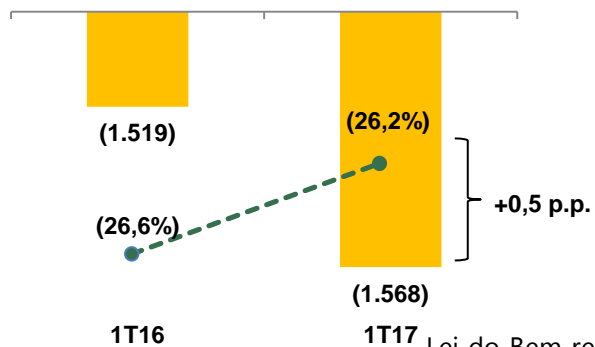
(R\$ MM, % receita líquida, 2016 pro-forma)



Lei do Bem representa 1.7 p.p. do crescimento de margem bruta

## SG&A

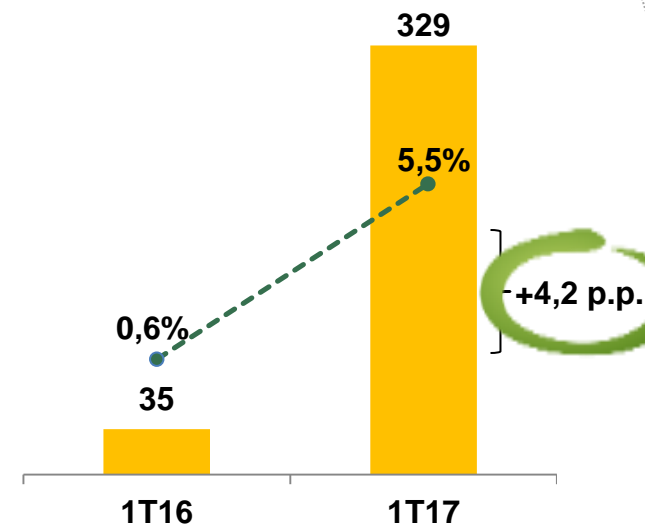
(R\$ MM, % receita líquida, 2016 pro-forma)



Lei do Bem representa 1.3 p.p. do crescimento de margem bruta

## EBITDA

(R\$ MM, % receita líquida, 2016 pro-forma)



Lei do Bem representa 1.2 p.p. do crescimento de margem bruta

## Caixa e Equivalentes<sup>1</sup>

(R\$ MM)

-461

2.610

1.429

1T16

3.056

522

1T17

## Caixa Líquido

(R\$ MM)

+618

2.610

(334)

1T16

3.056

(166)

1T17

## Dívida Bruta<sup>2</sup>

(R\$ MM)

(1.763)

1T16

(688)

1T17

+1.075

## Caixa Líquido impactados por

- (+) Forte recuperação da **geração de caixa operacional** durante o 1T17;
- (+) Dinâmica de **capital de giro** no trimestre, com uma **geração de caixa de R\$957 milhões**;
- (-) Pagamento de mútuo com a Cnova N.V. no valor de **R\$583 milhões**.

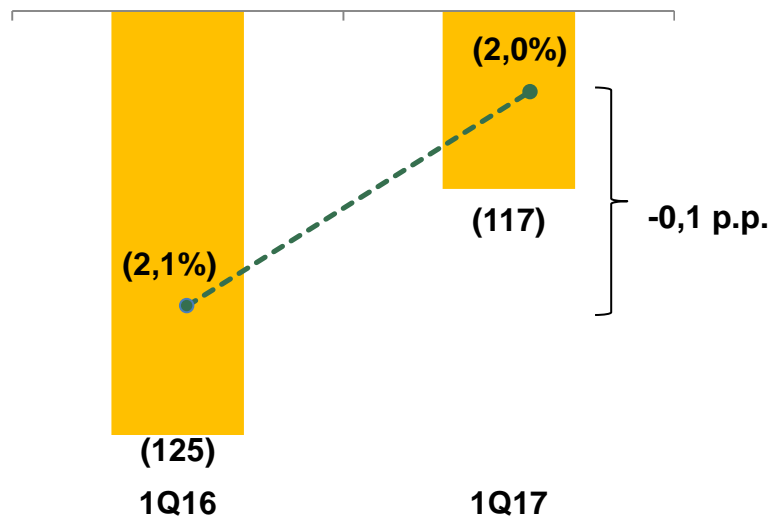
Nota: 1) Inclui os recebíveis de cartão de crédito não descontados  
2) Não inclui dívida com financiamento ao consumidor (CDCI).

Saldo de cartões não descontados\*



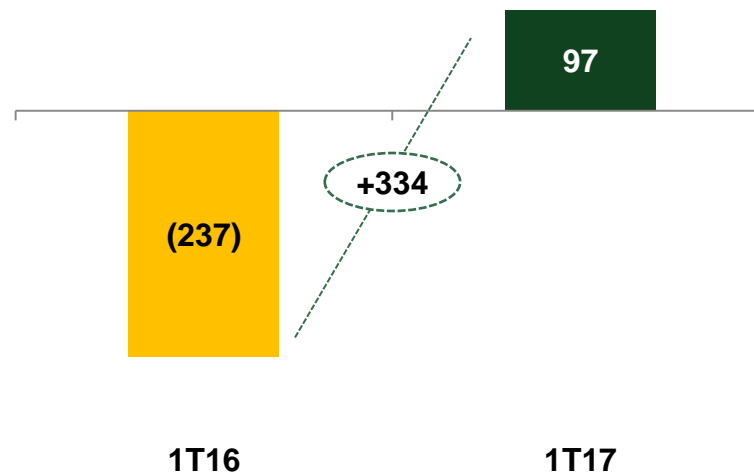
**Resultado Financeiro Operacional  
Líquido**

(% receita líquida, R\$ MM)



**Lucro Líquido**

(R\$ MM, % receita líquida. 2016 pro-forma)





## Relações com Investidores

E-mail: [ri@viavarejo.com.br](mailto:ri@viavarejo.com.br)

Website: [www.viavarejo.com.br/ri](http://www.viavarejo.com.br/ri)

