

1T24

RESULTADOS

GRUPO **CASASBAHIA**

PRINCIPAIS MENSAGENS – 1T24



NOVAS FONTES DE RECEITA

Transporte
(mar aberto)

Receita +84% a/a

Fulfillment
Multimarketplace
Receita +14% a/a

Casas Bahia ADS
Anunciantes +7X

Penetração de serviços
15% (+3 p.p.)
Receita +10% a/a



MELHORIA DE MARGENS

Melhoria gradual t/t

Margem bruta
30,0% no 1T24
(vs 27,6% no 4T23
e 23,0% no 3T23)

Disciplina de despesas
-7,5% a/a

Margem EBITDA
6,1% no 1T24
(vs 2,2% no 4T23
e -1,0% no 3T23)



RENTABILIDADE DO ECOSISTEMA

3P

GMV +10%
Receita +13%

Bartira
(Fábrica de móveis)
Lucro no 1T24

banQi
(Fintech)
Próximo de
Breakeven



FLUXO DE CAIXA

Fluxo de caixa livre
Menor consumo de 1T
dos últimos 5 anos

Disciplina do
capital de giro e capex

Tributos
+R\$ 203 MM de
impacto líquido
no caixa
(vs consumo no 1T
nos últimos 4 anos)



PLANO DE TRANSFORMAÇÃO

Início da captura das
iniciativas implementadas
(**redução de despesa, mix**
e canais mais rentáveis)

Novas oportunidades:
Nova ferramenta de
precificação

Nova ferramenta para
impulsionar a venda de
loja e marketplace

Avanços importantes no
plano de otimização
da rentabilidade de lojas



ESTRUTURA DE CAPITAL

Reperfilamento de
R\$ 4,1 Bi da dívida

Aumento do
prazo médio
de 22 meses
para 72 meses

Redução do
custo médio
(-1,5 p.p.)

Preservação de caixa
R\$ 4,3 Bi até 2027

OMNICANALIDADE



OMNISCANALIDADE - Posicionamento de Especialista

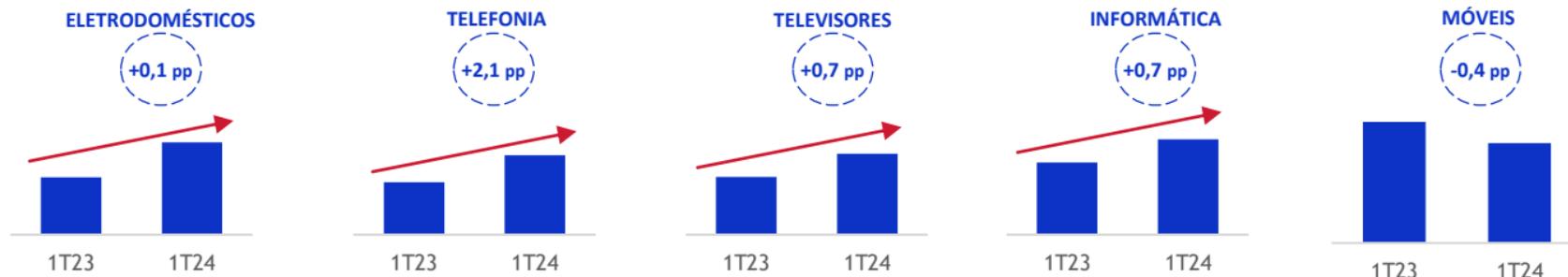
Loja: redução pelo fechamento desde 2023 de 57 lojas com margem de contribuição negativa

1P online: descontinuidade de categorias não rentáveis e redução de incentivos no canal B2B

3P online: crescimento de GMV, absorvendo a migração de categorias e mantendo a rentabilidade (+13% na receita)

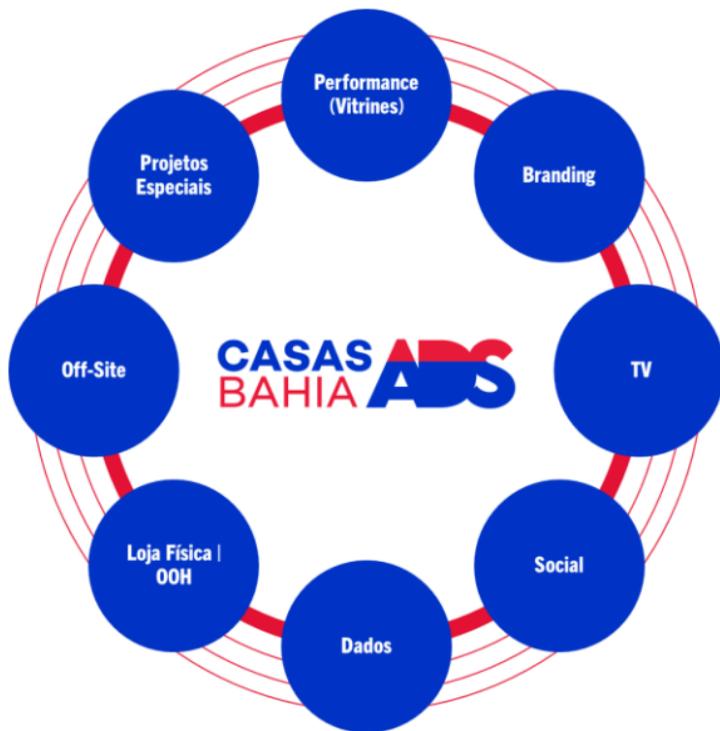


Gain of sustainable online share in all core categories allied to the focus on profitability



INOVAÇÃO





O MAIS COMPLETO ECOSISTEMA DE MÍDIA DO VAREJO BRASILEIRO

Do on-line, social, CRM, off-site, mídia OOH, ativações em lojas físicas, radio até dados próprios e insights altamente acionáveis para os anunciantes, grandes marcas e sellers do Marketplace.

Tudo isso em uma plataforma única self-service oferecendo uma **verdadeira solução omnicanal eficiente para os clientes.**

+608%
Anunciantes
1T24 t/t

+15%
Receita*
1T24 t/t

+20%
GMV transacionado
1T24 t/t

32%
ROI médio
dos anunciantes

*Receita Plataforma

LOGÍSTICA



Expansão de novas fontes de receita e rentabilidade com maior eficiência e melhor prazo de entrega

Fulfillment Multimarketplace

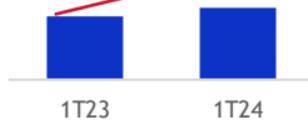
Clientes

+12%



Receita

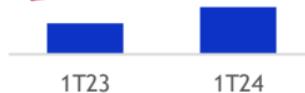
+14%



Transporte (Mar Aberto)

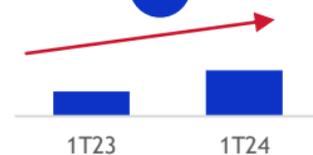
Clientes

+53%



Receita

+84%

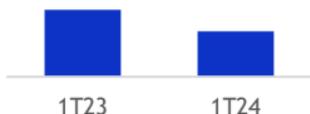


Redução no prazo de entrega de todas as modalidades

Marketplace

Entregas não gerenciadas pelo Grupo Casas Bahia

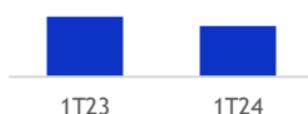
-16%



Marketplace

Entregas gerenciadas pelo Grupo Casas Bahia

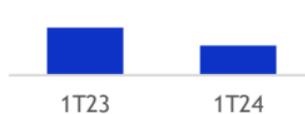
-15%



Fulfillment

Grupo Casas Bahia

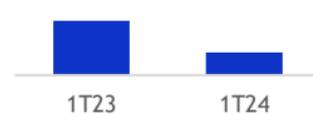
-20%



Entregas 1P

Online e Offline

-21%



Novas fontes de receita

Maior eficiência = Menor prazo de entrega

SOLUÇÕES FINANCEIRAS



SOLUÇÕES FINANCEIRAS

Crediário: alavanca de venda com rentabilidade e inadimplência sob controle

Evolução da carteira ativa de crédito

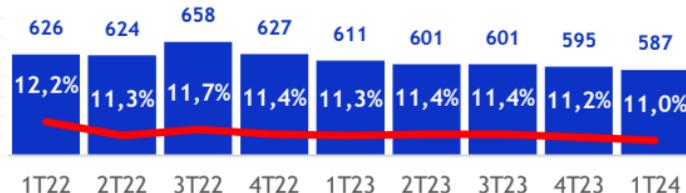
(R\$ bilhões)



■ Carteira Ativa* ● Taxa Over 90 *Carteira Ativa = Clientes com atraso até 180 dias

PDD

(R\$ milhões)



■ Saldo PDD ● Saldo PDD / Carteira Ativa

Perda líquida trimestral sobre carteira

(R\$ milhões)



■ Perda ● Perda / Carteira Ativa

INDICADORES SAUDÁVEIS DE INADIMPLÊNCIA

Penetração do crediário

(% do municípios do Brasil)



ESG





**SUSTENTABILIDADE
PROGRAMA DE RECICLAGEM
REVIVA E ENERGIA RENOVÁVEL**

73% do Uso de Energia
de fontes renováveis nas operações.
Meta de atingirmos 90% até 2025

+704 Ton
resíduos destinados
para reciclagem

593 Coletores
eletroeletrônicos distribuídos
nas lojas e operações

1,6 Ton de Eletrônicos
encaminhados para
descarte e reciclagem

FUNDAÇÃO
CASASBAHIA

**SOCIAL
FUNDAÇÃO CASAS BAHIA**

1.750 jovens formados
com Inst. PROA, sendo 14 contratados
pelo Grupo Casas Bahia

800 mulheres
serão beneficiadas
na ampliação da
Jornada Dona de Si para
formação de empreendedoras

Renovação de parcerias
Inst. Vini Jr. para acompanhamento
dos 3 Centros Educacionais
apoiados em 2023

AFESU para beneficiar 75 meninas nos
cursos de Tecnologia Básica e 1º Emprego

Ajuda humanitária
Doação de 300 colchões, 3 mil litros
de águas e 300 kits de higiene para
vítimas das chuvas em RJ



**SOCIAL
DIVERSIDADE**

1,3 mil mulheres
Impactadas no Programa Mulheres Potência,
em 20 dias de ações, incluindo
rodas de diálogos, letramento
e depoimentos inspirados

+16 mil pedidos entregues
em comunidades vulneráveis em
parceria com a startup Favela Express



GOVERNANÇA

**Nova composição da
Diretoria Estatutária**
-Renato Horta Franklin
-Elcio Mitsuhiro Ito
- Sérgio Augusto França Leme
- Tiago Celso Abate

**Auditoria independente
dos controles internos**
4º ano consecutivo sem nenhuma
deficiência significativa,
evidenciando o foco e
compromisso com os
processos internos e
com a qualidade das
infos financeiras

DESTAQUES FINANCEIROS



DESTAQUES FINANCEIROS

DISCIPLINA DE EXECUÇÃO

Plano de Transformação
dentro do previsto

- Margem Bruta: +30,0% no 1T24 (vs +27,6% no 4T23 e +23,0% no 3T23)
- SG&A capturando as iniciativas para redução de despesa de 2023 (-7,6% a/a)
- Margem EBITDA: +6,1% no 1T24 (vs +2,2% no 4T23 e -1,0% no 3T23)

PRIORIDADE

Gestão de liquidez e
fluxo de caixa

- Fluxo de Caixa Livre*: -R\$ 182 MM no 1T24 (menor consumo de 1T dos últimos 5 anos)
- Tributos: +R\$ 203 MM de impacto líquido no caixa (vs consumo no 1T nos últimos 4 anos)
- Demandas Judiciais Trabalhistas: -R\$ 197 MM (menor consumo de 1T nos últimos 4 anos)

ESTRUTURA DE CAPITAL

Reperfilamento
do endividamento

- Reperfilamento de R\$ 4,1 Bi da dívida
- Aumento do prazo médio de 22 meses para 72 meses
- Redução do custo médio (-1,5 p.p.)
- Preservação de caixa de R\$ 4,3 Bi até 2027, sendo R\$ 1 Bi já em 2024

*Fluxo de Caixa Livre = fluxo de caixa disponível para pagamento de dívidas (principal e juros) e acionistas

RESULTADO 1T24

Implementação dos ajustes
do Plano de TransformaçãoNormalização da DRE
Melhoria gradual

(R\$ Milhões)	1T23	3T23	4T23	1T24	Var. 1T24 x 1T23
Receita Bruta	8.788	7.845	8.811	7.541	-14,2%
Receita Líquida	7.354	6.590	7.414	6.347	-13,7%
Lucro Bruto	2.313	1.513	2.046	1.902	-17,8%
Margem Bruta	31,4%	23,0%	27,6%	30,0%	(1,5p.p.)
SG&A	(1.703)	(1.643)	(1.945)	(1.575)	-7,5%
EBITDA Ajustado	675	(66)	163	387	-42,6%
Margem EBITDA Ajustada	9,2%	-1,0%	2,2%	6,1%	(3,1p.p.)
Outras Despesas	(106)	(310)	(604)	(132)	24,9%
Resultado financeiro	(827)	(679)	(734)	(486)	-41,2%
LAIR	(553)	(1.339)	(1.467)	(502)	-9,2%
IR/CS	256	503	466	241	-5,7%
Lucro Líquido (Prejuízo)	(297)	(836)	(1.000)	(261)	-12,2%

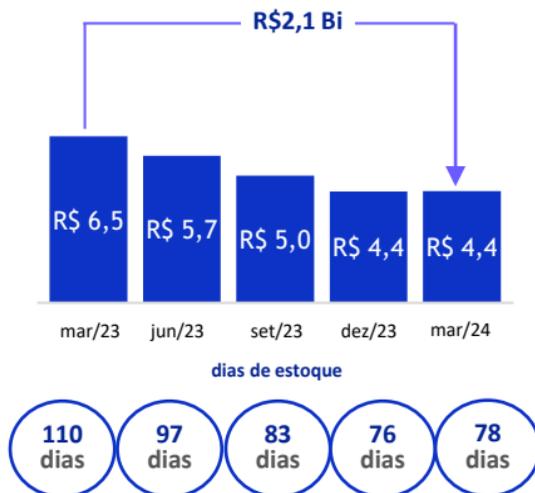
Destques

- Variação da receita decorre das medidas tomadas no Plano de Transformação, que priorizam a rentabilidade e sustentabilidade da operação
 - descontinuidade de 23 categorias do 1P
 - redução de incentivos no B2B online
 - fechamento de 57 lojas
- Margem bruta de 30,0% no 1T24 (vs 27,6% no 4T23 e 23,0% no 3T23)
- SG&A capturando os ajustes realizados em 2023
 - 8,6 mil posições reduzidas
 - 57 lojas deficitárias fechadas
 - maior eficiência nos investimentos de marketing
- Margem EBITDA de 6,1% no 1T24 (vs 2,2% no 4T23 e -1,0% no 3T23)
- Resultado Financeiro impactado positivamente por atualizações monetárias relacionadas a tese do século e redução das despesas de desconto de recebível e fornecedor convênio

OTIMIZAÇÃO DOS NÍVEIS DE ESTOQUE: REDUÇÃO DO ESTOQUE MAIS ANTIGO E DE MENOR GIRO EFICIÊNCIA NA GESTÃO DE CAPITAL

Estoque

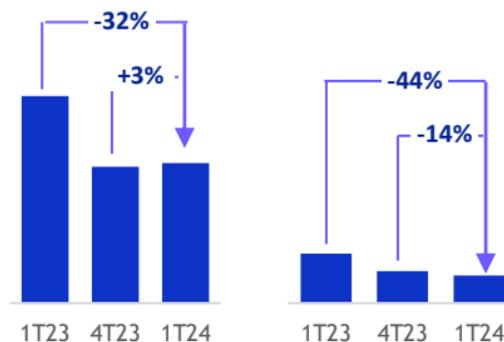
(R\$ bilhões)



Aging do Estoque

Estoque até 90 dias

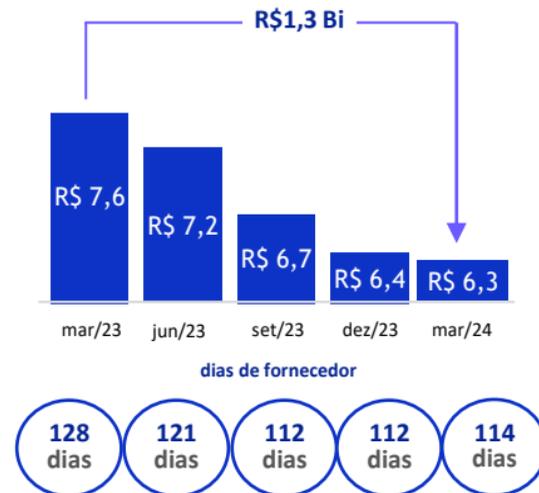
Estoque acima de 90 dias



Melhoria sequencial na qualidade do estoque de curto prazo (manutenção do nível adequado) e longo prazo (redução dos itens mais antigos e de menor giro)

Fornecedores*

(R\$ bilhões)



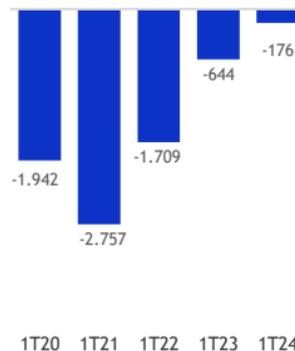
FLUXO DE CAIXA INDIRETO

R\$ milhões

	1T20	1T21	1T22	1T23	1T24
Lucro (prejuízo) do período	13	180	18	(297)	(261)
Lucro caixa pós ajustes	613	816	1.069	986	689
Varição capital de giro	(1.410)	(1.814)	(539)	(477)	(237)
Estoque	(682)	(1.709)	243	(931)	(31)
Fornecedores	(728)	(105)	(782)	454	(206)
Perdas	(127)	(11)	(254)	(259)	(212)
Demandas judiciais	(148)	(306)	(408)	(260)	(216)
Repasse a terceiros	(73)	(213)	(163)	(103)	(38)
Tributos a recuperar/pagar	(279)	(245)	(135)	(12)	203
Outros Ativos e Passivos	(207)	(579)	(547)	5	(65)
Caixa Líquido das atividades operacionais	(1.631)	(2.352)	(977)	(120)	124
Caixa Líquido das atividades de arrendamento	(228)	(221)	(279)	(273)	(252)
Caixa Líquido das atividades de investimento	(83)	(184)	(453)	(251)	(48)
Fluxo de Caixa Livre	(1.942)	(2.757)	(1.709)	(644)	(176)
Captações Líquidas	633	922	529	(1.262)	23
Pagamento de Juros	(174)	(124)	(297)	(699)	(525)
Follow-on, líquido dos custos de captação	1	-	(28)	-	-
Caixa Líquido das atividades de financiamento	460	798	204	(1.961)	(502)
Saldo Inicial de Caixa e Equivalentes de Caixa	4.802	9.047	6.703	6.153	3.578
Saldo Final de Caixa e Equivalentes de Caixa	3.320	7.088	5.198	3.548	2.900
Varição Saldo Inicial - Saldo Final	(1.482)	(1.959)	(1.505)	(2.605)	(678)

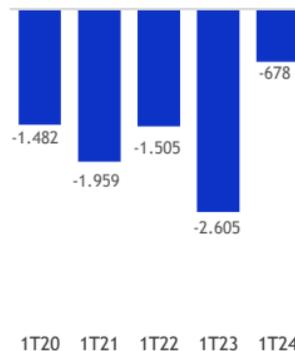
Fluxo de Caixa Livre*

(R\$ milhões)



Varição Saldo de Caixa

(R\$ milhões)



1T24

- Maior otimização do capital empregado (capital de giro + capex)
- Monetização fiscal positiva (vs consumo nos últimos 4 anos)
- Tendência de redução do impacto com demandas trabalhistas

*Fluxo de Caixa Livre = fluxo de caixa disponível para pagamento de dívidas (principal e juros) e acionistas

LIQUIDEZ E ALAVANCAGEM

R\$ milhões

Redução de R\$4,3 Bi em desembolsos com dívidas nos próximos 4 anos, sendo R\$1,5 Bi já em 2024

Cenário 1T24



Dívidas Contempladas
6ª, 7ª, 8ª e 9ª debêntures
CCBs

Custo
CDI + 2,70%

Prazo Médio
22 meses

Após Reperfilamento



Dívidas Contempladas
Novo instrumento de debênture

Custo
CDI + 1,20%

Prazo Médio
72 meses

Economia de R\$60 mm a.a. em juros de dívida

ACOMPANHAMENTO PLANO DE TRANSFORMAÇÃO



Avançamos no plano de transformação, com R\$1,5-1,6B de oportunidades já estruturadas e parcialmente implementadas para captura no curto prazo

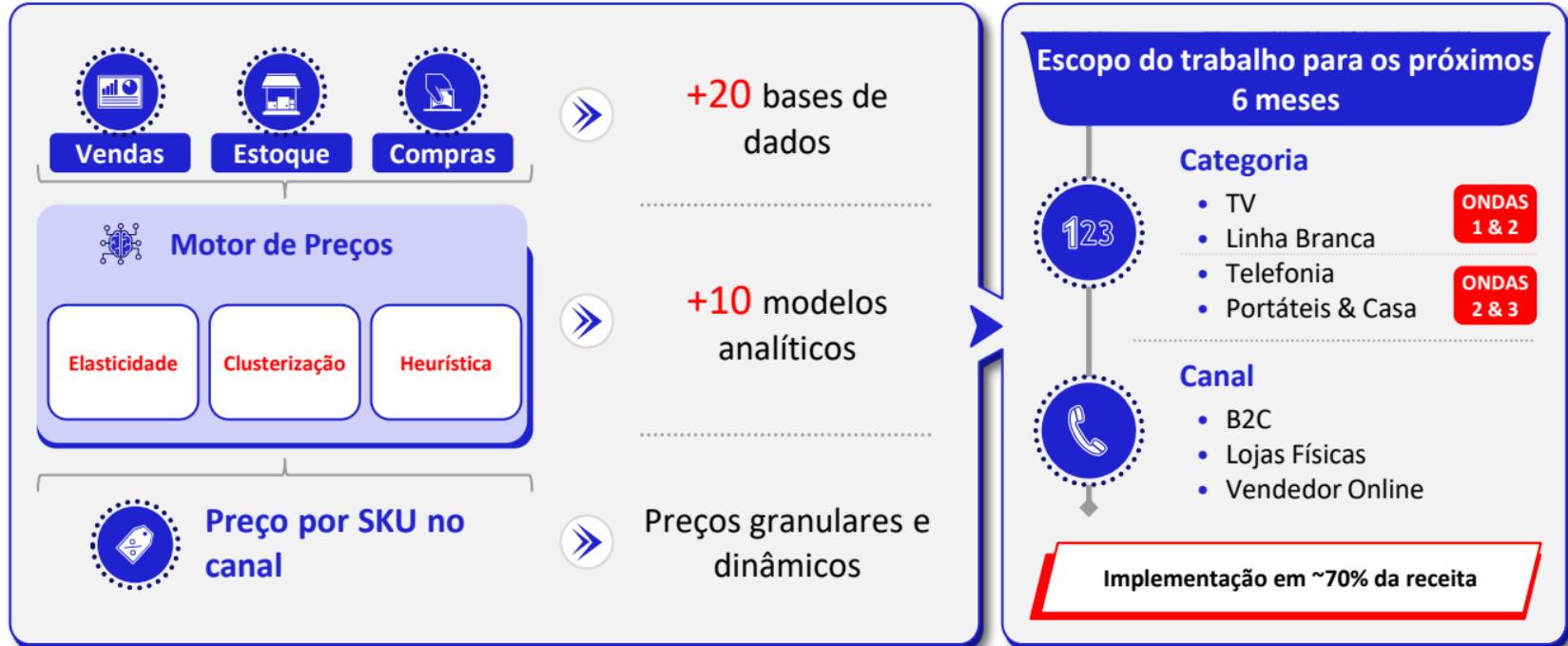
Tipo	Alavancas exploradas	Impacto identificado Até 1T24	Evolução com exemplos não exaustivos de iniciativas implantadas e mapeadas
Receita	<ul style="list-style-type: none"> Eficiência em Serviços Precificação e Promoção Canais de Venda Revisão de Mix e Sortimento 	R\$450 M	<ul style="list-style-type: none"> Aumento da penetração de CDC (penetração CDC 1T24 +4 p.p. vs. 1T23) Desenvolvimento de sistema inteligente de precificação baseado em advanced analytics Novo Criação de solução digital para aumentar eficiência de vendedores em Lojas e Marketplace Novo Expansão da base de anunciantes do Casas Bahia ADS¹ em 7x no 1T24 vs. 4T23 Novo
Custos Variáveis	<ul style="list-style-type: none"> Eficiência de Marketing Eficiência Comercial Renegociação de Indiretos 	R\$460 M	<ul style="list-style-type: none"> Redução na taxa de contatos² em 3 p.p. entre 1T23 e 1T24 Renegociação e revisão de escopo de contratos
Custos Fixos	<ul style="list-style-type: none"> Revisão de Pessoal Custos em Tecnologia Rentabilização de Lojas Otimização de Frete e CDs 	R\$540 - 610 M	<ul style="list-style-type: none"> Fechamento de lojas com rentabilidade negativa (2 no 1T24, 57 no total) Readequação do footprint de CDs (5 CDs readequados até o momento) Avanços importantes no plano de otimização da rentabilidade de lojas (~200 lojas no programa)
Custos de Capital Impacto em caixa	<ul style="list-style-type: none"> Migração de Sortimento 3P Redução de Estoque 	R\$0,9 B	<ul style="list-style-type: none"> Redução de estoque de 110 dias no 1T23 para 78 dias no 1T24
Total		R\$1,5-1,6 B R\$0,9 B	LAIR Caixa

1. CB ADS é a Plataforma de Retail Media das Casas Bahia

2. "Taxa de contatos" é igual ao número de contatos pós-venda dividido pelo número de pedidos gerados no período

Nota: Os gráficos de pizza (ou Harvey Balls) representam a maturidade de captura da iniciativa

Novo ferramental de pricing alavanca analytics para precificação em níveis significativamente mais granulares



Investimento em advanced analytics para potencializar vendas de lojas e marketplace



Mais informação sobre performance e batimento de metas no dia-a-dia

+15 mil vendedores

- Digitalização da carteira de relacionamento com clientes do vendedor
- Gestão de performance do vendedor além da vendas

... dentre outras funcionalidades



Aumento do **Engajamento** alavancando gamificação



Coaching com dicas para melhoria da performance

+100 mil sellers

- Painel indicadores e insights (preços, ruptura, variação vendas)
- Otimizador investimentos Marketing Digital



Ferramental de Analytics na palma da mão

- Geração de leads de vendas com Machine Learning
- Recomendação para lojistas com advanced analytics

Foco do programa de transformação se atualiza de acordo com as prioridades do momento e ambição estratégica



Jul/23

Lançamento Programa Transformação CB25

Foco em geração de caixa no curto-prazo e mudanças no modelo de gestão
(e.g. priorização de margem vs. GMV)



Jul/23 - Mar/24

Estabilização

Foco em redução de custos sustentável e manutenção de operação eficiente



Abr/24 - Dez/24

Apostas Seletivas

Investimentos seletos focados em fortalecer o core e trazer receita (e.g. Investimento em analytics focado em otimização do pricing e suporte aos vendedores)

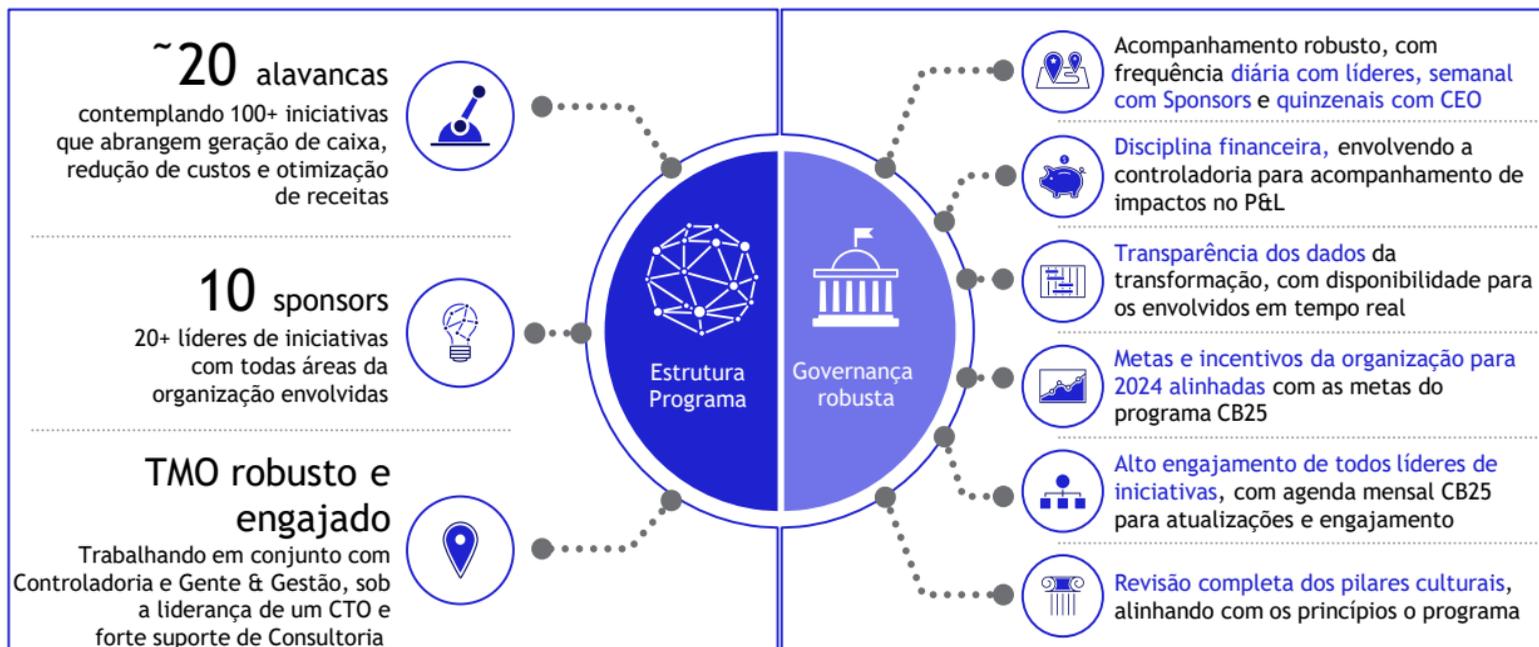


2025+

Aceleração e Novo Momento

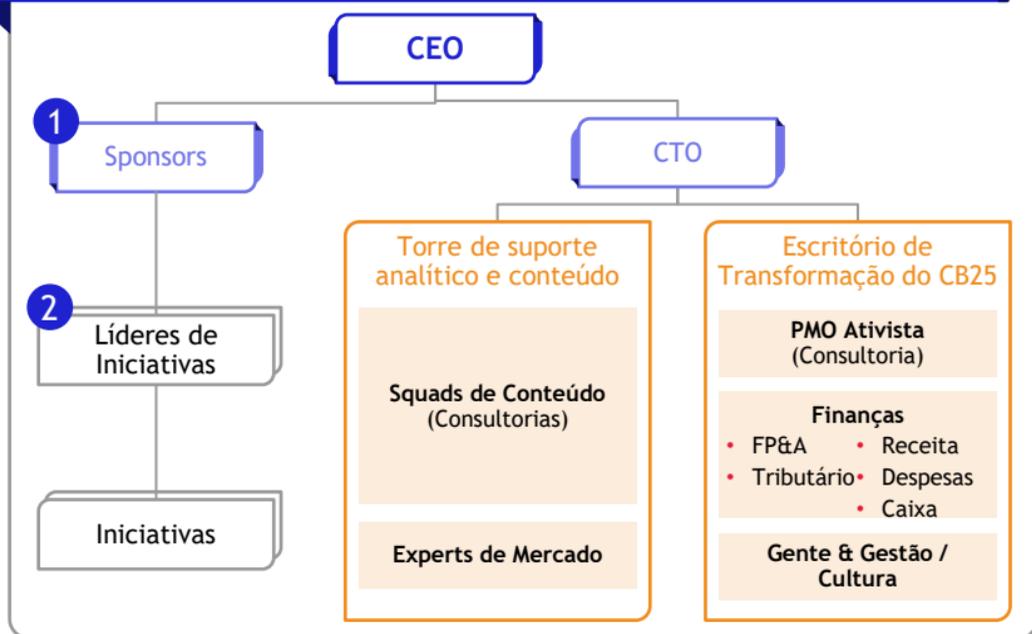
Revisão estratégica com foco em expansão e melhoria de experiência dos canais físico e online e investimento em capacitações críticas

Programa de transformação CB25 tem estrutura e governança robustos para atingir a meta



Programa é gerido pela liderança sênior, com governança muito próxima ao CEO e forte suporte analítico e de conteúdo

Organograma do programa de transformação



Programa sendo liderado pela alta liderança da companhia

1 **10 Sponsors**

3 C-Levels e 6 Dir. Executivos

2 **24 Líderes de iniciativa**

9 Diretores Executivos & Diretores

15 Gerentes Executivos

PRINCIPAIS MENSAGENS



PRINCIPAIS MENSAGENS 1T24



Novas Fontes de Receita

- Transporte (mar aberto): Receita +84% a/a
- Casas Bahia Ads: Anunciantes +7X t/t
- Fulfillment Multimarketplace: Receita +14% a/a
- Penetração de serviços: Receita +10% a/a



Melhoria de Margens

- Margem bruta: 30,0% no 1T24 (vs 27,6% no 4T23 e 23,0% no 3T23)
- Despesas: redução de -7,6% a/a
- Margem EBITDA: 6,1% no 1T24 (vs 2,2% no 4T23 e -1,0% no 3T23)



Rentabilidade do Ecosistema

- 3P: GMV +10% e Receita +13%
- banQi (Fintech): Próximo de Breakeven
- Bartira (Fábrica de móveis): lucro robusto no 1T24



Fluxo de Caixa

- Fluxo de caixa livre: Menor consumo de 1T dos últimos 5 anos
- Tributos: +R\$ 214 MM de impacto líquido no caixa (vs consumo no 1T nos últimos 4 anos)
- Trabalhista: Menor impacto de 1T nos últimos 4 anos



Plano de Transformação

- Nova ferramenta de pricing com advanced analytics
- Solução digital para eficiência de vendedores e sellers
- 3 p.p. de redução no contact rate com cliente (SAC)
- 5 CDs readequados e +8 em replanejamento
- 57 lojas encerradas desde 2023 (2 no 1T24)
- Renegociação de contratos de indiretos



Estrutura de Capital

- Reperfilamento de R\$ 4,1 Bi da dívida
- Aumento do prazo médio de 22 meses para 72 meses
- Redução do custo médio (-1,5 p.p.)

VISÃO DE CURTO PRAZO

✓ Iniciativas Já Executadas

Back to Basics

- Posicionamento como player especialista (com foco em rentabilidade)
- Mudança da denominação social para **Grupo Casas Bahia**

Receita | Custo | Estoques

- Redução de **R\$ 1,2 Bi de estoques a/a** e **otimização de sortimento** de loja
- **23 categorias migradas** totalmente para o 3P
- **8,6 mil** posições reduzidas em 2023
- **57 lojas** encerradas desde 2023 e Plano de recuperação de lojas
- **5 CDs** readequados e +8 em replanejamento
- Maior **penetração de serviços** em lojas e Retail Media: Casas Bahia Ads

Fluxo de Caixa Livre

- **R\$ 648 MM** em 2023 (vs consumo nos 3 anos anteriores)
- **-R\$ 176 MM** no 1T24 (menor consumo de 1T dos últimos 5 anos)

Alavancagem

- **Reperfilamento de R\$ 4,1 Bi**, com aumento de prazo médio (de 22 para 72 meses) e redução do custo (1.5 p.p.)

➔ Visão de Curto Prazo

Resultado

- GMV refletindo a meta de ser um player especialista rentável
- Manutenção da predominância de market share em categorias core
- Maior penetração de serviços
- Mix adequado de produtos
- Revisão dos canais pagos não rentáveis
- Melhoria gradual das margens
- Captura integral das iniciativas do Plano de Transformação
- Estrutura enxuta e eficiente (run rate)

Fluxo de Caixa

- **Melhora no fluxo de caixa** dos próximos anos
- **Mudança no modelo de financiamento do crediário**
- **Disciplina na gestão de capital** (capital de giro e capex)
- **Impacto líquido positivo de tributos**
- **Demandas judiciais sob controle**

Alavancas Operacionais

Estrutura de Capital

GRUPO **CASASBAHIA**

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Sérgio Leme

EVP Supply Chain, Estratégia & IRO

Gabriel Succar

Gerente Executivo de RI

Daniel Morais

Coordenador de RI

Camila Silvestre

Analista de RI

Ticker: BHIA3 (B3)

ri@casasbahia.com.br | www.ri.grupocasasbahia.com.br