

4T23

RESULTADOS

GRUPO CASASBAHIA

PRINCIPAIS MENSAGENS - 4T23



PLANO DE TRANSFORMAÇÃO

Execução das **principais alavancas operacionais** e identificação de **novas oportunidades**



REDUÇÃO DE CUSTOS

8,6 K posições reduzidas no ano

55 lojas encerradas no ano

4 CDs readequados e +10 em replanejamento

Maior eficiência no investimento de mkt (investimento/receita **30% menor** vs. 2022)



ESTOQUES

Redução de **R\$ 1,2 Bi vs 4T22** e **R\$ 0,6 Bi vs 3T23**, foco nos estoques de baixo giro

Dias de estoque: **76 dias** no 4T23 (vs 84 dias no 3T23 e 94 dias no 4T22)

MÍNIMA HISTÓRICA EM DIAS DE ESTOQUE



ESTRUTURA DE CAPITAL

Liability management

Alongamento da dívida de curto prazo (Novo vencimento em 3 anos)



LIQUIDEZ

Saldo final de liquidez em **R\$ 3,6 Bi no 4T23** (vs R\$ 2,8 Bi no 3T23)

Fluxo de caixa livre de **R\$ 721 MM no 4T23**

R\$ 648 MM em 2023 (após 3 anos de consumo)

OMNICANALIDADE

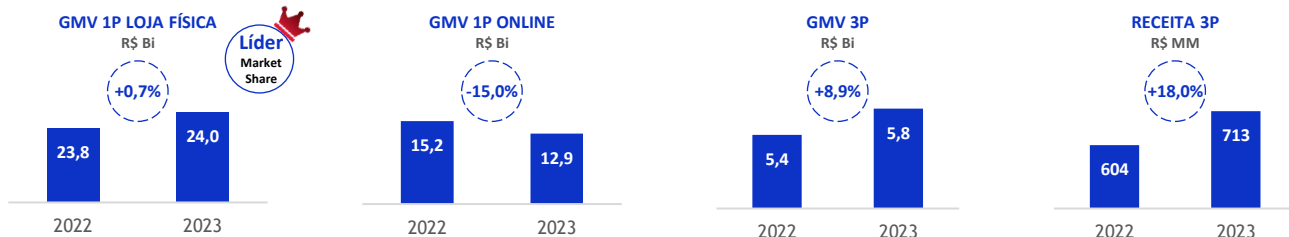


OMNICANALIDADE 1P/3P

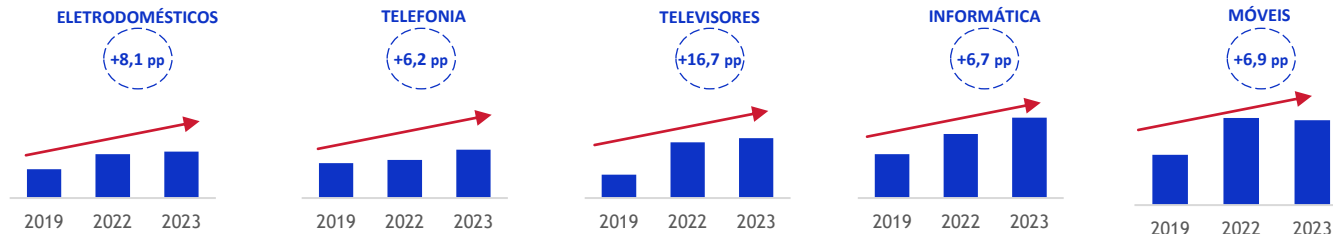
Loja: resiliência, mesmo com o fechamento de 55 lojas com margem de contribuição negativa

1P online: readequação com descontinuidade de categorias não rentáveis

3P online: complementariedade, com crescimento de receita e rentabilidade



Ganho de share online sustentável em todas as categorias core aliado ao foco em rentabilidade



INOVAÇÃO



Receita
2023
+70%
a/a

PERFORMANCE

Google, Afiliados,
Facebook Ads e TikTok

SITE

(Banner site)

CRM

E-mail, Push e
Whatsapp

UNIFORME VENDEDOR

DIGITAL SIGNAGE

Digital Signage dentro da
Plataforma de ADs

CLUBE DE PRÊMIOS

**CASAS BAHIA ADS
PORTFOLIO
COMPLETO DE
SOLUÇÕES**

TRADE NA LOJA

PLATAFORMA SELF SERVICE

Vitrines Patrocinadas e Display
com inteligência de audiências

GEO FAST

TV

PUBLIS CB E PIN

Ação conteúdo

ADS NO BANQI

CMI

Pesquisa com
consumidor

LANÇAMENTO
DA NOVA
PLATAFORMA
DE ADS



NOVAS
FONTES
DE RECEITA

EM BREVE

LOGÍSTICA

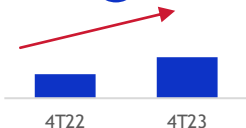


Expansão de novas fontes de receita e rentabilidade com maior eficiência e melhor prazo de entrega

Fulfillment Multimarketplace

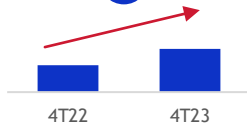
Clientes

+21%



Receita

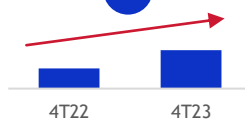
+61%



Transporte (Mar Aberto)

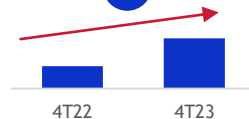
Clientes

+93%



Receita

+126%

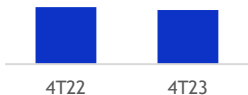


Redução no prazo de entrega de todas as modalidades

Marketplace

Entregas não gerenciadas pelo Grupo Casas Bahia

-5%



Marketplace

Entregas gerenciadas pelo Grupo Casas Bahia

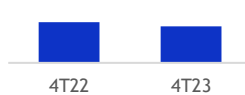
-6%



Fulfillment

Grupo Casas Bahia

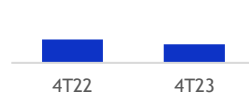
-11%



Entregas 1P

Online e Offline

-21%



Novas fontes de receita

Maior eficiência = Menor prazo de entrega

SOLUÇÕES FINANCEIRAS

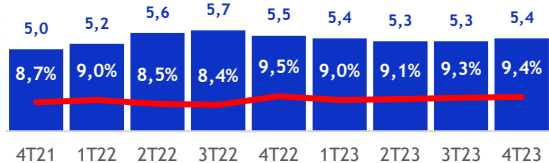


SOLUÇÕES FINANCEIRAS

Crediário: alavanca de venda com rentabilidade e inadimplência sob controle

Evolução da carteira ativa de crédito

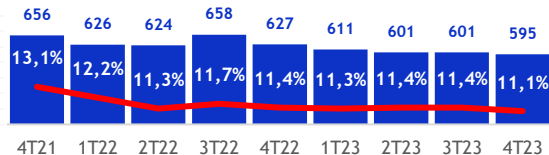
(R\$ bilhões)



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

PDD

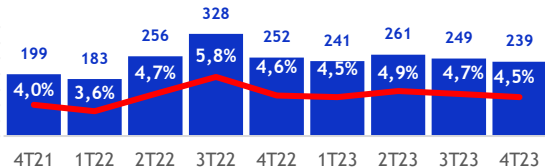
(R\$ milhões)



■ Saldo PDD ● Saldo PDD / Carteira Ativa

Perda líquida trimestral sobre carteira

(R\$ milhões)

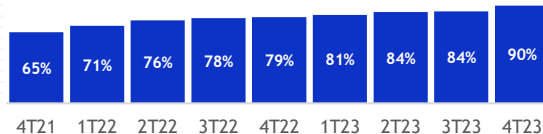


■ Perda ● Perda / Carteira Ativa

INDICADORES SAUDÁVEIS DE INADIMPLÊNCIA

Penetração do crediário

(% do municípios do Brasil)



ESG





SUSTENTABILIDADE PROGRAMA DE RECICLAGEM REVIVA E ENERGIA RENOVÁVEL

68% do Uso de Energia

de fontes renováveis nas operações.
Meta de atingirmos 90% até 2025.

+ 3.000 Ton

de resíduos destinados para
reciclagem no ano.

593 Coletores

de eletroeletrônicos distribuídos nas lojas
e operações.

10 Ton de Eletrônicos

encaminhados para descarte e reciclagem
no ano (+128% a/a).

FUNDAÇÃO CASASBAHIA

SOCIAL FUNDAÇÃO CASAS BAHIA

R\$ 3,7 MM

investidos em projetos sociais,
+40 mil pessoas impactadas.

+11 mil jovens formados

com Inst. PROA e Viven.

Apoio ao Inst Vini Jr na construção de 2
centros de tecnologias educacionais
(389 beneficiados).

Formação de 268 mulheres

com Inst. Dona Si (65% negras) e 204
negros/indígenas com Inst. Feira Preta.

+7 mil roupas arrecadadas

(Sul Solidário), 488 jovens capacitados
(Feira de profissões) e 523 beneficiados
(+Alegria no Natal).

Doação de 1.300 produtos

para as vítimas das chuvas em SP e
300 colchões para as vítimas da
inundação no RS.



SOCIAL DIVERSIDADE

+26 mil colaboradores

formados no Curso de Diversidade EAD.

1,3 mil colaboradores

com deficiência no Programa Jornada Sem
Barreiras.

45% de colaboradores negros

(vs 42% em 2022). Na liderança são 34%
(vs 30% em 2022).

46% de colaboradoras mulheres

sendo 33% da liderança.

Campanha

#TenhoOrgulhoEMostró

contra discriminação (9 MM de views).

+63 mil pedidos entregues

em comunidades vulneráveis em parceria com
a startup Favela Express (+17% a/a).



GOVERNANÇA

1º Relatório de Transparência Fiscal

iniciativa inédita no segmento, aumenta
a transparência das nossas operações e
evidencia nossa responsabilidade
tributária.

Atualização da Adesão ao Pacto Empresarial

pela Integridade e Contra a Corrupção,
do Instituto Ethos.

Corporation

Capital pulverizado,
sem acionista controlador.

Membros Independentes

3 membros independentes no Conselho
de Administração (do total de 5),
incluindo o presidente.

DESTAQUES FINANCEIROS



DESTAQUES FINANCEIROS

DISCIPLINA DE EXECUÇÃO

Plano de Transformação
dentro do previsto

- Impacto pontual na DRE relacionado à redução dos estoques de baixo giro, despesas de reestruturação/outras e provisão de DIFAL
- EBITDA Ajustado (ex. 1,5 p.p. de impactos pontuais acima citados) de 3,7% no 4T23 (vs 3,7% no 4T22 ex. renovação da parceira de cartões co-branded)

PRIORIDADE

Gestão de liquidez e
fluxo de caixa

- R\$ 3,6 Bi de liquidez no 4T23 vs R\$ 2,8 BI no 2T23 e 3T23
- +R\$ 721 MM de Fluxo de Caixa Livre* no 4T23 (maior geração de 2023)
- +R\$ 648 MM de Fluxo de Caixa Livre* em 2023 (vs consumo nos 3 anos anteriores)

ESTRUTURA DE CAPITAL

Reperfilamento
do endividamento

- Alongamento do perfil da dívida (R\$ 1,5 Bi) para 3 anos
- Vencimento de longo prazo representa 70% do endividamento (vs 41% pré alongamento)
- Índice de liquidez de curto prazo (liquidez/dív. curto prazo) passa de 1,5X para 2,9X

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

RESULTADO

4T23

(R\$ Milhões)	4T22 Contábil	Renovação parceria cartão co-branded	4T22 Ex. não recorrentes	4T23 Contábil	Redução Estoques (Saldão)	Reestruturação e Outros	Provisão DIFAL	4T23 Ex. não recorrentes	Var.
Receita Bruta	10.427	(350)	10.077	8.811	126	-	-	8.937	-11,3%
Receita Líquida	8.845	(317)	8.528	7.414	105	-	-	7.519	-11,8%
Lucro Bruto	2.595	(317)	2.278	2.046	105	5	-	2.156	-5,4%
Margem Bruta	29,3%	-	26,7%	27,6%	-	-	-	28,7%	2,0p.p.
SG&A	(2.030)	-	(2.030)	(1.944)	-	3	-	(1.941)	-4,4%
EBITDA Ajustado	629	(317)	312	163	105	8	-	276	-11,4%
Margem EBITDA Ajustada	7,1%	-	3,7%	2,2%	-	-	-	3,7%	0,0p.p.
Outras Despesas	(87)	-	(87)	(604)	-	289	197	(119)	36,7%
Resultado financeiro	(641)	-	(641)	(734)	-	-	24	(711)	10,9%
LAIR	(380)	(317)	(697)	(1.467)	105	297	220	(844)	21,1%

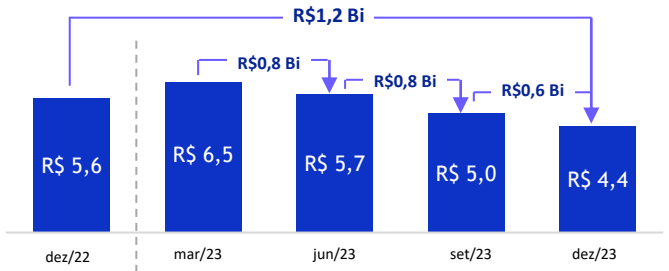
(R\$ Milhões)	Total	Renovação parceria cartão co-branded	Total	Redução Estoques (Saldão)	Reestruturação e Outros	Provisão DIFAL
Impacto LAIR	317	317	(402)	(105)	(297)	(220)
Impacto Caixa	1.750	1.750	457	506	(49)	-

- Impacto na margem relacionado à redução dos estoques antigos e despesas de reestruturação/outras
- EBITDA Ajustado (incluindo os impactos mencionados acima) de 3,7% no 4T23 (vs 3,7% no 4T22 excluindo renovação da parceira de cartões co-branded)

OTIMIZAÇÃO DOS NÍVEIS DE ESTOQUE COM REDUÇÃO DO ESTOQUE MAIS ANTIGO E DE MENOR GIRO

Estoque

(R\$ bilhões)



dias de estoque

94
dias

110
dias

97
dias

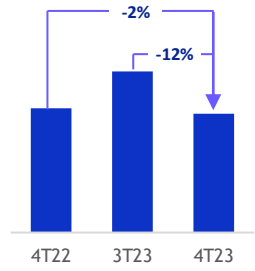
83
dias

76
dias

Superando target inicial:
<90 dias

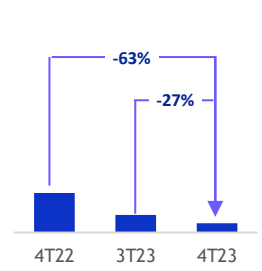
Aging do Estoque

Estoque até 90 dias



NÍVEL ADEQUADO DO ESTOQUE RECENTE SEM IMPACTO EM RUPTURA

Estoque acima de 90 dias

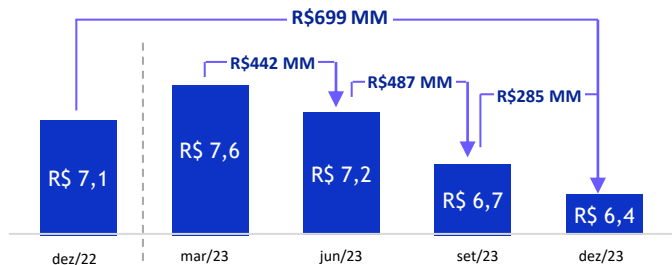


REDUÇÃO NO ESTOQUE MAIS ANTIGO E DE MENOR GIRO EM LINHA COM TARGET DE 90 DIAS

EFICIÊNCIA NA GESTÃO DE CAPITAL

Fornecedores*

(R\$ bilhões)



dias de fornecedor

119
dias

128
dias

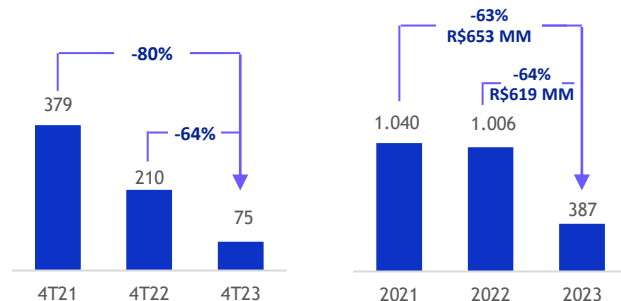
121
dias

112
dias

112
dias

Capex

(R\$ milhões)

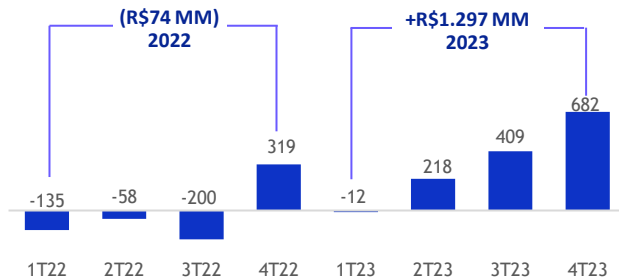


- Redução do capex reflete momento menos expansionista de loja e menor investimento em operações non-core
- Foco dos investimentos em tecnologia (UX, conversão, sistemas eficientes, etc), infraestrutura e manutenção

CONTRIBUIÇÃO POSITIVA DA MONETIZAÇÃO DE CRÉDITOS FISCAIS

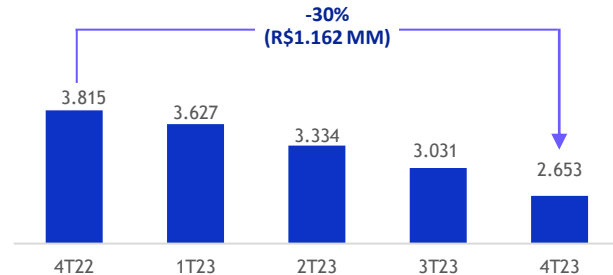
Tributos

Impacto Líquido no Fluxo de Caixa (R\$ milhões)



ICMS a Recuperar

(R\$ milhões)



- Impacto líquido positivo de R\$ 1,3 Bi no fluxo de caixa em 2023 (vs consumo de R\$ 74 MM em 2022)
- Resultado da redução estrutural de estoques, iniciativas logístico-tributárias, vendas de créditos fiscais

DEMANDAS TRABALHISTAS SOB CONTROLE



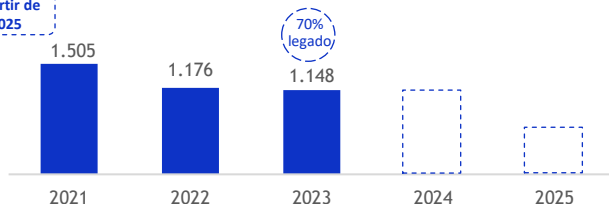
Melhoria dos processos de governança

- Melhor documentação
- Controles e projeções detalhadas
- Nível de provisionamento adequado

Tendência de redução significativa a partir de 2025

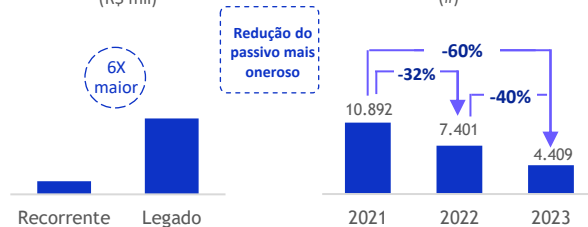
Impacto no Fluxo de Caixa

(R\$ milhões)



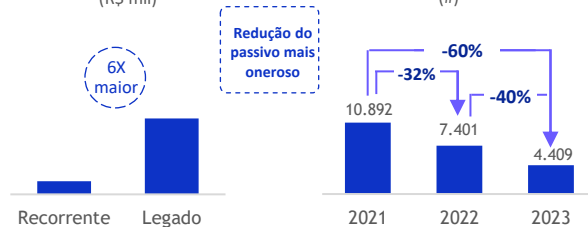
Ticket Médio

(R\$ mil)



Processos Legado*

(#)



Desembolso sob controle em 2024

Redução do passivo mais oneroso (legado*)

Tendência de redução de pagamentos relevantes a partir de 2025

*Legado: processos com entradas entre 2012-2019
Recorrente: processos com entradas 2020 - até o momento

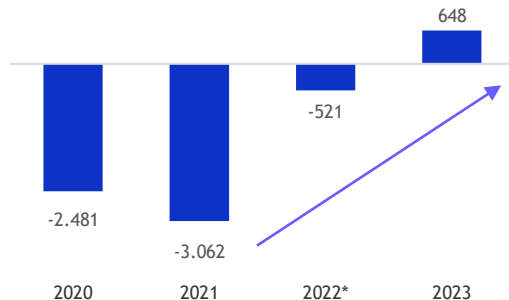
FLUXO DE CAIXA INDIRETO

R\$ milhões

	1T23	2T23	3T23	4T23	2023
Lucro (prejuízo) do período	(297)	(492)	(836)	(1.000)	(2.625)
Lucro caixa pós ajustes	986	902	606	610	3.104
Variação capital de giro	(477)	365	179	434	501
Estoques	(931)	716	759	544	1.088
Fornecedores	454	(351)	(580)	(110)	(587)
Perdas	(259)	(278)	(252)	(365)	(1.154)
Demandas judiciais	(260)	(359)	(367)	(242)	(1.228)
Repasse a terceiros	(103)	(136)	(46)	21	(264)
Tributos a recuperar/pagar	(12)	218	409	682	1.297
Outros Ativos e Passivos	5	(8)	31	(67)	(39)
Caixa Líquido das atividades operacionais	(120)	704	560	1.073	2.217
Caixa Líquido das atividades de arrendamento	(273)	(267)	(263)	(261)	(1.064)
Caixa Líquido das atividades de investimento	(251)	(100)	(63)	(91)	(505)
Fluxo de Caixa Livre	(644)	337	234	721	648
Captações Líquidas	(1.262)	(308)	(189)	682	(1.077)
Pagamento de Juros	(699)	(789)	(635)	(625)	(2.748)
Follow-on, líquido dos custos de captação	-	-	602		602
Caixa Líquido das atividades de financiamento	(1.961)	(1.097)	(222)	57	(3.223)
Saldo Inicial de Caixa e Equivalentes de Caixa	6.153	3.548	2.788	2.800	6.153
Saldo final de Caixa e Equivalentes de Caixa	3.548	2.788	2.800	3.578	3.578

Fluxo de Caixa Livre

fluxo de caixa disponível para pagamento de dívidas (principal e juros) e acionistas
R\$ milhões



4T23

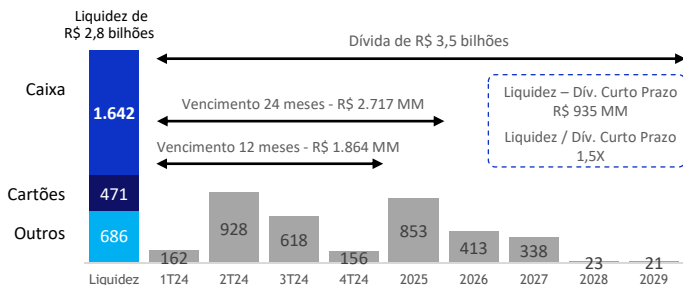
- Maior otimização do capital empregado (capital de giro + capex)
- Monetização fiscal compensando demandas judiciais trabalhista
- Novas captações líquidas de R\$ 682 (CCB e Convênio)

*Excluindo R\$ 1,75 Bi decorrente da renovação da parceria de cartões co-branded

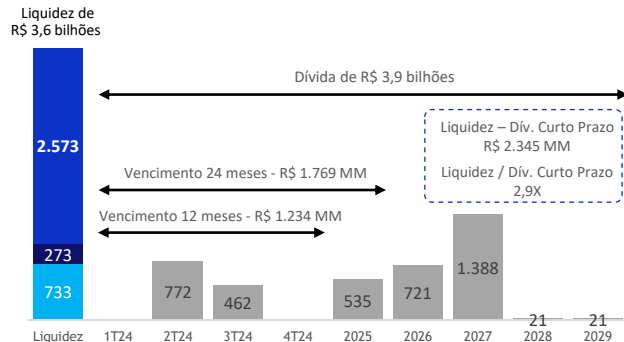
LIQUIDEZ E ALAVANCAGEM

R\$ milhões

3T23



4T23 - Pós Alongamento



- Reperfilamento da dívida (R\$ 1,5 Bi), que teriam vencimento em 2024 e 2025, com novo vencimento em 3 anos e carência de 18 meses do principal
- Amortização do principal ocorrerá em pagamentos trimestrais de 5% (após carência) e 70% no 36° mês. Custo das operações de CDI + 4% a.a.
- Vencimento de longo prazo passa a representar 69% do endividamento (vs 41% pré alongamento)
- Índice de liquidez de curto prazo (liquidez/dív. curto prazo) passa de 1,5X para 2,9X

ACOMPANHAMENTO PLANO DE TRANSFORMAÇÃO



Execução do plano de transformação continua avançando, com progresso das iniciativas que somam R\$ 1,5 - 1,6 Bi de oportunidades

Tipo	Alavancas exploradas	Impacto identificado	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 MM	<ul style="list-style-type: none"> Aumento da penetração de serviços e CDC (penetração CDC 4T23 +2,2 p.p. vs. 4T22) Revisão de operações do B2C, B2B e Marketplace Otimização de sortimento de lojas Revisão da estratégia e operação de pricing em todos os canais
Custos Variáveis	<ul style="list-style-type: none"> Eficiência de Marketing Eficiência Comercial Renegociação de Indiretos 	R\$460 MM	<ul style="list-style-type: none"> Aumento da eficiência de investimento em Marketing (investimento/receita 30% menor vs. 2022) Renegociação e revisão de escopo de contratos (redução de ~10% dos gastos)
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 MM	<ul style="list-style-type: none"> Revisão de quadro, com 2 mil reduções em 4T23 e 8,6 mil no ano Fechamento de lojas com rentabilidade negativa (17 no 4T23, 55 no ano) Readequação do footprint de CDs (4 CDs readequados, +10 em planejamento) Plano de otimização e reversão 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 Revisão de Política de Pgto. 	R\$0,9 BI	<ul style="list-style-type: none"> Redução de R\$ 1,2 Bi de estoque entre 4T22 e 4T23 (76 dias de estoque 4T23 vs. 94 4T22) Migração de categorias de baixa margem para 3P (23 subcategorias migradas)
Total		R\$1,5-1,6 BI	LAIR Caixa
		R\$0,9 BI	

REDUÇÃO DE DESPESA DE PESSOAL ENTREGUE POR INICIATIVAS DE EFICIÊNCIA

8,6 Mil (~20% do total)

Posições reduzidas
do quadro

-42%

Redução de cargos
de alta liderança

-18%

Despesa de pessoal
4T23 a/a

Redução apesar do
dissídio de 5% em 2023

Rápido

Ajuste da estrutura
corporativa

Benefício

a ser capturado
integralmente
em 2024

~R\$ 30 MM/mês

Impacto positivo
no DRE

Eficiência de gestão
(span of control)

Sinergia de atividades
transacionais

Sinergia de estruturas entre as empresas do
ecossistema

Redesenho e simplificação de processos em
todas as estruturas

Revisão de modelo
operacional das lojas

REVISÃO DO PARQUE DE LOJAS READEQUAÇÃO DE CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

Lojas

1.078
Lojas
Dez/23

55 lojas deficitárias fechadas em 2023

50-70 lojas sob análise para 2024

Novas praças com potenciais
aberturas a partir de 2025

Centros de Distribuição

29
CDs
Dez/23

4 CDs readequados

85 mil metros quadrados readequados

+10 CDs em replanejamento

Ações de melhora de rentabilidade



Redução
de quadro



Renegociação
de aluguel



Revisão de
sortimento ideal



Sublocação de
espaço ocioso

PRINCIPAIS MENSAGENS 2023



Back to Basics

- Posicionamento como player especialista (com foco em rentabilidade)
- Mudança da denominação social para **Grupo Casas Bahia**
- Resgate da cultura **Dedicação total a você**



Plano de Transformação

- Redução de **R\$ 1,2 Bi de estoques** a/a
- **8,6 k** posições reduzidas em 2023
- **55 lojas** encerradas em 2023
- Investimento mkt/receita **30% menor** vs. 2022
- **4 CDs** readequados e +10 em replanejamento
- Aumento da **penetração de serviços** em lojas
- **23 categorias migradas** totalmente para o 3P e 3 categorias migradas parcialmente
- Revisão de **operações no B2C, B2B e Marketplace**
- Otimização de **sortimento de loja**
- Renegociação e revisão de escopo de **contratos**
- **Plano de otimização e reversão** da rentabilidade de lojas



Estrutura de Capital

- Lançamento do **1º FIDC** do Grupo Casas Bahia: Protocolo do regulamento do fundo na CVM. Processo em andamento.
- **Liability management**: Alongamento da dívida de curto prazo em 3 anos – R\$ 1,5 Bi
- **Captações**: Follow On de R\$ 623 MM no 3T23 e novas captações de R\$ 682 MM no 4T23



Liquidez

- Saldo final de **liquidez em R\$ 3,6 Bi** no 4T23 (vs R\$ 2,8 Bi no 3T23)

VISÃO DE CURTO PRAZO

CONSOLIDAÇÃO DO POSICIONAMENTO COMO PLAYER OMNICANAL ESPECIALISTA

TOP LINE

GMV refletindo a meta de ser um player especialista rentável

Manutenção da predominância de market share em categorias core

MARGENS

Maior penetração de serviços

Mix adequado de produtos

Revisão das operações de B2B, B2C e 3P

Melhoria gradual, dentro dos níveis históricos

DESPESAS

Captura integral das iniciativas do Plano de Transformação

Estrutura enxuta e eficiente (run rate)

FLUXO DE CAIXA

Operação voltada para fluxo de caixa de livre

Disciplina na gestão de capital (capital de giro e capex)

Impacto líquido positivo de tributos

Demandas judiciais sob controle

ESTRUTURA DE CAPITAL

Alongamento do perfil da dívida

Mudança no modelo de financiamento do crediário

PERSPECTIVAS A PARTIR DE 2025

AMBIÇÃO

Ser o melhor varejista especialista de eletroeletrônicos e móveis do Brasil, oferecendo jornada de compra completa, descomplicada e customizada aos nossos clientes, gerando valor aos stakeholders com uma operação eficiente, digital e sustentável



RELEVÂNCIA NO VAREJO BRASILEIRO

- Aumento de GMV: alavancando escala para ganhar share de players menores
- Líder nas categorias core
- Exploração de novas praças do canal físico



1ª ESCOLHA DO CONSUMIDOR

- Portfólio completo de produtos core e acessórios complementares ao core
- Oferta de serviços durante a jornada de compra
- Excelência na venda assistida (físico ou online) facilitando o processo de compra
- CRM como acelerador do ciclo e volume de compras do consumidor



RENTABILIDADE

- Margem EBITDA robusta
- Geração e uso de caixa sustentáveis
- Operação eficiente e corporativo enxuto
- Investimentos em capacitações e ativos que trazem alto retorno



CULTURA

- Ambiente diverso que valoriza/promove ESG
- Reconhecimento, respeito e valorização
- Cultura de colaboração, união e alto desempenho
- Oportunidades de crescimento por meritocracia

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

Q4'23

RESULTS

GRUPO **CASASBAHIA**

MAIN MESSAGES – Q4'23



TRANSFORMATION PLAN

Execution of the **main operational levers** and identification of new **opportunities**



COST REDUCTION

8.6 K positions reduced in the year

55 stores closed in the year

4 DCs re-sized and +10 under review

Greater efficiency in marketing investment (investment/revenue **30% lower** vs. 2022)



INVENTORY

Reduction of **R\$ 1.2 BN vs Q4'22** and R\$ 0.6 BN vs Q3'23, focus on low-turnover inventory

Inventory days: **76 days** in Q4'23 (vs 83 days in Q3'23 and 94 days in Q4'22)

HISTORICAL LOW OF INVENTORY DAYS



CAPITAL STRUCTURE

Liability management

Extension of the short-term debt (New due date in 3 years)



LIQUIDITY

Final liquidity balance at **R\$ 3.6 billion in Q4'23** (vs R\$2.8 billion in Q3'23)

Free cash flow **R\$ 721 MM in Q4'23**

R\$ 648 MM in 2023 (after 3 years of consumption)

OMNICHANNEL

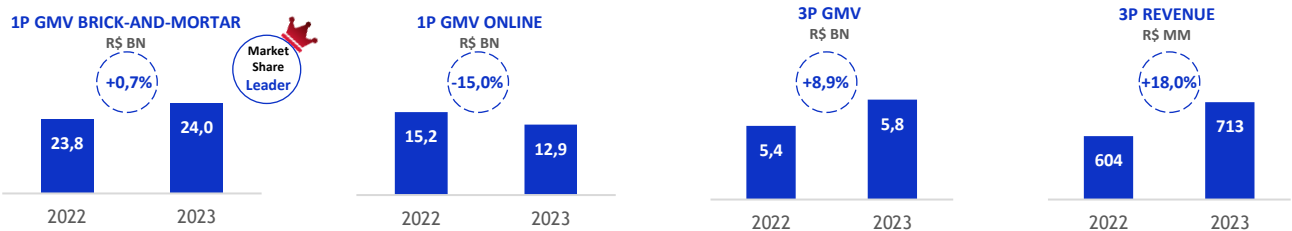


OMNICHANNEL 1P/3P

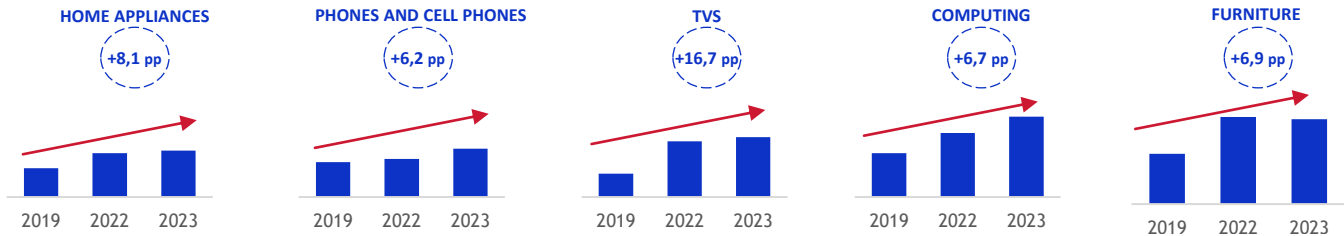
1P Brick-and-mortar: resilience, even with the closure of 55 stores with negative contribution margin

1P online: readjustment with discontinuity of unprofitable categories

3P online: complementarity, with revenue growth and profitability



Sustainable online share gain in all core categories combined with a focus on profitability



INNOVATON



Revenue
2023
+70%
YoY



AWARDS CLUB

PERFORMANCE

Google, Affiliates,
Facebook Ads and TikTok

SELF SERVICE PLATFORM

Sponsored Showcases and Display
with audience Intelligence

LAUNCH OF
THE NEW ADS
PLATFORM

WEBSITE

(Banner website)

GEO FAST

TV

CRM

Email, Push and
WhatsApp

PUBLIS CB AND PIN

Content Action


**NEW
SOURCES
OF
REVENUE**

SELLER UNIFORM

ADS IN BANQI

DIGITAL SIGNAGE

Digital Signage within the
Ads Platform

CMI

Consumer Survey

IN-STORE TRADE

COMING SOON

LOGISTICS



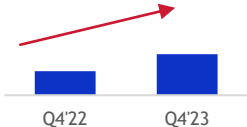
LOGISTICS

Expansion of new sources of revenue and profitability improving delivery times

Fulfillment Multimarketplace

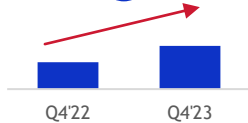
Clients

+21%



Revenue

+61%



Transport (to non-seller third parties)

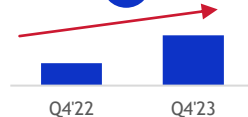
Clients

+93%



Revenue

+126%



Reduction in delivery time across all services

Marketplace

Deliveries not managed by Grupo Casas Bahia

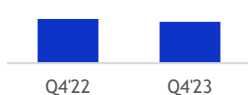
-5%



Marketplace

Deliveries managed by Grupo Casas Bahia

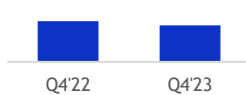
-6%



Fulfillment

Grupo Casas Bahia

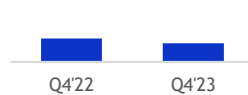
-11%



1P Grupo Casas Bahia

Online and Offline

-21%



New sources of revenue

Greater Efficiency = Lower delivery time

FINANCIAL SOLUTIONS



FINANCIAL SOLUTIONS

Installment Plans: sales leverage, profitability and default under control

Active Portfolio Evolution

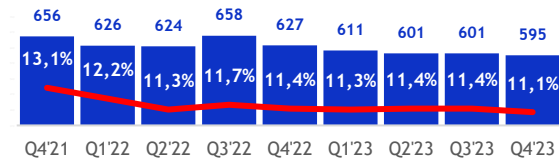
(R\$ BN)



■ Active Portfolio* ■ Over-90 Rate * Active Portfolio = Customers overdue for up to 180 days

ADA (Allowance for Doubtful Accounts)

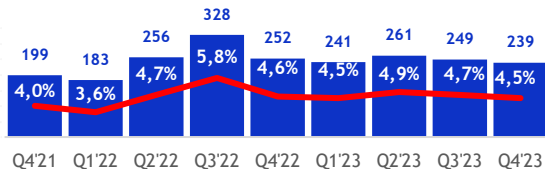
(R\$ MM)



■ ADA Balance ■ ADA Balance / Active Portfolio

Quarterly Net Loss

(R\$ MM)

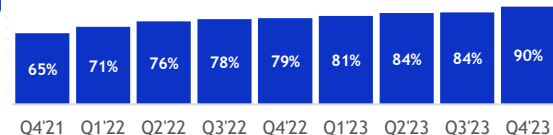


■ Net Loss ■ Net Loss / Active Portfolio

HEALTHY
DEFAULT
INDICATORS

Installment Plan Penetration

(% in Brazil's Municipalities)



ESG





**SUSTAINABILITY
REVIVA RECYCLING PROGRAM
AND RENEWABLE ENERGY**

68% of energy use

From renewable sources, in its operations. Target of reaching 90% by 2025.

+ 3,000 Ton

of waste sent for recycling over the year.

593 collectors

of electronics distributed across the stores and operations.

10 Ton of electronics

sent for disposal and recycling over the year (+128% y/y).

FUNDAÇÃO
CASASBAHIA

**SOCIAL
CASAS BAHIA
FOUNDATION**

R\$ 3.7 MM

invested in social projects, +40 k people impacted.

+11 k young people trained

with Inst. PROA and Viven. Support to Inst Vini Jr in the construction of 2 educational technology centers (389 beneficiaries).

Training of 268 women

with Inst. Dona Si (65% black) and 204 black/indigenous people with Inst. Feira Preta.

+7 k clothing articles collected

(Sul Solidário), 488 Young people trained (Feira das Profissões) and 523 beneficiaries (+Alegria no Natal).

Donation of 1,300 products

for victims of rain calamity in SP and 300 mattresses for victims of flood in RS.



**SOCIAL
DIVERSITY**

+26 k employees

trained in the EAD Diversity Course.

1.3 k employees

with disabilities in the Jornada Sem Barreiras Program.

45% black employees

(vs 42% in 2022). In leading roles, there are 34% (vs 30% in 2022).

46% female employees

33% in leading roles.

#TenhoOrgulhoEMostro Campaign

against discrimination (9 MM views).

+63 k orders delivered

in vulnerable communities, in partnership with the startup Favela Express (+17% y/y).



GOVERNANCE

1st Tax Transparency Report

Unprecedented initiative in the segment, increasing transparency in our operations and corroborating our tax responsibility.

Update of our adherence to the business pact

for Integrity and Against Corruption, from Instituto Ethos.

True Corporation

No controlling shareholders.

Independent Members

3 independent members on the Board of Directors (out of a total of 5), including the president.

FINANCIAL HIGHLIGHTS



FINANCIAL HIGHLIGHTS

EXECUTION DISCIPLINE

Transformation Plan on schedule

- Specific impact on the Income Statement related to reduction of old inventory, expenses with restructuring/others and provision for DIFAL tax
- Adjusted EBITDA (ex 1.5 p.p. from factors mentioned above) 3.7% in Q4'23 (vs 3.7% in Q4'22 ex renewal of co-branded cards partnerships)

PRIORITIES

Liquidity and cash flow management

- R\$ 3.6 BN liquidity in Q4'23 vs R\$ 2.8 BN in Q2'23 and Q3'23
- +R\$ 721 MM Free Cash Flow* in Q4'23 (higher generation in 2023)
- +R\$ 648 MM Free Cash Flow* in 2023 (vs consumption in the 3 previous years)

CAPITAL STRUCTURE

Debt Re-profiling

- Extension of debt profile (R\$ 1.5 BN) for 3 years
- Long-term maturity representing 70% of debt (vs. 41% before the extension)
- Short-term liquidity ratio (liquidity/short-term debt) increase from 1.5X to 2.9X

*Free Cash Flow = cash flow available for paying debt (principal and interest) and shareholders

RESULTS

Q4'23

(R\$ Million)	Q4'22 Accounting	Co-Branded Credit Cards Partnership Renewal	Q4'22 Ex. non recurring	Q4'23 Accounting	Inventory Reduction	Restructuring / others	DIFAL Provision	Q4'23 Ex. non recurring	Var.
Gross Revenue	10.427	(350)	10.077	8.811	126	-	-	8.937	-11,3%
Net Revenue	8.845	(317)	8.528	7.414	105	-	-	7.519	-11,8%
Gross Profit	2.595	(317)	2.278	2.046	105	5	-	2.156	-5,4%
Gross Margin	29,3%	-	26,7%	27,6%	-	-	-	28,7%	2,0p.p.
SG&A	(2.030)	-	(2.030)	(1.944)	-	3	-	(1.941)	-4,4%
Adjusted EBITDA	629	(317)	312	163	105	8	-	276	-11,4%
Adjusted EBITDA Margin	7,1%	-	3,7%	2,2%	-	-	-	3,7%	0,0p.p.
Other Expenses	(87)	-	(87)	(604)	-	289	197	(119)	36,7%
Financial Results	(641)	-	(641)	(734)	-	-	24	(711)	10,9%
EBT	(380)	(317)	(697)	(1.467)	105	297	220	(844)	21,1%

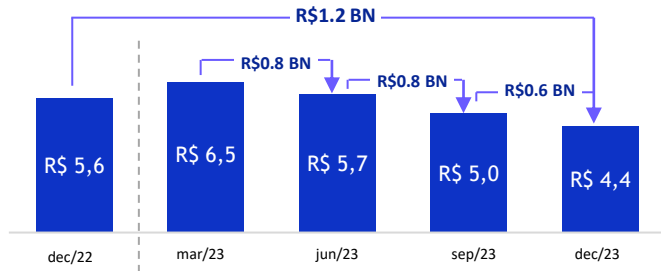
(R\$ Million)	Total	Co-Branded Credit Cards Partnership Renewal	Total	Inventory Reduction	Restructuring / others	DIFAL Provision
EBT Impact	317	317	(402)	(105)	(297)	(220)
Cash Impact	1.750	1.750	457	506	(49)	-

- Impact on margin due to the old inventory reduction and restructuring/other expenses
- Adjusted EBITDA (including the impacts mentioned above) of 3.7% in Q4'23 (vs 3.7% in Q4'22 excluding co-branded credit cards partnership renewal)

OPTIMIZATION OF INVENTORY LEVELS BY REDUCING OLDER AND SLOW TURNOVER INVENTORY

Inventory

(R\$ billion)



Inventory days

94 days

110 days

97 days

83 days

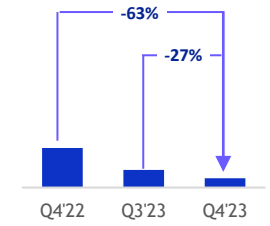
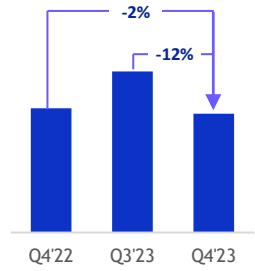
76 days

Overcoming initial target: <90 days

Aging

Inventory below 90 days

Inventory above 90 days



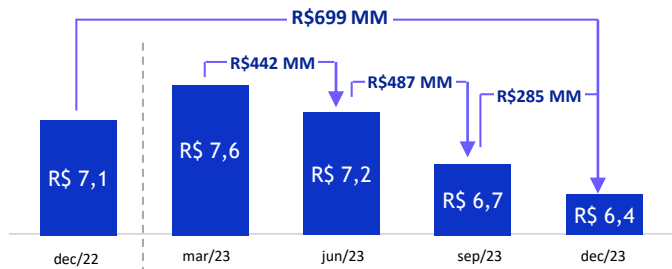
ADEQUATE RECENT INVENTORY LEVELS
NO IMPACT ON STOCKOUT

REDUCTION IN OLDER AND SLOW TURNOVER INVENTORY
IN LINE WITH TARGET OF 90 DAYS

CAPITAL MANAGEMENT EFFICIENCY

Suppliers*

(R\$ billion)

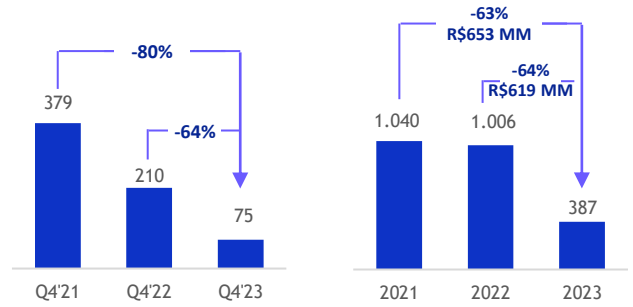


Supplier days



Capex

(R\$ million)



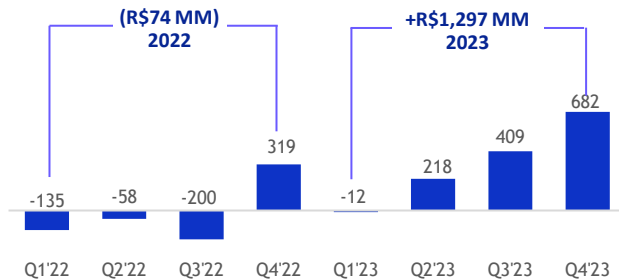
- Capex reduction reflects the less expensive instance of brick-and-mortar stores and low investment in non-core operations
- Focus on technology investments (UX, conversion, efficient systems, etc.), infrastructure and maintenance

* Suppliers does not include Trade accounts payable – agreement and Others

POSITIVE CONTRIBUTION FOR CAPITALIZATION OF TAX CREDITS

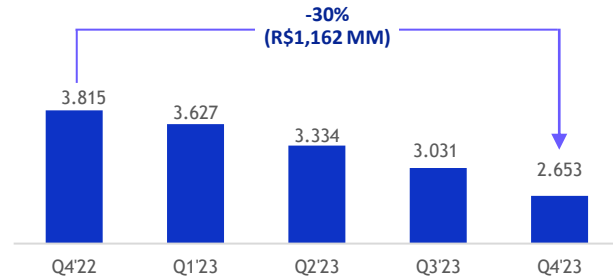
Taxes

Net Impact on Cash Flow (R\$ million)



ICMS Recoverable

(R\$ million)



- Positive net impact of R\$1.3 billion on cash flow in 2023 (vs consumption of R\$74 million in 2022)
- Result of the structural reduction of inventories, logistical-tax initiatives, sales of tax credits

LABOR LIABILITIES UNDER CONTROL



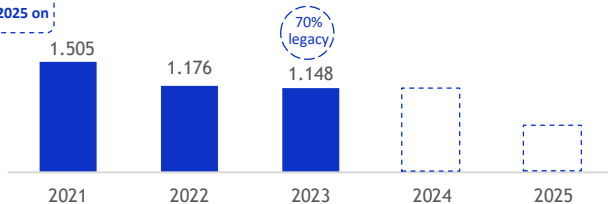
Improvement of governance processes

- Better Documentation
- Detailed Controls and Projections
- Adequate Provisioning Level

Impact on Cash Flow

(R\$ million)

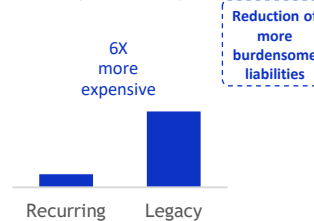
Trend for significant reduction from 2025 on



*Legacy: lawsuits with entries between 2012-2019
 Recurring: lawsuits with entries from 2020 - to date

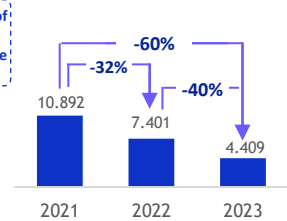
Average Ticket

(R\$ thousand)



Legacy* Liabilities

(# processes)



Expenditure under control in 2024

Reduction of more burdensome liabilities (legacy*)

Trend towards reduction of relevant payments from 2025

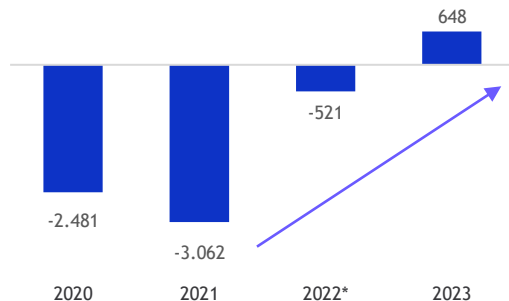
INDIRECT CASH FLOW

R\$ million

	Q1'23	Q2'23	Q3'23	Q4'23	2023
Net income (loss)	(297)	(492)	(836)	(1.000)	(2.625)
Adjusted net income (loss)	986	902	606	610	3.104
Working Capital Variation	(477)	365	179	434	501
Inventory	(931)	716	759	544	1.088
Suppliers	454	(351)	(580)	(110)	(587)
Losses	(259)	(278)	(252)	(365)	(1.154)
Lawsuits	(260)	(359)	(367)	(242)	(1.228)
Onlending of third parties	(103)	(136)	(46)	21	(264)
Taxes to Recover/Obligations	(12)	218	409	682	1.297
Other assets and liabilities	5	(8)	31	(67)	(39)
Net Cash (used) in Operating Activities	(120)	704	560	1.073	2.217
Net Cash (used) in Leasing Activities	(273)	(267)	(263)	(261)	(1.064)
Net Cash (used) in Investments Activities	(251)	(100)	(63)	(91)	(505)
Free Cash Flow	(644)	337	234	721	648
Net proceeds	(1.262)	(308)	(189)	682	(1.077)
Payments of Interest	(699)	(789)	(635)	(625)	(2.748)
Follow-on, net of costs	-	-	602		602
Cash Flow from Financing Activities	(1.961)	(1.097)	(222)	57	(3.223)
Cash and cash equivalents of the opening balance	6.153	3.548	2.788	2.800	6.153
Cash and Cash equivalents at the End of the Period	3.548	2.788	2.800	3.578	3.578

Free Cash Flow

cash flow available to pay debts (principal and interest) and shareholders
R\$ million



Q4'23

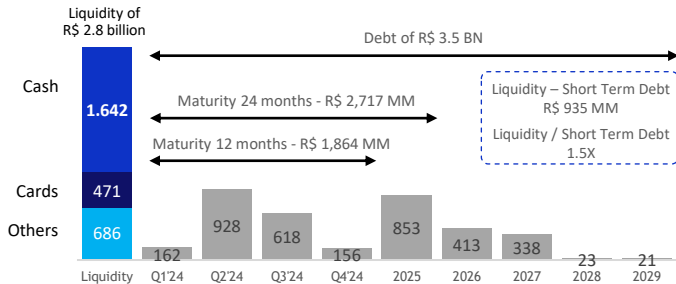
- Greater optimization of capital employed (working capital + capex)
- Tax credits monetization offsetting labor liabilities
- New net proceeds of R\$682 (CCB/trade accounts payable agreement)

*Excluding R\$ 1.75 billion of co-branded credit cards partnership renewal

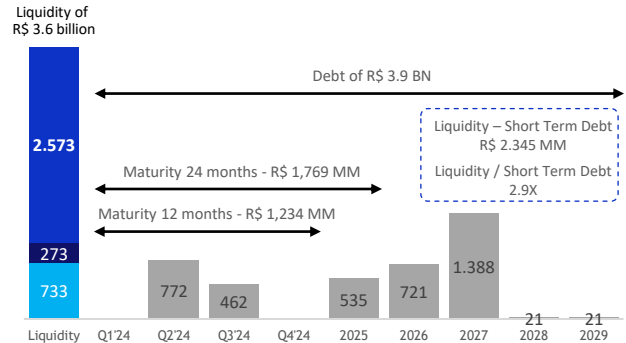
LIQUIDITY POSITION AND LEVERAGE

R\$ million

Q3'23



Q4'23 – Post extension



- Re-profiling of debt (R\$ 1.5 BN) that would mature in 2024 and 2025, with new maturity extended by 3 years with a grace period of 18 months for the principal
- Payback of the principal by quarterly payments of 5% (after the grace period) and 70% in the 36th month. Cost of operations of CDI + 4% p.a.
- Long-term maturity represents 69% of indebtedness (vs 41% pre-extension)
- Short-term liquidity ratio (liquidity/short-term debt) increase from 1.5X to 2.9X

TRANSFORMATION PLAN STATUS



Execution of the transformation plan advances, which adds up to R\$ 1.5 - 1.6 billion in opportunities

Type	Levers	Impact identified	Progress with non-exhaustive examples of implemented and mapped initiatives
Revenue	<ul style="list-style-type: none"> Services efficiency Pricing & Promotion Sales Channels Mix & Assortment Review 	R\$450 MM	<ul style="list-style-type: none"> Increase penetration of services and installment plan CDC (Installment Plan penetration increased +2.2 p.p. vs Q4'22) Review of operations in B2C, B2B and Marketplace Store assortment optimization Review of pricing strategy and operations across all channels
Variable Costs	<ul style="list-style-type: none"> Marketing Efficiency Commercial Efficiency Renegotiation of indirect contracts 	R\$460 MM	<ul style="list-style-type: none"> Increased investment efficiency in Marketing (investment/revenue 30% lower vs. 2022) Renegotiation and scope review of contracts (10% reduction in expenses)
Fixed Costs	<ul style="list-style-type: none"> Staff Review IT costs Footprint and Store Profitability Freight & DCs optimization 	R\$540 - 610 MM	<ul style="list-style-type: none"> Staff review, 2,000 positions reduced in Q4'23 and 8,600 in 2023 Closing store with negative profitability (17 in Q4'23, 55 in 2023) DCs footprint re-sized (4 DCs adjusted, +10 under review) Plan to optimize and reverse store profitability (~200 stores in the program)
Cost of Capital Cash impact	<ul style="list-style-type: none"> Assortment Migration from 1P to 3P Surplus inventory reduction Payment policy review 	R\$0.9 BN	<ul style="list-style-type: none"> Reduction of R\$ 1.2 BN in inventory between Q4'22 and Q4'23 (76 days of inventory in Q4'23 vs 94 in Q4'22) Migration of low margin categories to 3P (23 categories migrated)
Total		R\$1.5-1.6 BN R\$0.9 BN	EBT Cash

REDUCTION OF PERSONNEL EXPENSES DELIVERED BY EFFICIENCY INITIATIVES

8.6 K (~20% of the total)

Positions reduced in
the staff

-42%

Reduction in high
leadership positions

-18%

Personnel expenses
Q4'23 y/y

Reduction despite the 5% general
salary increase in 2023

Fast

Adjustment of the
corporate structure

Benefit

to be fully captured
in 2024

~R\$ 30 MM/month

Positive impact in the
Statement of Income
(P&L)

Management efficiency
(span of control)

Sinergy of transnational
activities

Sinergy of structures among the companies
in the ecosystem

Redesign and simplification of processes in
all the structures

Review of the stores
operational model

REVIEW OF THE STORES HUB RE-SIZING OF THE DISTRIBUTION CENTERS

Brick and Mortar Stores

1,078
Stores
Dec/23

55 underperforming stores closed in 2023

50-70 stores under analysis for 2024

New locations with potential
for opening starting in 2025

Distribution Centers

29
DCs
Dec/23

4 DCs re-sized

85,000 square meters shut

+10 DCs under review

Actions to improve profitability



Reduction
in staff



Re-negotiation
of rent



Revision of the ideal
assortment



Sublease of
idle space

Main Messages - 2023



Back to Basics

- Positioning as an omnichannel specialist player (focused on profitability)
- Change of corporate name to **Grupo Casas Bahia**
- Rescue of the culture of **Dedicação total a você** (Totally devoted to you)



Transformation Plan

- Reduction of **R\$ 1.2 BN in inventory y/y**
- **8.6 k** positions reduced in 2023
- **55 brick-and-mortar stores closed** in 2023
- Mkt investment/revenue **30% lower** vs 2022
- **4 DCs** re-sized and +10 under review
- Increased **service penetration** in the stores
- **23 categories fully migrated** to 3P and 3 categories partially migrated
- Revision of operations in **B2C, B2B and Marketplace**
- Optimizing of **store assortment**
- Renegotiation and review of **contracts** scope
- **Plan for optimization and reversal of store profitability**



Capital Structure

- Launch of the 1st **FIDC** of Grupo Casas Bahia: Registration of the fund's regulations with the CVM. Process in progress.
- **Liability management**: Extension of the short-term debt by 3 years – R\$ 1.5 BN
- **Funding**: Follow On of R\$ 623 MM in Q3'23 and new funding of R\$ 682 MM in Q4'23



Liquidity

- Final **liquidity balance of R\$ 3.6 BN** in Q4'23 (vs R\$ 2.8 BN in Q3'23)

SHORT-TERM OUTLOOK

CONSOLIDATION OF POSITIONING AS AN OMNICHANNEL SPECIALIST PLAYER

TOP LINE

GMV reflecting the goal of being a profitable specialist player

Maintaining predominance of the market share in core categories

MARGINS

Greater service penetration

Proper product mix

Review of B2B, B2C and 3P operations

Gradual improvement, within historical levels

EXPENSES

Full capture of the Transformation Plan initiatives

Lean and efficient structure (run rate)

CASH FLOW

Operation driven by the free cash flow

Capital management discipline (working capital and capex)

Net positive impacts of taxes

Labor liabilities under control

CAPITAL STRUCTURE

Extension of the debt profile

Change in the installment plan funding model

PERSPECTIVE FROM 2025 ONWARDS

AMBITION

To be the best electronics and furniture specialist retailer in Brazil, offering a complete, easy and customized shopping journey to our customers, generating value for stakeholders with an efficient, digital and sustainable operation



RELEVANCE IN BRAZILIAN RETAIL

- Increased GMV: leveraging scale to gain share from smaller players
- Leader in core categories
- Exploration of new markets in the brick and mortar channel



1st CONSUMER CHOICE

- Comprehensive portfolio of core products and their accessories
- Offering of services during the purchase journey
- Excellence in assisted sales (physical and online) making the purchase process easier
- CRM as an accelerator of the cycle and consumer purchase volume



PROFITABILITY

- Strong EBITDA margin
- Sustainable cash generation and use
- Efficient operation and lean corporate
- Investment in training and high return assets



CULTURE

- Diverse environment that values/promotes ESG
- Recognition, respect and values
- Culture of collaboration, union and high performance
- Opportunities for growth by merit

GRUPO CASASBAHIA

INVESTOR RELATIONS

Sérgio Leme

EVP Supply Chain, Strategy & IRO

Gabriel Succar

IR Executive Manager

Daniel Morais

IR Coordinator

Camila Silvestre

IR Analyst

Ticker: BHIA3 (B3)

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