

## Via Varejo (VVAR3 – Compra)

### Processo de transformação bem sucedido com lucro líquido de R\$ 1,0 bilhão em 2020 e boas perspectivas para 2021

**2020 foi o ano da transformação da Via Varejo** – A troca no comando da empresa em 2019 com a nova gestão focada na transformação e na sua recuperação, com investimentos relevantes nos canais de vendas físicas e online e na distribuição, resgatou a competitividade da Via Varejo no mercado brasileiro.

#### Fatores que deverão seguir impulsionando os resultados da Via Varejo neste ano:

- Uso de uma base de mais de 85 milhões de clientes, aproximadamente **14 milhões de clientes ativos no final de 2020**, mais que o dobro em relação a 2019.
- Ao final de dezembro, mais de 70% dos clientes que realizaram compras online utilizaram opções digitais mobile (apps e mobile sites).
- Para 2021, aumento no número de *sellers* com agilidade na aprovação e disponibilização de novos serviços e produtos com expansão do sortimento via novas categorias na vendas online.
- Novos serviços financeiros e crescimento no crediário com **R\$ 11 bilhões pré-aprovados que podem virar faturamento**. A PDD reduziu em percentual.
- O Banqi está todo digitalizado com R\$ 28 bilhões sob gestão e 1,8 milhão de contas abertas. As novas aquisições devem contribuir para ganho de mercado em 2021.
- Expansão da rede de lojas físicas para este ano, com **abertura de 120 lojas nas regiões norte e nordeste**, onde o histórico de vendas é muito superior à sua média no Brasil. Em dezembro eram 1,052 filiais ativas.
- O impulso alcançado nas vendas online deverá continuar neste ano. O vendedor online gerou faturamento de R\$ 2,8 bilhões no ano (R\$ 1,0 bilhão no 4T20).
- A companhia enxerga oportunidades de continuar crescendo através do marketplace (3P), na logística para produtos leves e pesados e na entregas no mesmo dia (same-day-delivery). Foco também no crescimento no mercado de móveis e colchões onde já domina.
- Penetração nas classes de maior renda e na expansão das ofertas de crédito e cartões co-branded (podem ser usados em qualquer estabelecimento credenciado a bandeira do cartão e não somente na rede varejista em que o cartão foi emitido).
- **Posição financeira confortável** após o reforço da estrutura de capital em jun/20 com uma oferta pública de ações (follow-on) de R\$ 4,5 bilhões. Houve também captações durante o ano, como forma de proteção na crise.
- Conforme a administração da empresa, os dois primeiros meses confirmaram um bom volume de vendas, embora o varejo nacional tenha mostrado desempenho mais fraco, não se esquecendo da sazonalidade no setor.

Mario R. Mariante, CNPI

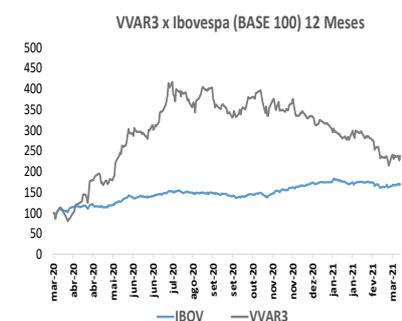
[mmariante@planner.com.br](mailto:mmariante@planner.com.br)

+55 11 2172-2561

Disclosure e certificação do analista estão localizados na última página deste relatório.

#### Dados da Ação

VIA VAREJO	VVAR3
Última Cotação (R\$/ação)	12,16
Preço Justo (R\$/ação)	18,95
Valorização Potencial	55,8%
Cot. Max. (12 m) (R\$/ação)	22,36
Cot. Min.. (12 m) (R\$/ação)	3,96
<b>Cot. Max. (12 M)/Atual</b>	<b>83,9%</b>
<b>Varição no Ano (%)</b>	<b>-24,8</b>
Var. Ibovespa no Ano (%)	-2,3
Cot./VPA (atual) (x)	3,2
P/L (2021) (x)	17,0
Valor de Mercado(R\$ bi)	19,4
Base Acionária (MM)	1.597



22 de março de 2021

## Resumo dos resultados de 2020 o dados projetados:

## Via Varejo - Resumo Trimestral

R\$ milhões	4T19	4T20	Var. %
Receita Bruta	8.875	11.274	27,0
Receita Líquida	7.613	9.470	24,4
Lucro Bruto	2.215	2.892	30,6
EBITDA Ajustado	-35	545	-
<b>Reultado Líquido</b>	<b>-875</b>	<b>336</b>	<b>-</b>
GMV Total Líq. (e-commerce e Lojas)	9.363	12.160	29,9
Vendas Digitais	2.691	5.665	110,5
Margem Bruta	29,1%	30,5%	1,4
Margem EBITDA	-0,5%	5,8%	6,2
Margem Líquida	-11,5%	3,5%	15,0

Fonte: Empresa

## Resumo dos Resultados Projetados

VIA VAREJO (VVAR3)	Ult. Cot.: (R\$) >>				12,16
Valores em R\$ milhões	2019	2020	2021E	2022E	2022E
<b>Receita Líquida</b>	<b>25.655</b>	<b>28.901</b>	<b>30.670</b>	<b>32.892</b>	<b>33.869</b>
Custo dos Produtos Vendidos	(18.312)	(19.435)	(20.624)	(22.119)	(22.776)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>7.343</b>	<b>9.466</b>	<b>10.045</b>	<b>10.773</b>	<b>11.093</b>
Despesas Operacionais	(8.385)	(7.847)	(8.165)	(8.552)	(8.745)
<b>Resultado Operac. (EBIT)</b>	<b>-387</b>	<b>2.297</b>	<b>2.438</b>	<b>2.725</b>	<b>2.806</b>
Resultado Financeiro	(962)	(696)	(611)	(140)	14
<b>Resultado Líquido</b>	<b>(1.433)</b>	<b>1.004</b>	<b>1.142</b>	<b>1.872</b>	<b>2.126</b>
<b>EBITDA</b>	<b>1.076</b>	<b>2.917</b>	<b>2.385</b>	<b>2.672</b>	<b>2.753</b>
Margem Bruta	28,6%	32,8%	32,8%	32,8%	32,8%
Margem EBIT	-1,5%	7,9%	7,9%	8,3%	8,3%
Margem EBITDA	4,2%	10,1%	7,8%	8,1%	8,1%
Margem Líquida	-5,6%	3,5%	3,7%	5,7%	6,3%
Lucro por ação	(1,10)	0,63	0,72	1,17	1,33
P/L (X)	-	25,7	17,0	10,4	9,1
Cot. / VPA	25,1	4,3	2,7	2,0	1,7

Fonte: Empresa e Planner Corretora

## Principais acontecimentos em 2020:

Após um ano de forte reestruturação dos negócios, em meio à crise da pandemia que levou ao fechamento de todas as lojas da empresa no Brasil, a transformação gerou bons resultados, no operacional e no financeiro. **Destaque para os seguintes pontos:**

- Rápida adaptação nas vendas, convocando seus mais de 20 mil vendedores para operarem na forma digital “Me chana no zap”, com resposta expressiva nas vendas e lançamento de novas modalidades para alcançar o consumidor.
- Expansão nas vendas digitais acima do mercado representando quase 50% do GMV total. *Obs: O GMV (Gross Merchandise Value) mede a quantidade de transações em reais que ocorrem em um período específico de tempo dentro da sua plataforma.*

- **Evolução de 112% no e-commerce no 4T20 e 174% no ano**, acumulando faturamento de R\$ 12,8 bilhões. Somado ao marketplace, o faturamento digital atingiu R\$ 16,0 bilhões no ano.
- Fonte controle de despesas operacionais, crescendo menos que a receita líquida.
- As despesas com reestruturação que pesaram forte em 2019, reduziram em 2020. Nossa expectativa é de nova queda neste ano, contribuindo para o resultado líquido.

### Estrutura para suportar desafios do mercado:

Em 31/12/20, a Via Varejo possuía **27 Centros de Distribuição e entrepostos** e realizava suas vendas por meio de **1.052 filiais ativas** (857 com a bandeira Casas Bahia e 195 com a bandeira Ponto Frio). Do total de lojas, 284 eram localizadas em shopping centers e 768 eram lojas de rua, localizadas em todas as regiões do país.

**Crescimento esperado em serviços financeiros** - No 1S20, aquisição do controle do BanQi (Airfox) e na sequência foram adquiridas a logtech ASAPLog, a I9XP – empresa especializada no desenvolvimento de tecnologias para e-commerce e, também uma participação minoritária relevante no Distrito, um hub de inovação e startups. Todas essas aquisições voltadas para a estratégia digital.

### Outros canais de crescimento:

- **Vendedor Online / Me chama no Zap:** a ferramenta inovadora lançada em 2020 já conta com mais de 20 mil vendedores e originou vendas de mais de R\$ 2,8 bilhões no ano, com participação de quase 16% nas vendas digitais.
- **Carnê Digital:** Em 2020, o Carnê das Casas Bahia foi disponibilizado digitalmente. Será ofertado também aos clientes para uso em produtos no marketplace (3P) nas lojas e no e-commerce.
- **BanQi:** Gestão dos carnês, serviços de conveniência, financeiros e de pagamentos já disponíveis na conta digital para pessoas físicas. Ampliará o relacionamento do banQi com pequenas e médias empresas e os lojistas do marketplace, através de conta PJ e variados serviços financeiros.
- **Retira Rápido:** novo processo de validação da identidade no fluxo de retirada dos produtos via token, retirada em prazo de até duas horas após a compra e disponível em 100% das lojas.
- **Phygital (physical + digital):** Oferta de wi-fi grátis e ampliação de processos visando agilizar a conclusão das vendas.
- **ENVVIAS:** Plataforma de soluções logísticas e de serviços para o ecossistema de marketplace, que auxilia os lojistas na operação e na gestão das entregas.

## Desempenho Econômico e Financeiro:

- O GMV bruto foi de R\$ 12,7 bilhões no 4T20 (+31% a/a) e de R\$ 38,8 bilhões (+21% a/a) em 2020. Houve crescimento robusto no e-commerce 1P de 112% a/a no 4T20 e de 174% a/a em 2020.
- Forte aceleração do marketplace (3P) com evolução de 84% a/a no 4T20 e 90% a/a em 2020 e muito mais novidades no pipeline em 2021.
- A empresa saiu de um prejuízo líquido de R\$ 1,4 bilhão em 2019 para um lucro líquido de R\$ 1,0 bilhão em 2020. No 4T20, lucro líquido de R\$ 336 milhões comparado a um prejuízo de R\$875 milhões no 4T19. Já o lucro líquido operacional foi de R\$209 milhões no 4T20 e de R\$167 milhões em 2020.

**Elevado montante de Provisão para Demandas Judiciais** – No final de dez/20, o saldo desta conta era de R\$ 1,69 bilhão, sendo R\$ 1,38 bilhão de processos previdenciários e trabalhistas. O saldo é de demandas tributárias, cíveis e outros. Em 2019, o valor total era R\$ 1,8 bilhão. Em dez/20, a companhia possuía 22.275 processos trabalhistas ativos (28.180 em 2019). A provisão para obrigações trabalhistas é calculada com base nas perdas efetivas históricas aplicadas à totalidade dos processos ativos por cargos, bem como, a avaliação individual de risco, para determinados processos com características singulares.

**Posição de caixa** - O caixa incluindo recebíveis não descontados e ajustado pelas antecipações aos fornecedores totalizou R\$ 9,3 bilhões (ou caixa líquido e antecipações de R\$ 4,8 bilhões) A geração de caixa operacional atingiu R\$ 1,4 bilhão no ano.

## Definições:

O GMV ou Gross Merchandise Value é uma das métricas mais importantes para uma plataforma Marketplace ou e-commerce. Com ele, você é capaz de medir a quantidade de transações em reais que ocorrem em um período específico de tempo dentro da sua plataforma.

O que é 1P e 3P? - A estrutura, conhecida como 3P (ou third-party seller) é muito mais enxuta e rentável do que o modelo de e-commerce tradicional — o 1P (first party) — no qual as empresas compram dos atacadistas e vendem diretamente para os clientes, com custos pesados de estoque e distribuição.

## Parâmetros do Rating da Ação

Nossos parâmetros de rating levam em consideração o potencial de valorização da ação, do mercado, aqui refletido pelo Índice Bovespa, e um prêmio, adotado neste caso como a taxa de juro real no Brasil, e se necessário ponderação do analista. Dessa forma teremos:

**Compra:** Quando a expectativa do analista para a valorização da ação for superior ao potencial de valorização do Índice Bovespa, mais o prêmio.

**Neutro:** Quando a expectativa do analista para a valorização da ação for em linha com o potencial de valorização do Índice Bovespa, mais o prêmio.

**Venda:** Quando a expectativa do analista para a valorização da ação for inferior ao potencial de valorização do Índice Bovespa, mais o prêmio.

## EQUIPE

Mario Roberto Mariante, CNPI\*  
mmariante@planner.com.br

Karoline Sartin Borges, CNPI  
kborges@planner.com.br

Luiz Francisco Caetano, CNPI  
lcaetano@planner.com.br

Victor Luiz de Figueiredo Martins, CNPI  
vmartins@planner.com.br

Ricardo Tadeu Martins, CNPI  
rmartins@planner.com.br

## DISCLAIMER

Este relatório foi preparado pela Planner Corretora e está sendo fornecido exclusivamente com o objetivo de informar. As informações, opiniões, estimativas e projeções referem-se à data presente e estão sujeitas às mudanças como resultado de alterações nas condições de mercado, sem aviso prévio. As informações utilizadas neste relatório foram obtidas das companhias analisadas e de fontes públicas, que acreditamos confiáveis e de boa fé. Contudo, não foram independentemente conferidas e nenhuma garantia expressa ou implícita, é dada sobre sua exatidão. Nenhuma parte deste relatório pode ser copiada ou redistribuída sem prévio consentimento da Planner Corretora de Valores.

O presente relatório se destina ao uso exclusivo do destinatário, não podendo ser, no todo ou em parte, copiado, reproduzido ou distribuído a qualquer pessoa sem a expressa autorização da Planner Corretora.

As opiniões, estimativas, projeções e premissas relevantes contidas neste relatório são baseadas em julgamento do(s) analista(s) de investimento envolvido(s) na sua elaboração ("analistas de investimento") e são, portanto, sujeitas a modificações sem aviso prévio em decorrência de alterações nas condições de mercado.

Declarações dos analistas de investimento envolvidos na elaboração deste relatório nos termos do art. 21 da Instrução CVM 598/18:

O(s) analista(s) de investimento declara(m) que as opiniões contidas neste relatório refletem exclusivamente suas opiniões pessoais sobre a companhia e seus valores mobiliários e foram elaboradas de forma independente e autônoma, inclusive em relação à Planner Corretora e demais empresas do Grupo.