



**Resultados de 2016**

**23 de Fevereiro de 2017**



## Principais Destaques do Resultado de 2016

- 1** **Integração** dos negócios **online** e **offline** foi **finalizada** – **captura** das **sinergias** **anunciadas já iniciada** em novembro de 2016
- 2** **Ganho de market share** no negócio **offline em 2016** – PMC regredindo 7,5% em 2016
- 3** Negócio **online retoma recuperação** no 4T16 com evolução do GMV de -10,4% ante -24,2% no 3T16
- 4** Margem **EBITDA Ajustada (pro-forma)** atingiu **4,3%**, **praticamente em linha** com **2015**, mesmo **considerando** a consolidação de resultados negativos do **negócio online** durante o ano
- 5** **Sólida posição de caixa líquido** de **R\$3,7 bilhões**, mesmo considerando a consolidação do **endividamento líquido do negócio online**, e **pagamento** de mútuo de **Cnova NV**


# R\$570mn

## Sinergias Quantificadas

Administração de Estoque  
redução "one-off" de **R\$ 325mn**

Eficiência Operacional  
**R\$ 245mn/ano** de redução de  
custos

Logístico  
Negócio Multicanal  
Resultados Financeiros  
Recursos Humanos



**Planos de Ação  
Implementados  
Captura iniciada  
já no 4T16**

# R\$425mn

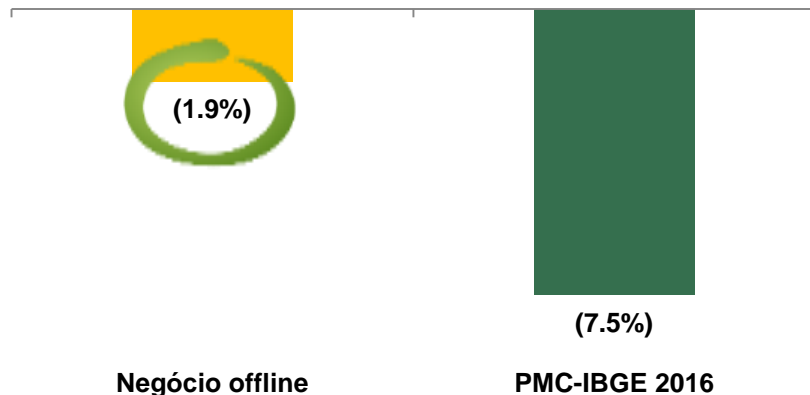
## Sinergias Já Capturadas

**R\$325mn** capturados no 4T16

Dos **R\$245mn**, considerando o  
run rate que já estamos  
capturando hoje, a nossa  
**expectativa é que seja ainda  
maior**. No **4T16** a **captura** foi de  
aproximadamente **20%** deste  
montante

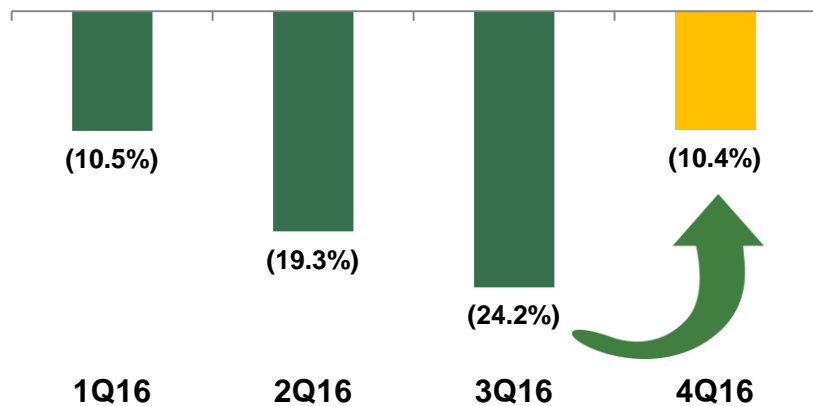
## Ganho de market share no negócio offline em 2016

(SSS Ajustado vs. PMC – IBGE para Eletrodomésticos e Móveis)



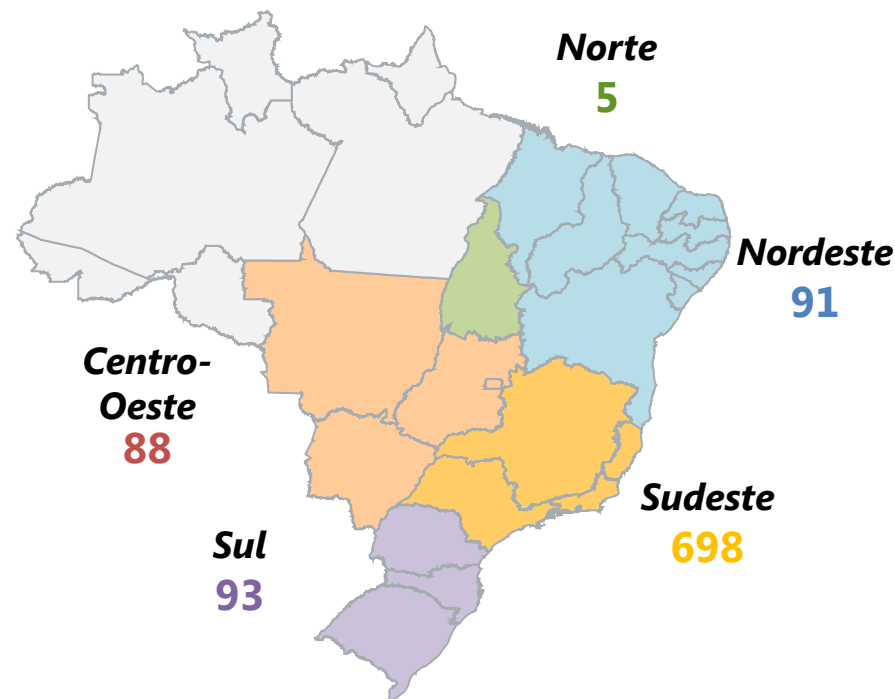
## Recuperação nas vendas no negócio Online

(Crescimento GMV vs. 2015)



## Mapa de Lojas 4T16

(Total de 975 lojas)



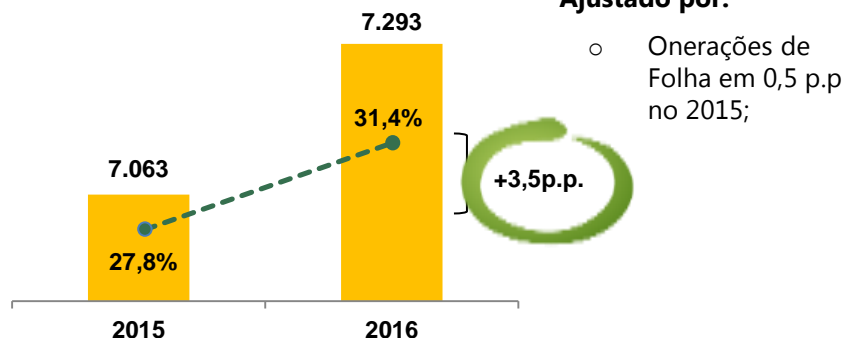
Em 2016:

- Abertura de 8 lojas;
- Fechamento de 47 lojas (23 lojas CADE);

# Melhoria em rentabilidade para o negócio consolidado

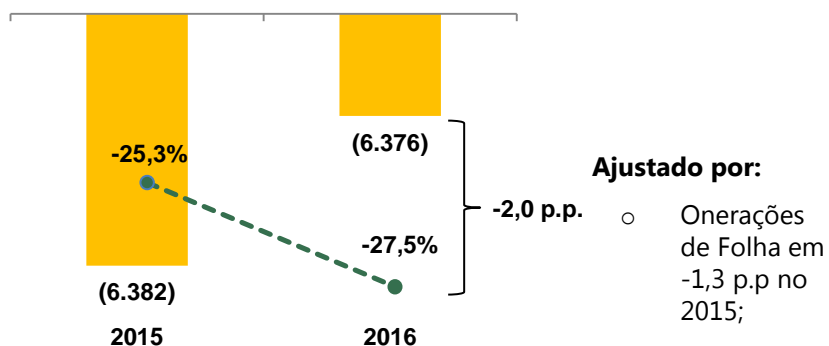
## Lucro Bruto Ajustado pro-forma

(R\$ MM, % receita líquida)



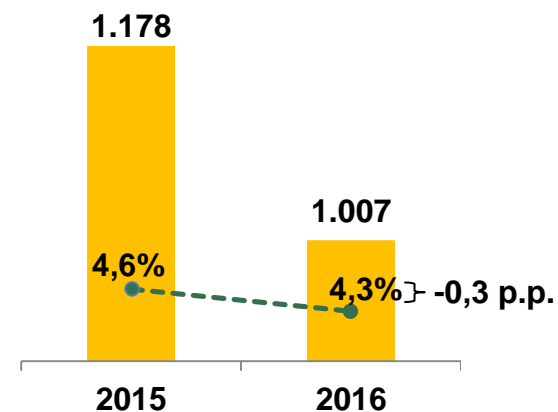
## SG&A Ajustado pro-forma

(R\$ MM, % receita líquida)

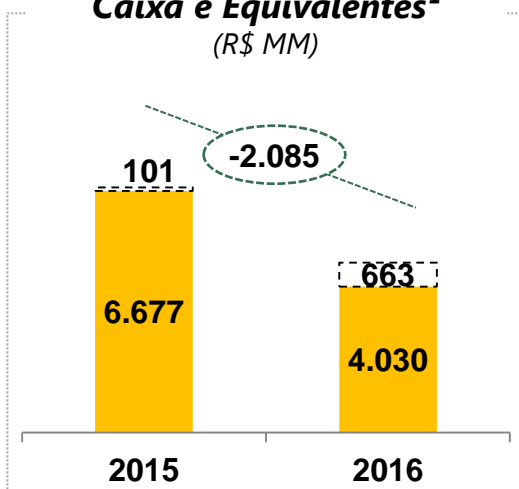


## EBITDA Ajustado pro-forma

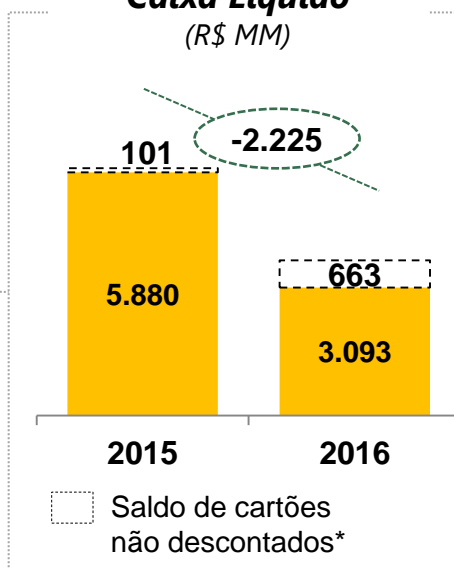
(R\$ MM, % receita líquida)



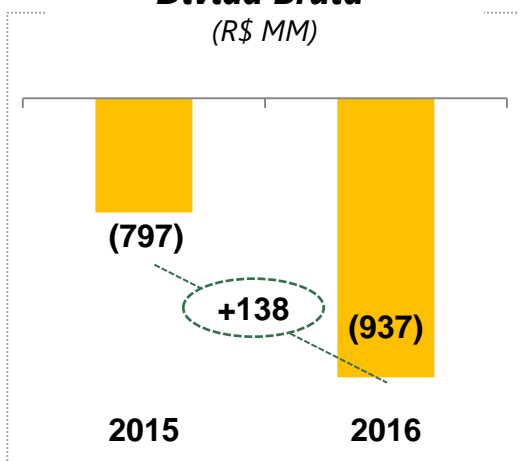
## Caixa e Equivalentes<sup>1</sup> (R\$ MM)



## Caixa Líquido (R\$ MM)



## Dívida Bruta<sup>2</sup> (R\$ MM)



## Caixa Líquido impactados por

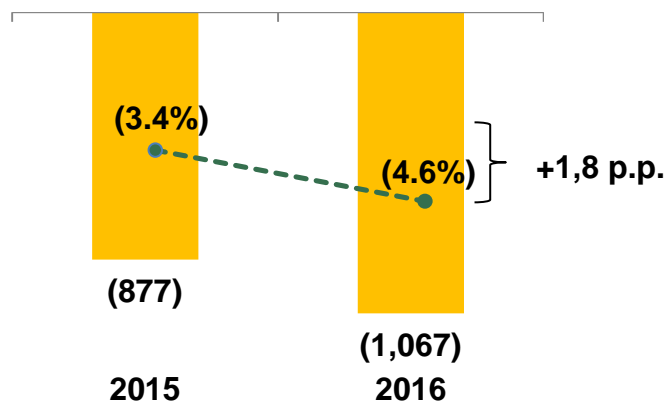
- (+) Sinergia de estoques de **R\$325 milhões**;
- (-) Adequação de prazos de fornecedores no valor de **R\$1.260 milhões**, substancialmente do negócio online – reflexo na margem bruta do 4T16;
- (-) Pagamento de mútuo com a Cnova N.V. no valor de **R\$583 milhões**.
- (-) Consumo operacional de caixa no **negócio online** durante os **10M16**;

Nota: 1) Inclui os recebíveis de cartão de crédito não descontados

2) Não inclui dívida com financiamento ao consumidor (CDCI).

## Resultado Financeiro Operacional Líquido

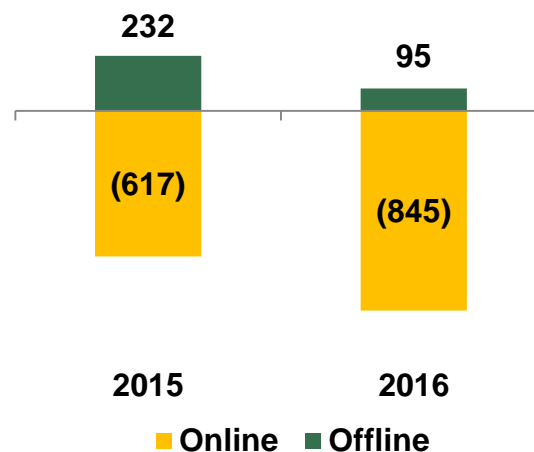
(% receita líquida, R\$ MM)



- Resultado financeiro operacional líquido impactado pela consolidação do negócio online
- Impactado pela linha "Outros" (i) atualizações monetárias (receitas) one-off e não caixa de impostos a recuperar no valor de R\$137 milhões; e (ii) atualizações monetárias e não caixa das provisões de contingências

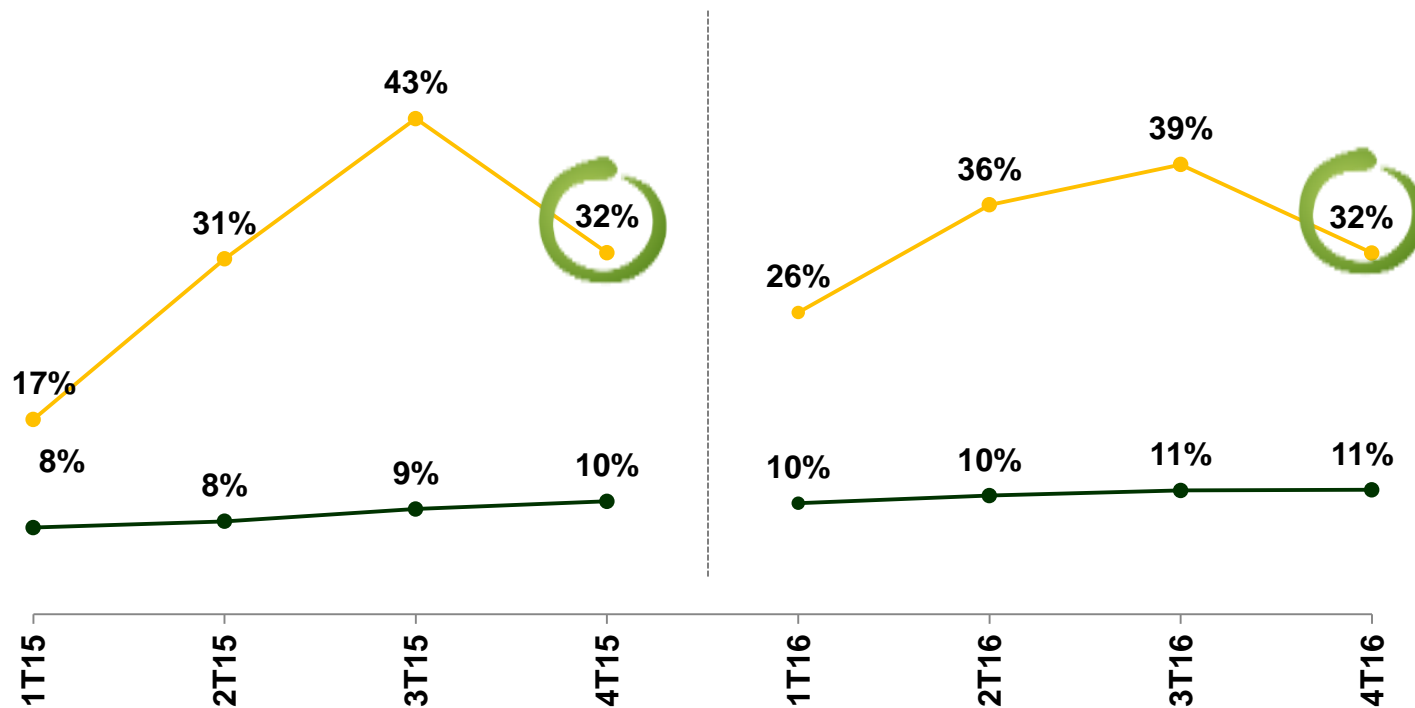
## Prejuízo Líquido pro-forma

(R\$ MM, % receita líquida)



- Prejuízo líquido pro-forma (considerando a consolidação de ambos os negócios online e offline) é impactado por R\$845 milhões de prejuízo líquido do negócio online.

**Evolução nas decisões de crédito contribuíram para uma inadimplência estável, apesar do pior cenário econômico vs. 2015**



● Inadimplência Carteira Crediário/Receita Líquida Crediário

● Inadimplência Carteira Crediário/Carteira Bruta



- 1** **2017** será marcado pelo **início** de uma **profunda transformação** em nossos negócios através da **consolidação** de nossa **estratégia multicanal** e da **consolidação** de uma **cultura digital na Companhia**
- 2** **Continuar** com a **recuperação** do negócio **online** através da **melhoria contínua operacional** e maturidade da **estratégia multicanal**, com **retira loja 100% implementado** já em **Fevereiro de 2017**
- 3** **Ganhar market share** e **crescer de vendas** em ambos negócios **online** e **offline**, **sem penalizar a rentabilidade**
- 4** **Capturar a produtividade** esperada através do **projeto MOVVE**
- 5** **Fortalecer** nosso **posicionamento** na categoria **móveis** através de **produtos alinhados** com os **desejos do consumidor**, bem como **oferta diferenciada** de **meios e condições de pagamento**
- 6** **Continuar** com nossa **sólida posição financeira** da Companhia



## 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)

