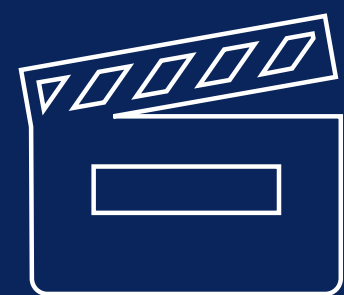


The background is a solid blue color. Four glowing, neon-like arcs in red and blue are arranged in a circular pattern around the central text. The arcs have a soft, out-of-focus glow effect.

INVESTOR DAY 2026

From turnaround to value creation

GRUPO **CASASBAHIA**



Vídeo

Abertura



Agenda

1. A Transformação foi real
 2. Novas alavancas já em movimento
 3. Caminho para o lucro
 4. Visão de futuro CB28
 5. Discussão aberta
 6. Mensagem Final: Assimetria e Geração de Valor
-



INVESTOR DAY 2026

From turnaround to value creation

GRUPO CASASBAHIA

A Transformação foi
real

Cenário Inicial



Cenário inicial era muito desafiador no 2T23

Alta alavancagem

- R\$ 5,3 Bi de Dívida Bruta
- R\$ 2,8 Bi de Posição de Liquidez

Restrição de Crédito

- Redução de limites com parceiros financeiros após eventos no setor de varejo
- Redução de limites com seguradoras

Macro Desafiador

- Aumento da taxa Selic (13,75% no jun/23)
- Consumo e renda familiar pressionados

Estratégia da Cia

- Estratégia de player generalista
- Foco em crescimento de GMV, market share e margem bruta
- Expansão de lojas
- Grandes investimentos em marketplace fintech, logtech (retorno no longo prazo)
- Cultura corporativa orientada por crescimento e margem bruta

Aumento da Competição

- Entrada de players internacionais
- Aumento do CAC
- Dinâmica de incentivos, frete grátis e cashback



Nesse contexto desenvolvemos um Plano de Transformação, o CB 25

Duas frentes compuseram o plano: alavancas operacionais e otimização da estrutura de capital

Estabilização da operação:
geração de caixa e rentabilidade para crescimento
sustentável pós 2025

Alavancas Operacionais

- Modelo de gestão baseado em **novas métricas de margem e ciclo de caixa**
- **Redução** significativa de despesa de pessoal
- Otimização do **footprint** de lojas, com potencial redução de **50- 100 lojas**
- Migração de categorias com **margens negativas do 1P para venda exclusiva no 3P, de forma rentável**
- Reduções adicionais de **estoques**
- Mudança da **cultura corporativa** em linha com a nova estratégia da Cia

Foco no *core*, em categorias e canais rentáveis e
redução de custos e despesas.
Disciplina rigorosa na alocação e retorno de capital

Estrutura de Capital

- Mudanças no modelo de *funding* do **crediário** através de **FIDCs**
- Acesso a **novos bolsos de liquidez** para diversificação do *funding*
- Monetização de ativos e créditos fiscais
- Gestão de liquidez garantindo **sustentabilidade financeira** em todos os momentos de mercado
- Preparação operacional e financeira para **crescimento sustentável a partir de 2025**



O segundo passo foi estabelecer um grande Programa de Transformação em 3 fases ...

2º. Passo
Programa de
Transformação

Agosto/23

Agosto/24

2026

2028

De volta ao básico (cash is king)

- Foco apenas no que gera caixa positivo
- Escolhas e cortes de custo difíceis para otimização do curto prazo, mesmo que não seja o ideal no médio
- Pouquíssimas apostas consumidoras de caixa

Apostas seletivas

- Momento de transição, conforme a posição de caixa da empresa se fortalece
- Permite um aumento em apostas consumidoras de caixa, se trouxerem retorno rápido e assertivo

Aceleração e novo momento

- Investimentos em crescimento; aumento da penetração do CDC, ganhar share no online, novas geografias e formatos
- Investimento em capacitações que nos farão vencer no médio prazo, mesmo que resultado não seja imediato

Crescer com
rentabilidade



INVESTOR DAY 2026

From turnaround to value creation

GRUPO CASASBAHIA

A Transformação foi
Real

Nova estratégia e fortalezas foram
fundamentais para execução



Maior player omnicanal para eletroeletrônicos e móveis com alcance nacional

GRUPO **CASASBAHIA**



R\$44,7 bi

Gross GMV
(2025)



116 mm

Clientes
(~95% da população
economicamente ativa)



+74

NPS



R\$6,6 bi

Carteira de crédito
do Crediário
(BNPL Próprio)



24 CDs

Malha logística nacional
como serviço
1,1 milhão de m²



1.042 lojas

Estratégia Omnicanal



+29 mm

Clientes ativos



market share

+26% lojas

+14% online

banQi
CASASBAHIA

+8,8 mm

Contas no banQi,
nossa *fintech as a
service*



Lojas

100% Click&Collect
Envio da Loja
1,5 milhão de m²



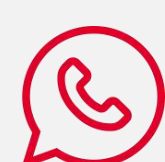
Marcas top of mind
Destino nas categorias "core"



Desde 1946



Desde 1957



Força de vendas Grupo Casas
Bahia para impulsionar as
vendas online 1P e 3P



175k sellers
91 mm SKUs
no marketplace



R\$13,1 bi

TPV por serviços financeiros

CB Full

Logistic as a Service

Nossas Marcas

CASAS
BAHIA

pontofrio

barçira

extra.com.br

CB full

banQi
CASASBAHIA



Mudança de estratégia foi fundamental para a transformação....

... e diferenciação vs. outras plataformas

Até meados de 2023

GENERALISTA

(principalmente no online)

Movimento para crescimento de GMV:

- Adição de +20 categorias não-core, algumas com margens bastante desafiadas
- Crescimento acelerado do 3P

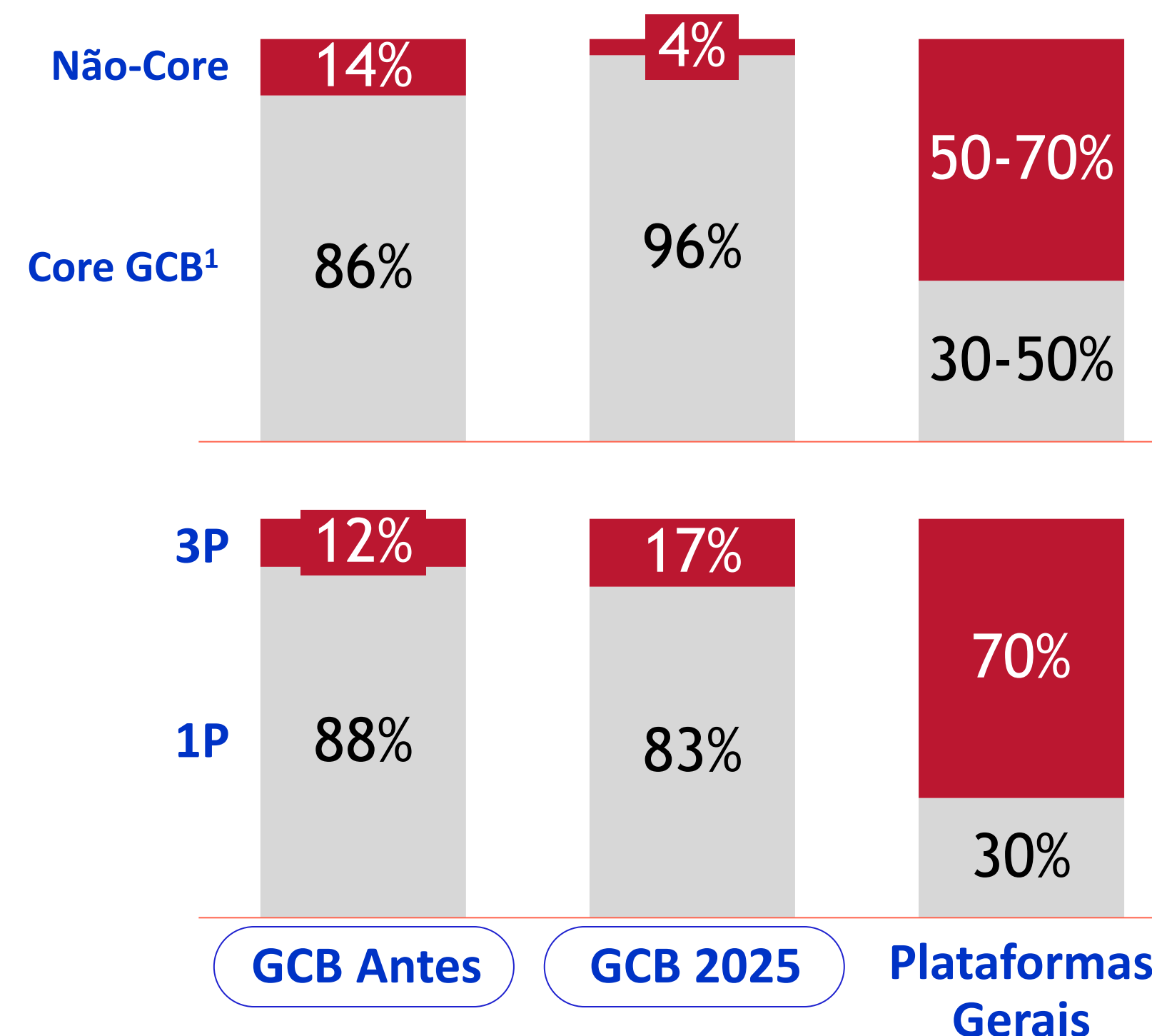
Estratégia desalinhada ao momento Casas Bahia e contexto:

- Necessidade de alto investimento para fechar o gap em tecnologia e logística
- Forte concorrência de plataformas generalistas nacionais e chinesas
- Marca já fortemente associada a categorias core

Hoje

ESPECIALISTA em eletroeletrônicos e móveis

Utilizando o 3P para
garantir portfolio
completo no core e
adjacências



Ticket Médio
[R\$]

>1,000

>150-500



Ambição

Ser o melhor varejista **especialista de eletroeletrônicos e móveis do Brasil**, líder em lojas físicas e **1P digital**, impulsionado pela **concessão de crédito**, oferecendo jornada de compra completa, descomplicada e personalizada aos nossos clientes, gerando valor aos clientes, acionistas, colaboradores e fornecedores



Vantagens Competitivas | Fortalezas

Plataforma omnichannel, logística nacional e crédito são a espinha dorsal do GCB.

			
1 Plataforma Omnichannel líder no Brasil com 19% de participação de mercado em categorias core¹	2 Forte oferta de Soluções Financeiras promovendo a inclusão financeira	3 Rede Logística Nacional	4 Posicionamento de Mercado Único Marca amplamente conhecida, sendo “Top-of-mind” por 20 anos consecutivos



Tamanho de Mercado e Participação de Mercado do Grupo Casas Bahia

O Grupo Casas Bahia é o líder em eletrodomésticos, eletrônicos e móveis no Brasil.

O Grupo Casas Bahia é um líder na categoria de móveis, mas essa categoria não é quantificada pela Nielsen (GfK)

	Lojas Físicas	Online	Total
Tamanho de Mercado	R\$ 67,4 Bi (44%)	R\$ 87,3 Bi (56%)	R\$ 154,7 Bi (100%)
GCB Market Share	25,9 %	13,7 %	19,0 %



Market Share do Grupo Casas Bahia por Categorias

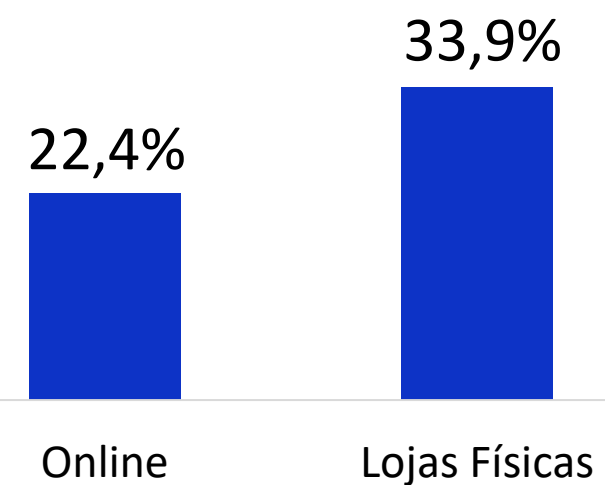
GRUPO **CASASBAHIA**

Grupo Casas Bahia lidera na principais as categorias



TVs

28,4%
Total share GCB



R\$ 11,7 Bi

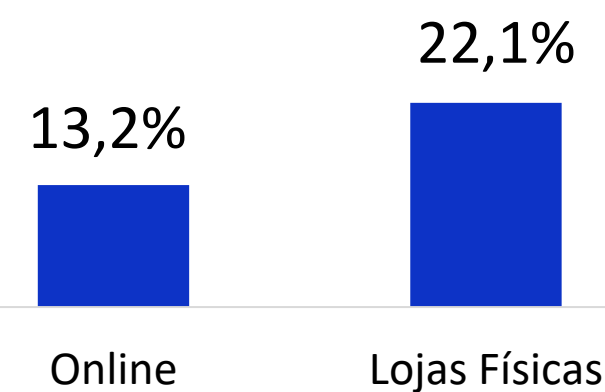
R\$ 12,5 Bi

R\$ 24,2 Bi



Celular

17,0%
Total share GCB



R\$ 24,7 Bi

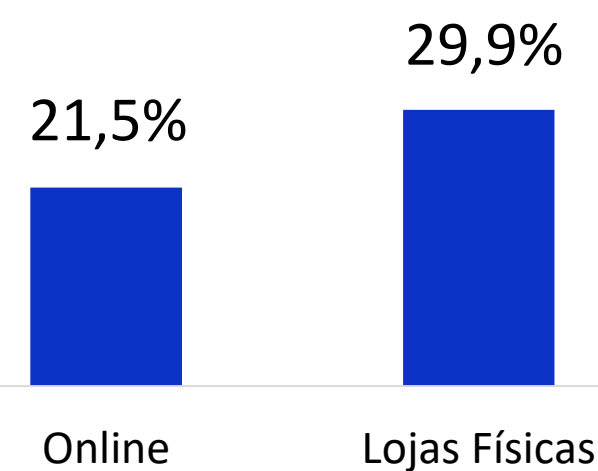
R\$ 18,2 Bi

R\$ 42,9 Bi



Linha Branca

26,2%
Total share GCB



R\$ 16,8 Bi

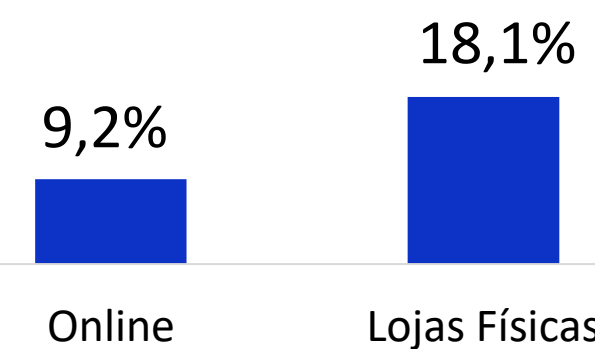
R\$ 21,1 Bi

R\$ 37,9 Bi



Linha Leve
& Sazonal

12,6%
Total share GCB



R\$ 17,6 Bi

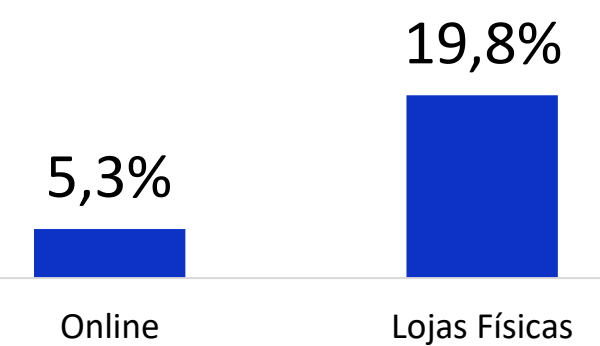
R\$ 11,2 Bi

R\$ 28,9 Bi



Informática
& Games

8,2%
Total share GCB



R\$ 16,5 Bi

R\$ 4,3 Bi

R\$ 20,8 Bi

R\$ 154,7 Bi Market Size

Fonte: Companhia (Jan/25-Dez/25)



Participação de Mercado em Lojas Físicas por Região

GCB lidera no país

Norte (5% do PIB do Brasil)	
Market	R\$7,9bi
MarketShareGCB	9,4%
TVs	13,9%
Linha Branca	12,3%
Smartphone	7,1%

Centro-Oeste (10% do PIB do Brasil)	
Market	R\$7,5bi
MarketShareGCB	17,2%
TVs	23,5%
Linha Branca	20,5%
Smartphone	15,6%

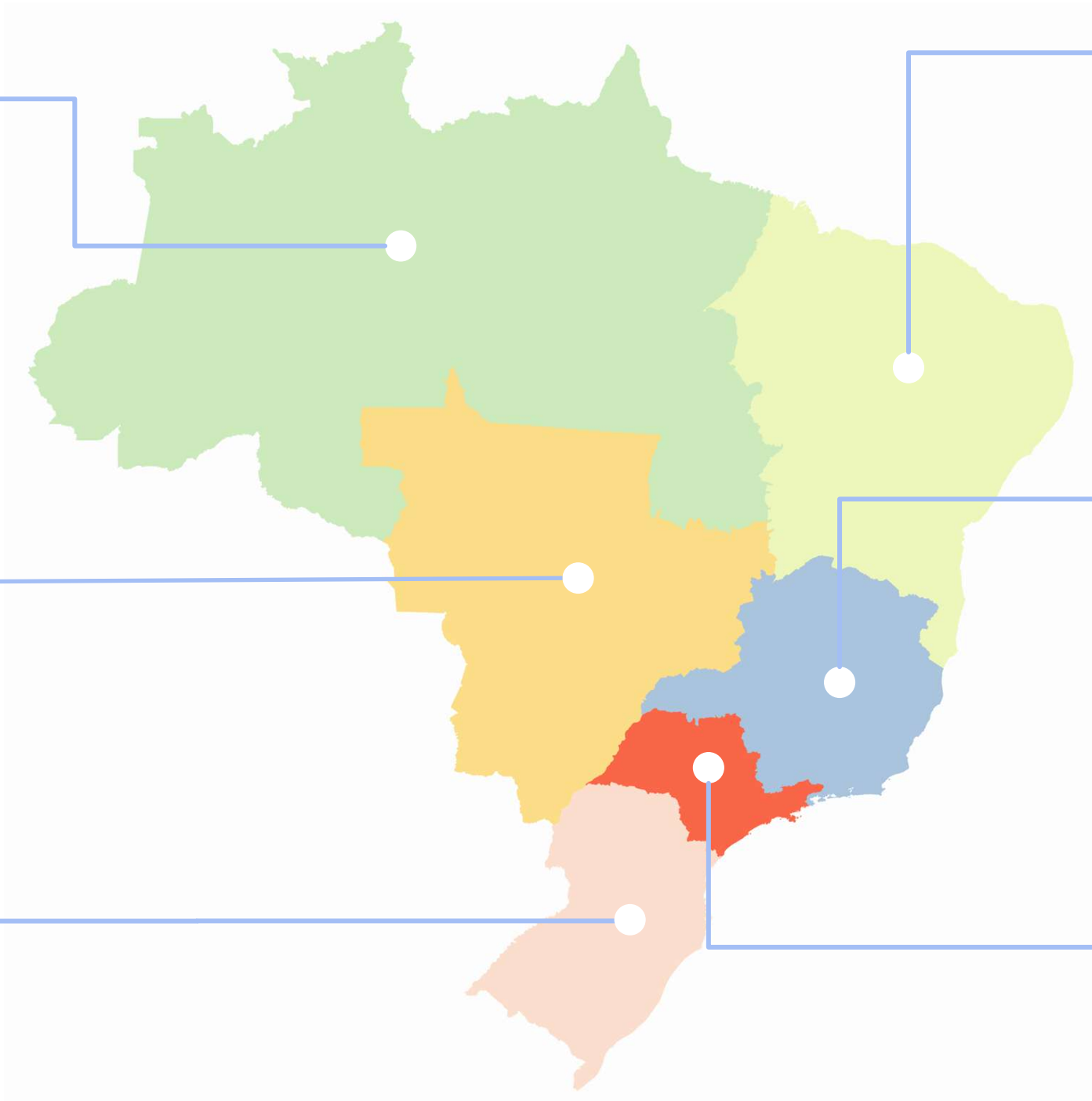
Sul (17% do PIB do Brasil)	
Market	R\$11,5bi
MarketShareGCB	9,3%
TVs	13,8%
Info & Games	9,4%
Smartphone	9,2%

Brasil	
Market	R\$67,4bi
Market Share GCB	25,9%
TVs	33,9%
Linha Branca	29,9%
Smartphone	22,1%

Nordeste (14% do PIB do Brasil)	
Market	R\$13,3bi
MarketShareGCB	26,7%
TVs	35,6%
Linha Branca	31,1%
Info & Games	20,2%

MG + RJ + ES (23% do PIB do Brasil)	
Market	R\$12,8bi
MarketShareGCB	42,0%
TVs	51,8%
Linha Branca	48,2%
Info & Games	36,8%

São Paulo (31% do PIB do Brasil)	
Market	R\$14,4bi
MarketShareGCB	37,9%
Linha Branca	47,7%
TVs	45,7%
Smartphone	31,6%



Norte
 Centro Oeste
 Nordeste
 MG + RJ + ES
 São Paulo
 Sul



Liderança e Escala | Somos o principal canal de entrada da China no Brasil

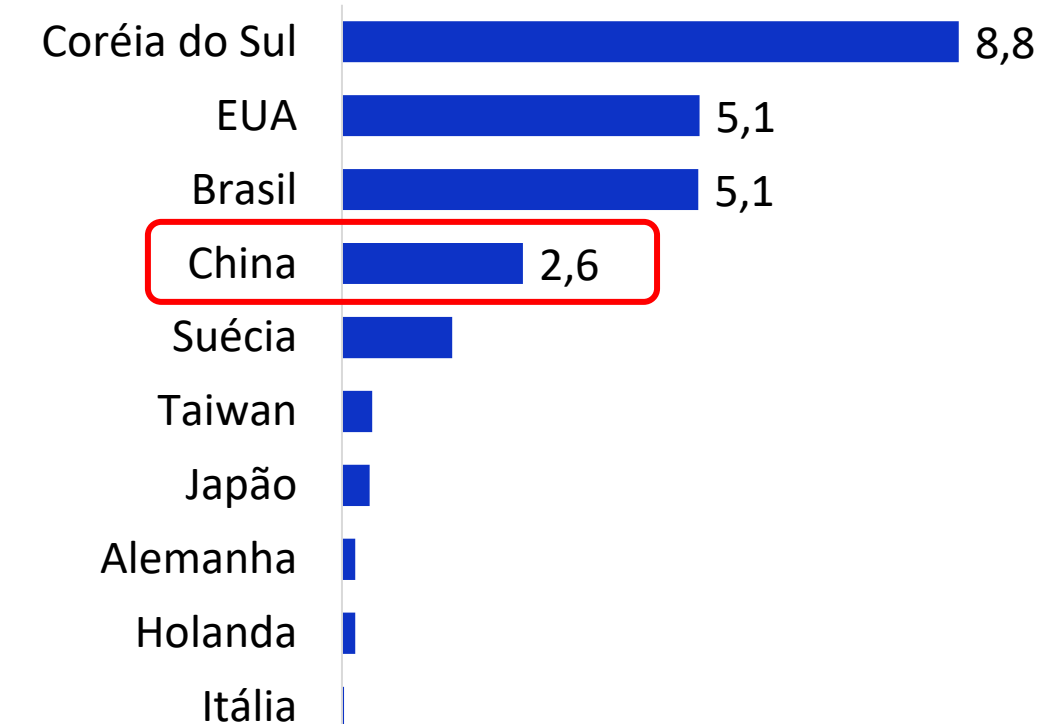
GRUPO CASASBAHIA

China aumentou seu share ao longo do tempo

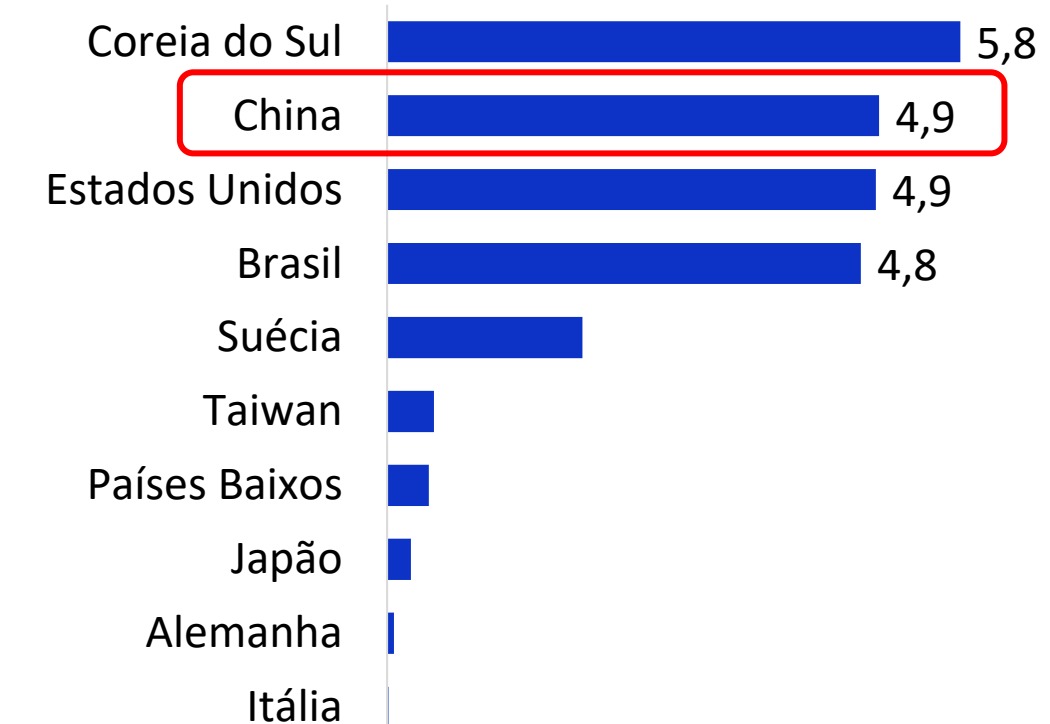


R\$ Bilhão

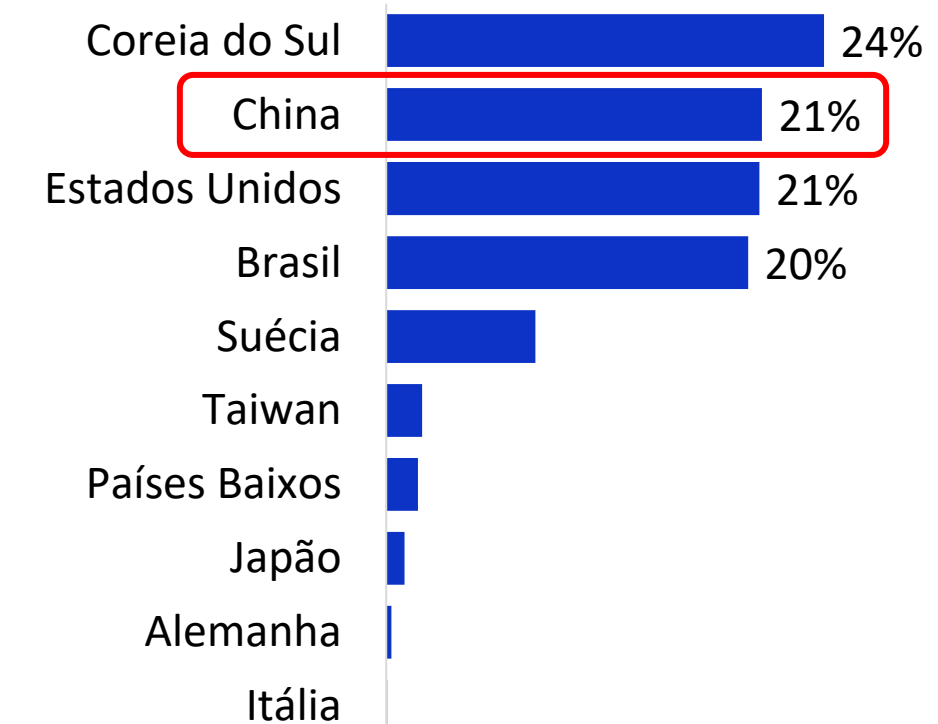
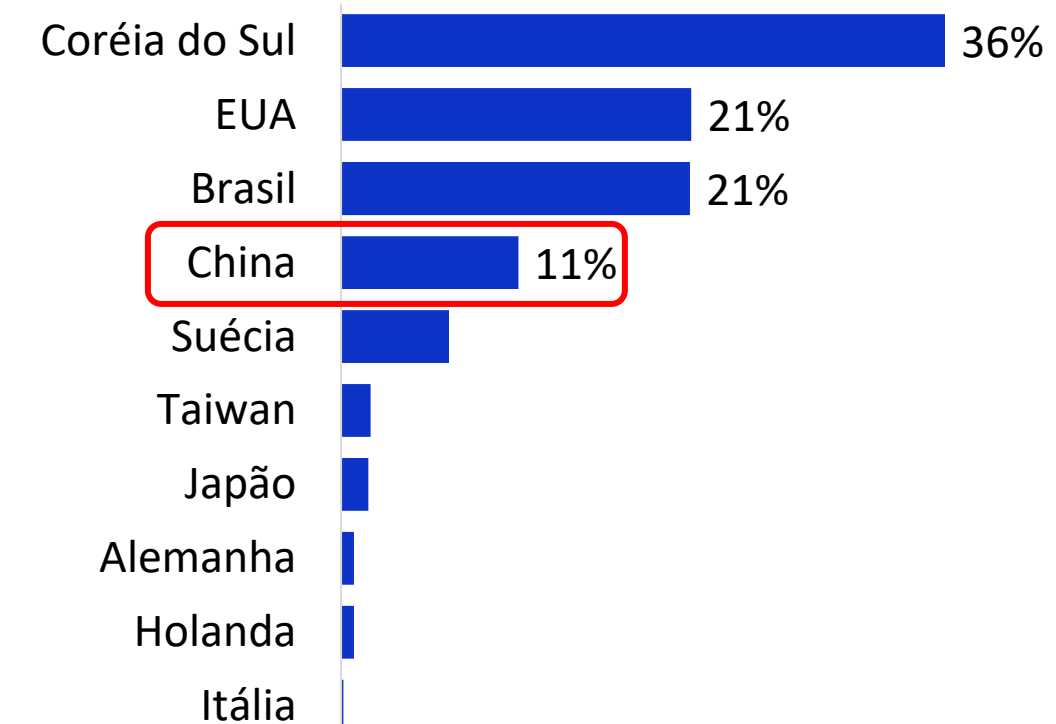
2020



2025



Participação
Total
%





INVESTOR DAY 2026

From turnaround to value creation

GRUPO CASASBAHIA

A Transformação foi
Real

Novo Mindset e
entregas consistentes



Margens de Contribuição | Grupo Casas Bahia





Nesse contexto desenvolvemos um plano de transformação, o CB 25

Foco: Alavancas Operacionais

Iniciativas apresentadas em 2T23



Resultados até 2025

Iniciativas relacionadas a receita



Aumentar Penetração&Rentabilidade
do crediário e serviços adicionais



Otimizar Investimentos
realocar investimentos entre canais e categorias para maximizar margem e eficiência de marketing

- ✓ +23% de crescimento da carteira de crediário vs 2023
- ✓ +2,9 p.p. de aumento na penetração do crediário nas vendas vs 2023
- ✓ +27% de crescimento na receita de serviços financeiros vs 2023
- ✓ +22% de crescimento na receita de serviços vs 2023
- ✓ 23 categorias migradas totalmente do 1P para o 3P
- ✓ +35% de crescimento na receita 3P vs 2023
- ✓ +65% de crescimento no retail media vs 2024

Iniciativas relacionadas a custo



Reduzir Custos
renegociar com indiretos e revisão do quadro corporativo e lojas



Revisão do Portfólio de Lojas
Fechamento de 50-100 lojas com margens baixas e revisão dos custos de aluguel



Melhoria Logística
Melhora da produtividade de CDs (centro de distribuição) e ajuste do footprint em linha com a redução de estoque

- ✓ Redução de 1,8 p.p. de SG&A/receita ou R\$ 430 MM
- ✓ Redução em serviços terceirizados por meio da implantação de uma torre de controle
- ✓ +15 mil posições reduzidas desde 2023
- ✓ Redesenho da estrutura organizacional (20% dos funcionários / 40% da liderança)
- ✓ 91 lojas fechadas
- ✓ 5 CDs fechados e +10 CDs reajustados
- ✓ Redução de R\$ 634 MM ou 79% em despesas trabalhistas (DRE 2025 vs 2023)
- ✓ Redução de R\$ 765 MM ou 67% em despesas trabalhistas (Caixa 2025 vs 2023)



Plano de Transformação em Alta Velocidade

GRUPO CASASBAHIA

Crescimento sustentável em categorias core combinado com rentabilidade e melhora da estrutura de capital

Pontos Chave

2023
Início Plano de Transformação

2025
2º ano do Plano de Transformação

Fluxo de Caixa da Firma

R\$ 648 MM
2023

2,2 Bi
2025

+R\$ 1,55 Bi



Alavancagem

1,8x
2023

0,4x
2025

1,4 x



GMV Lojas Físicas

R\$ 24 Bi
2023

R\$ 26 Bi
2025

+8,3%



Receita Serviços e Soluções Financeiras

R\$ 4,2 Bi
2023

R\$ 5,3 Bi
2025

+26,2%



Carteira do Crediário

R\$ 5,3 Bi
2023

R\$ 6,6 Bi
2025

+R\$ 1,3 Bi



Margem Bruta

27,9%
2023

+30,5%
2025

+2,6 p.p



SG&A (%) Receita Líquida

24,5%
2023

22,7%
2025

-1,8 p.p



Margem EBITDA

4,3%
2023

8,8%
2025

+4,5 p.p

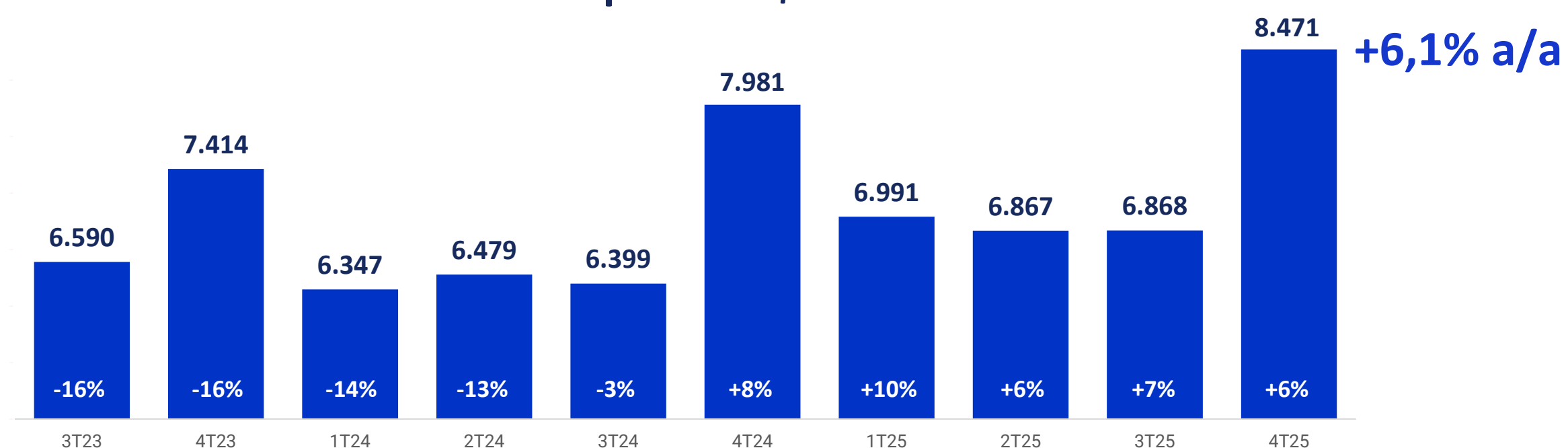




9º trimestre Consecutivo de Melhoria da Margem EBITDA

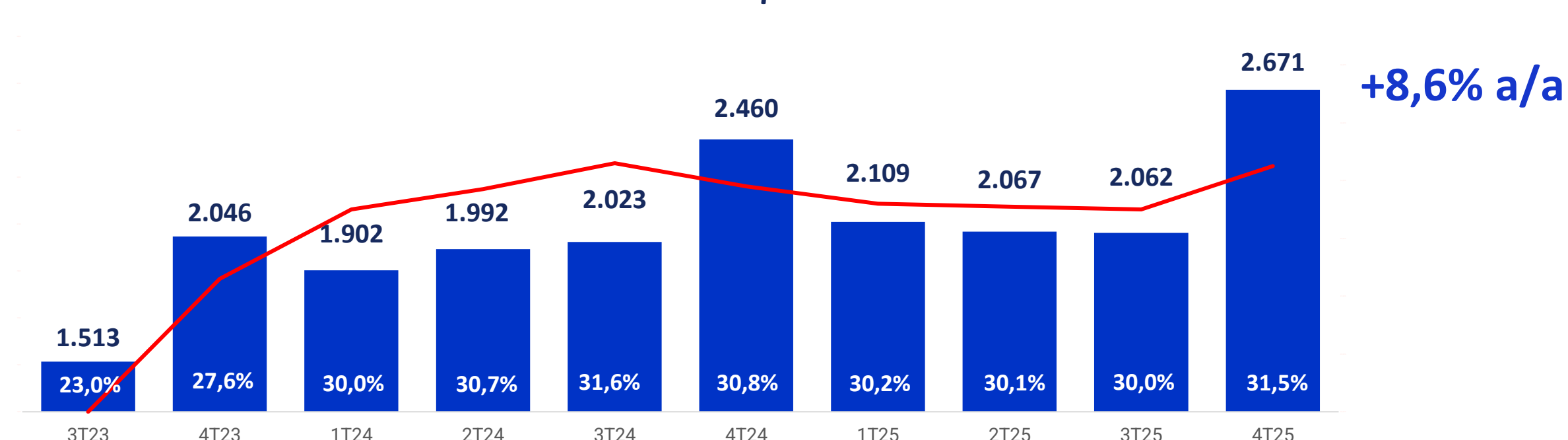
Crescimento da receita, eficiência e alavancagem operacional decorrente dos ajustes estruturais do Plano

Receita Líquida - R\$ MM



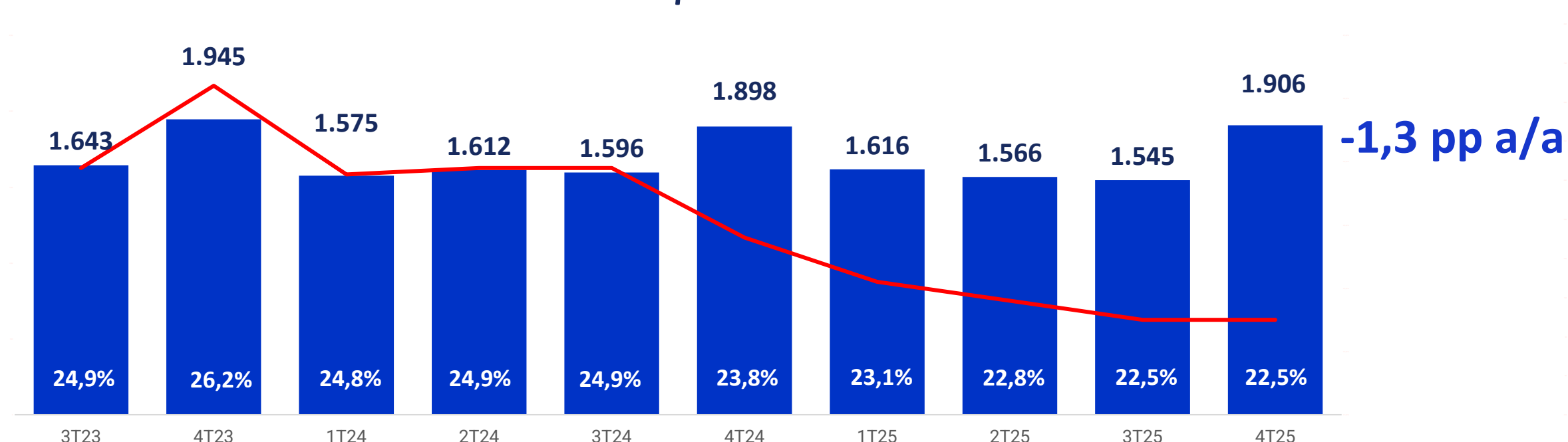
Avanço de GMV total de +8,7%, impulsionada pelo online (+21,7%), com continuidade do 1P online (+25,6%) e do 3P (+16,1%)

Lucro Bruto - R\$ MM



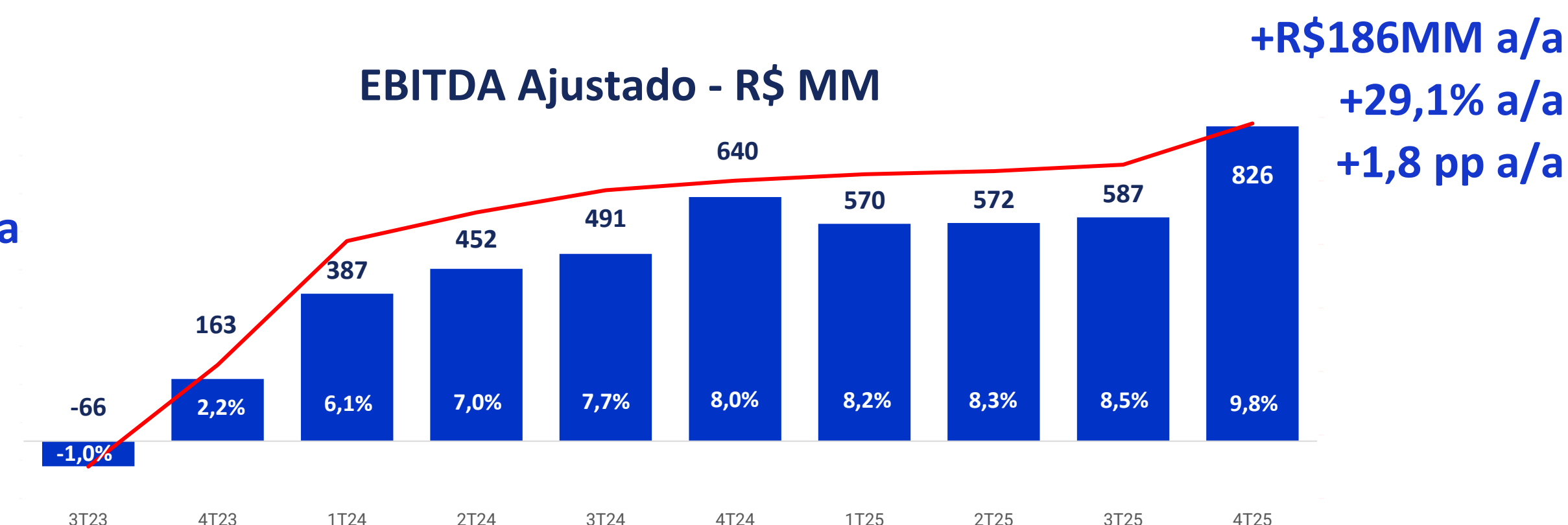
Maior penetração do crediário e serviços, mix de canais e produtos mais demandados no período e qualidade adequada dos estoques

SG&A - R\$ MM



Captura dos ajustes realizados desde 2023, com maior eficiência operacional e disciplina nas despesas

EBITDA Ajustado - R\$ MM



Crescimento gradual dado o amadurecimento das iniciativas de aumento de receita e redução de custos / despesas em curso

Disciplina e consistência do Plano de Transformação

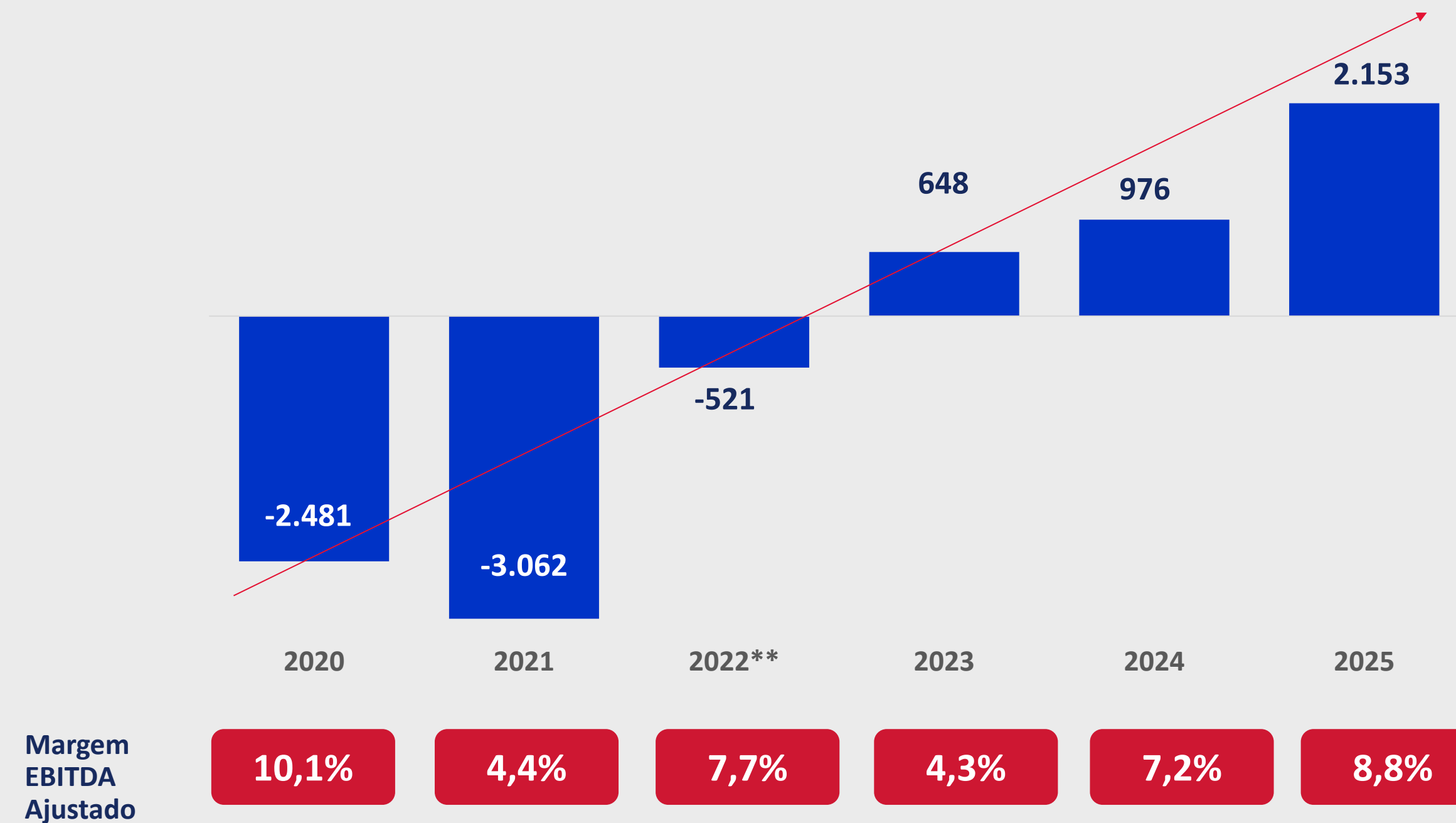


Retorno Consistente à Geração de Caixa

A Cia retoma geração relevante de caixa, sustentada por melhora operacional e disciplina de capital

Fluxo de Caixa Livre da Firma¹

(Últimos 12 meses - R\$ MM)



1. Fluxo de Caixa Livre da Firma = fluxo de caixa disponível para pagamento de dívidas (principal e juros) e acionistas

- Foco na geração de caixa
- Disciplina na alocação de capital
- Monetização ativa de ativos



Execução consistente na Transformação da Estrutura de Capital

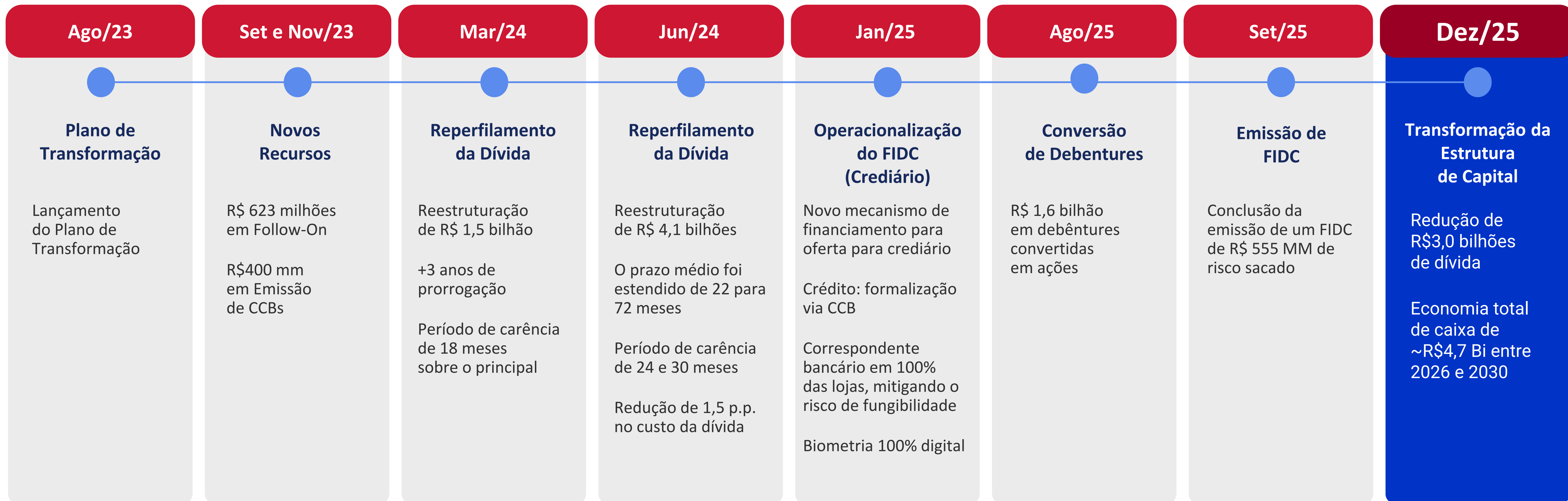
A evolução operacional viabilizou o fortalecimento do balanço

GRUPO CASASBAHIA



Etapa recente

Começo



+ Otimização de estoque: redução de R\$ 700 mm em relação ao 2T23

+ Monetização líquida de créditos tributários: R\$ 3,2 bi desde 3T23

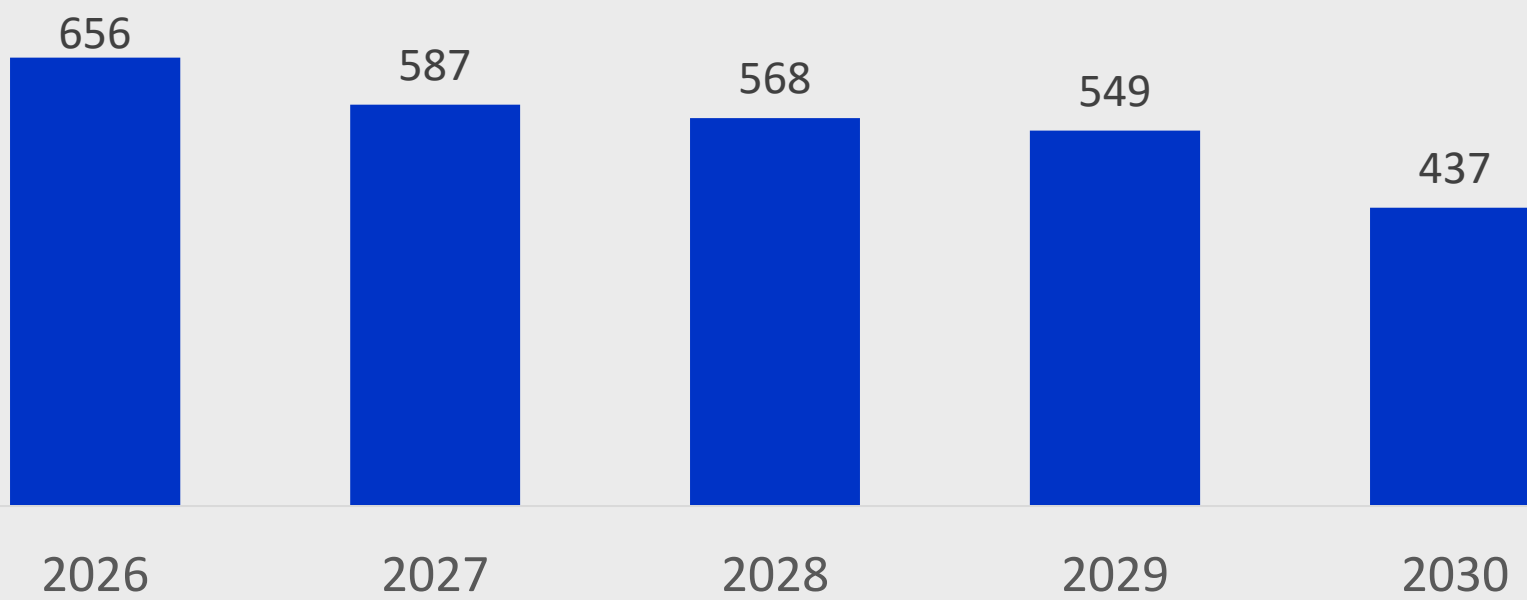


Dois movimentos estruturais transformam o resultado e o caixa da companhia ao longo dos próximos 5 anos

Conversões realizadas em agosto e dezembro geram impacto relevante e recorrente nos próximos anos

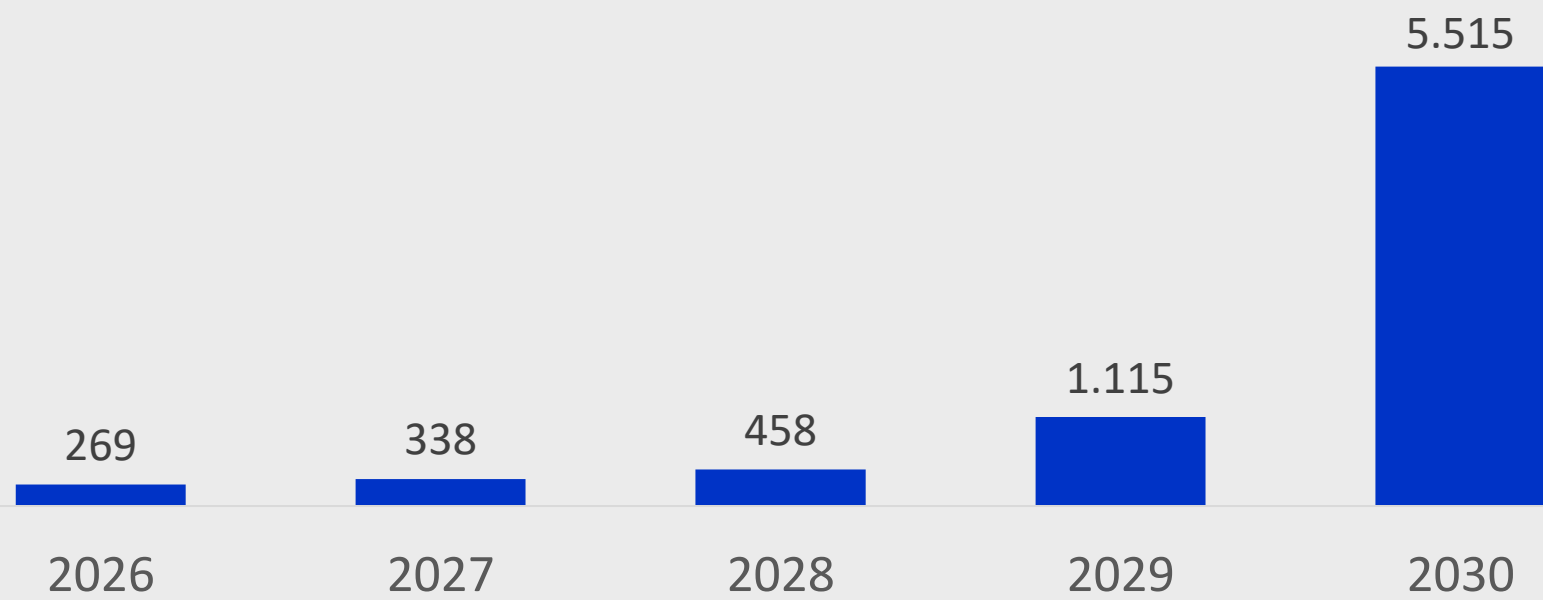
Economia em despesas financeiras – R\$ MM

R\$ 2,8 BI
economia total



Economia de caixa (juros+principal) - R\$ MM

R\$ 7,7 BI
economia total





Dívidas Financeiras – Novo Cronograma de Amortização

A estrutura de vencimentos da dívida financeira passa a ser mais alongada e previsível

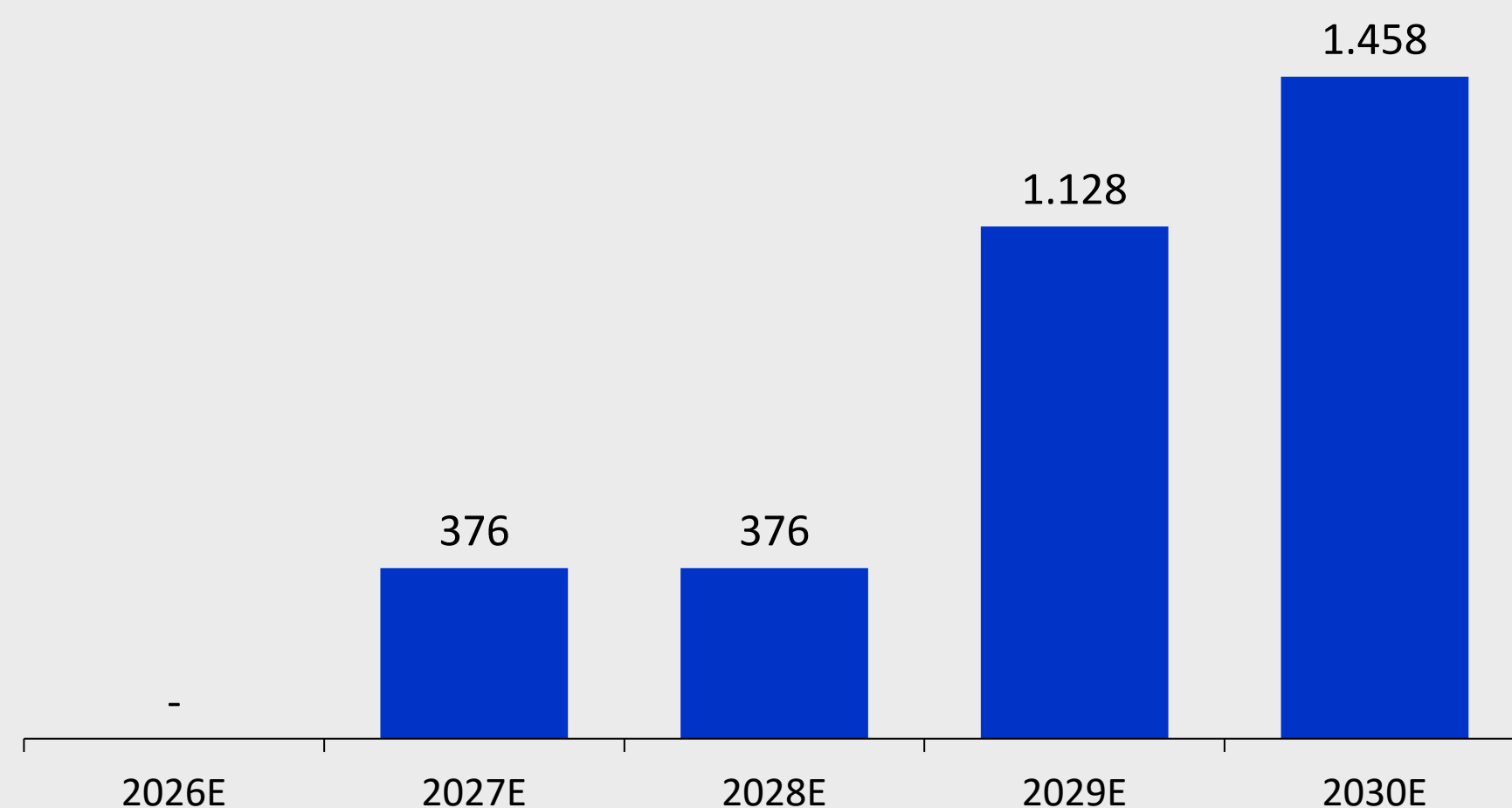


Etapa
Concluída

Cronograma de Amortização anterior – 10ª Emissão ⁽¹⁾

R\$ MM

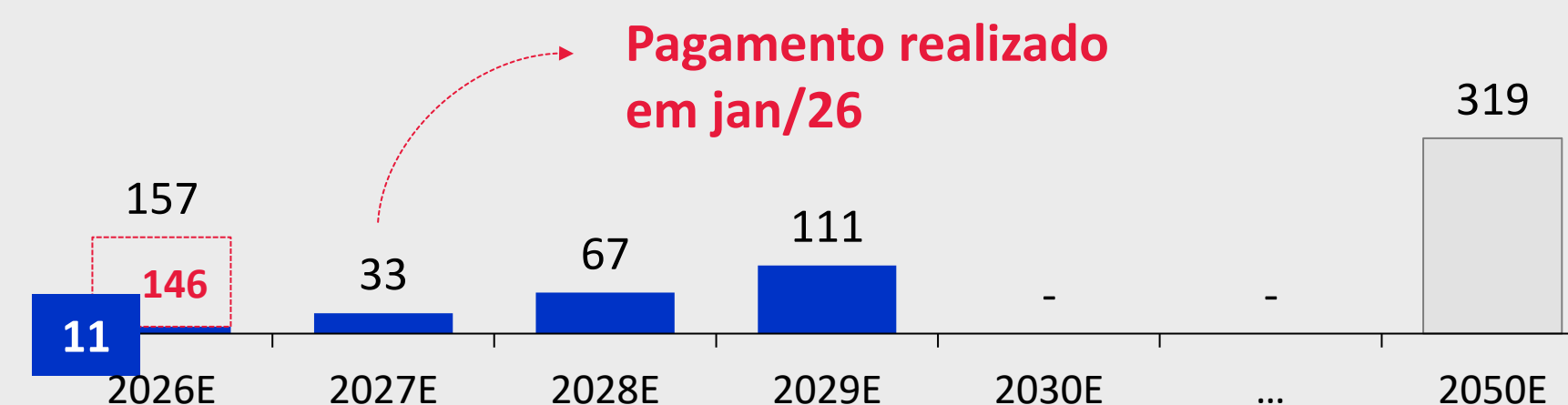
Valor nominal da 10ª Emissão de Debêntures (dez/25):
R\$3.338 mm



Cronograma Atual de Amortização - 11ª Emissão (1)

R\$ MM

Valor nominal total: R\$686 mm



1) Considera apenas pagamento de principal.

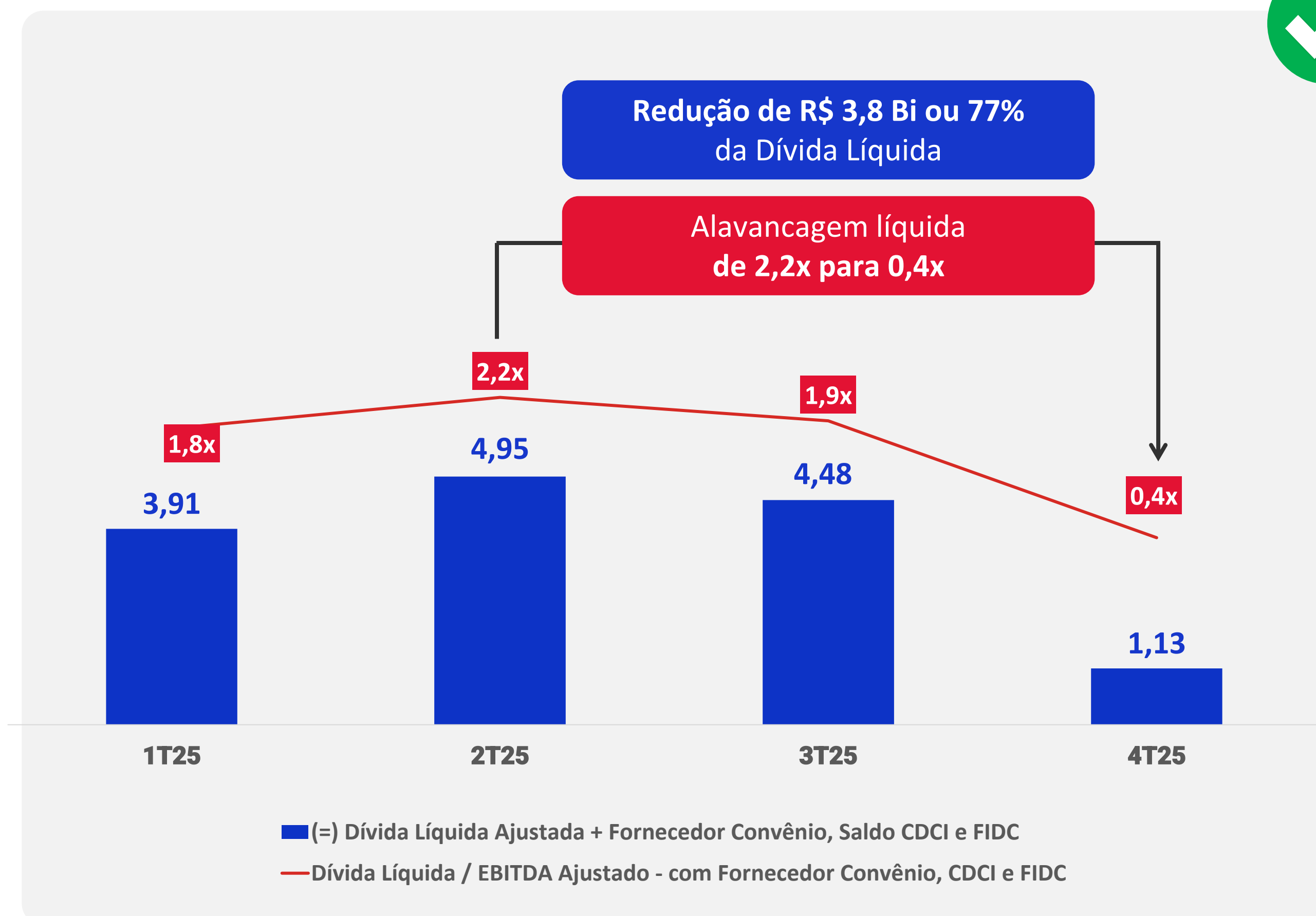


Redução Estrutural da Alavancagem e da Dívida Líquida

A alavancagem líquida reduz de 2,2x para 0,4x



Etapa
Concluída





Substituição de R\$ 1,4 bi de dívida de curto por longo prazo fortalece o perfil do balanço

Reduzindo a exposição ao curto prazo para 28% do total

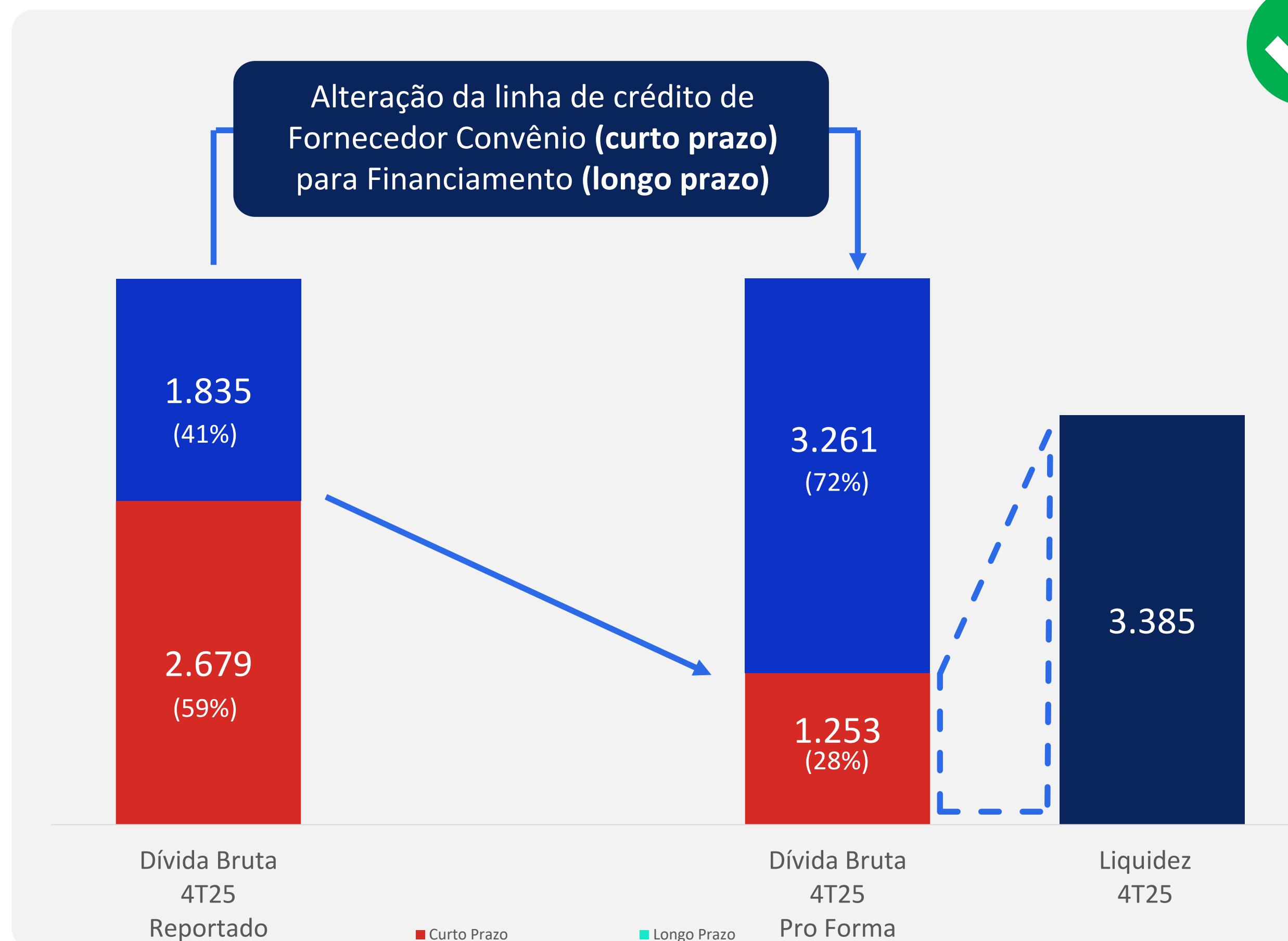
Perfil do Endividamento - R\$ MM

Redução de risco de refinanciamento e maior previsibilidade financeira

Alteração da linha de crédito de Fornecedor Convênio (**curto prazo**) para Financiamento (**longo prazo**)



Etapa Concluída



- Liquidez de R\$ 3,4 bilhões cobre com folga a dívida de curto prazo (R\$ 1,3 bilhão)
- Liquidez mais de 2,5x superior à dívida de curto prazo

*Endividamento inclui Empréstimos e Financiamentos, saldo líquido de carnês CDCI, fornecedor convênio e cotas de terceiro FIDC | Liquidez inclui Caixa, Aplicações, Cartões de Crédito e Outros Contas a Receber
Novo perfil de endividamento conforme Comunicado ao Mercado divulgado em 11/03/2026



INVESTOR DAY 2026

From turnaround to value creation

GRUPO CASASBAHIA

A Transformação foi
Real

Execução, Cultura e Produtividade:
a base do turnaround do
Grupo Casas Bahia

CULTURA
em **todo** lugar
pra dar o que **FALAR**





Andréia Nunes

Diretora Executiva de Gente, Gestão, ESG, Comunicação Corporativa e Fundação Casas Bahia

Andreia é uma executiva sênior com atuação em transformação organizacional e turnaround, lidera a integração entre estratégia de pessoas, governança, agenda ESG e reputação corporativa, contribuindo para a geração de valor sustentável e evolução de resultados da companhia.

Com mais de 30 anos de experiência, trabalhou em empresas de varejo como Walmart México e América Central, Walmart Brasil, Wine E-commerce e Studio Z Calçados. Também possui experiência em consultoria estratégica na Symnetics Balanced Scorecard Affiliate, startups e indústria. Como conselheira e mentora voluntária em startups pela Bossa Nova Investimentos, Andréia contribui para o desenvolvimento de novos negócios e inovação.

Formada em Psicologia pela UFES, possui Mestrado em Psicologia e MBA em Gestão de Varejo pela COPPEAD/UFRJ. Complementa sua formação com estudos em Mediação de Conflitos Organizacionais, Transformação Cultural e Eneagrama. Além disso, realizou vários anos de pesquisa científica sobre gênero, refletindo seu compromisso com Diversidade e Inclusão.

Ao longo de sua carreira, acumulou experiência internacional na América Latina, com atuação em países como México, Costa Rica, Nicarágua, Guatemala, Honduras, El Salvador, Argentina e Brasil.



@andreia.fernandes.nunes





Vamos falar sobre...

...como cultura pessoas, liderança e modelo de gestão transformaram a execução da companhia e sustentaram o turnaround e permitirão o crescimento

CULTURA
em **todo** lugar
pra dar o que **FALAR**



CULTURA
em **todo** lugar
pra dar o que **FALAR**

INVESTOR DAY 2026

From turnaround to value creation

GRUPO CASASBAHIA

A Transformação foi
Real

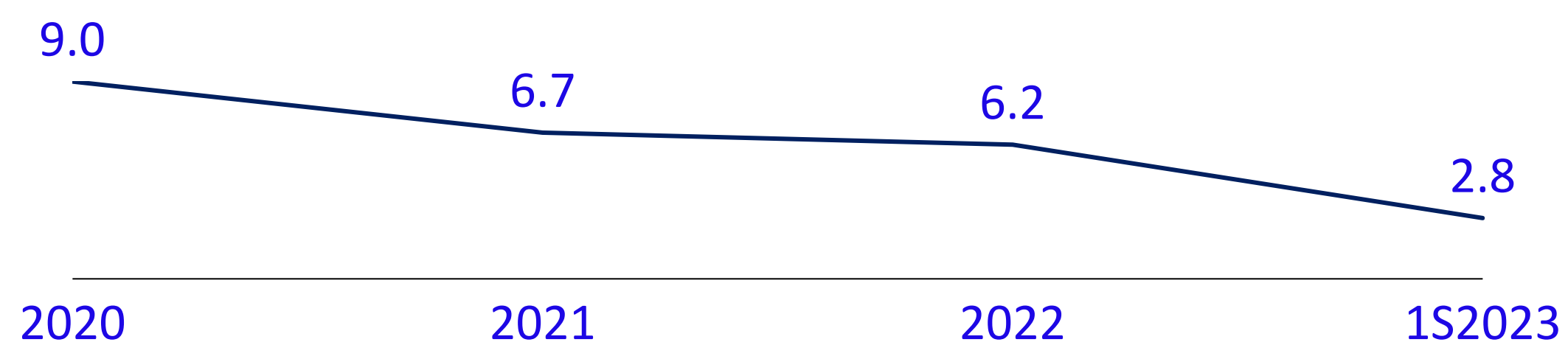
O desafio não era só financeiro,
era organizacional

Grupo Casas Bahia passava por um momento financeiro e de performance muito delicado no final de 2023



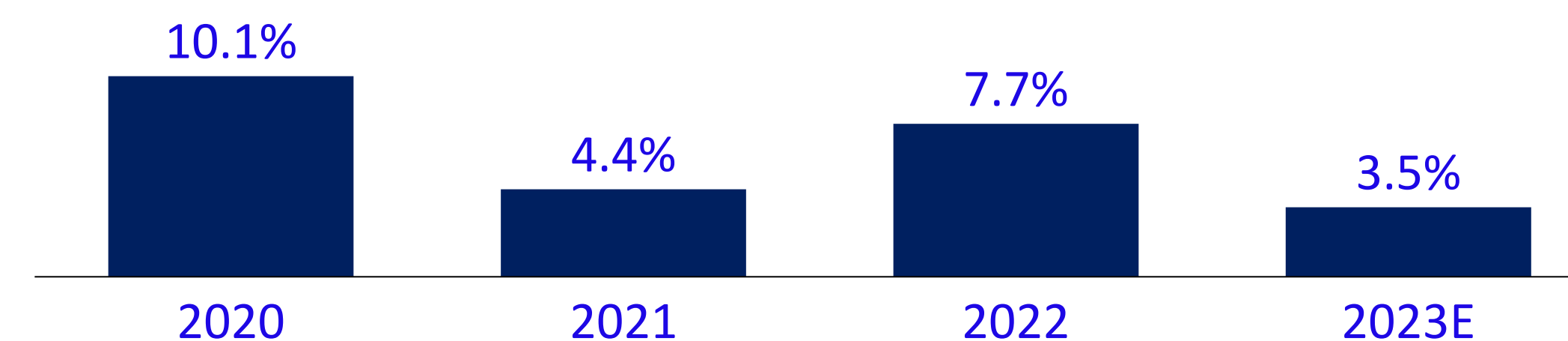
Pressão de caixa

Caixa total¹ (R\$ B)



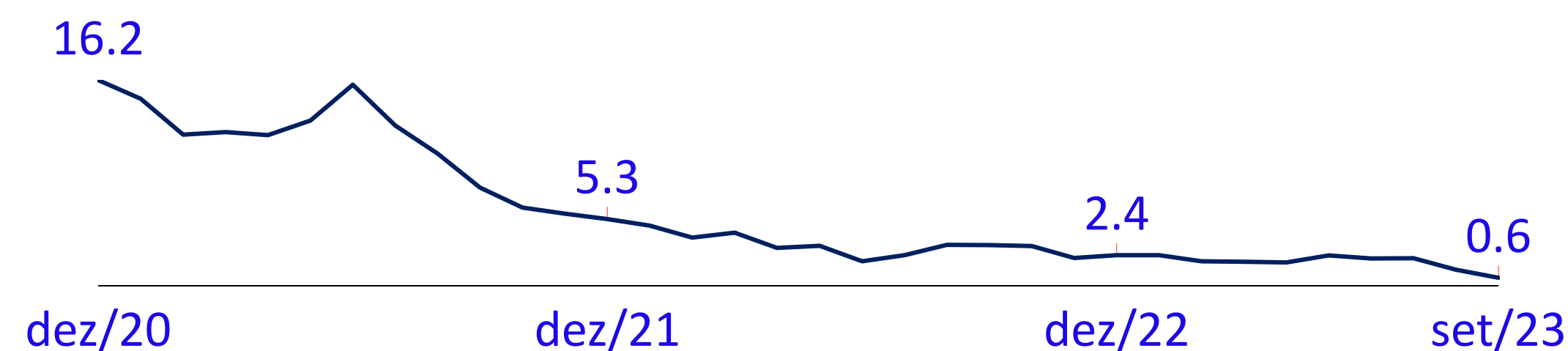
Necessidade de reverter resultados

EBITDA (%)



Diminuição do preço da ação

Ação BHIA3 (R\$)



1. Caixa, cartões e outras contas a receber; 2. "Pensando em lojas físicas e/ou online (site/app), qual é a primeira que vem à sua cabeça?"

Fonte: Resultados financeiros CB; pesquisa de mercado CB; análise BCG

Além de **desafios críticos de imagem**, com a mídia noticiando um cenário catastrófico



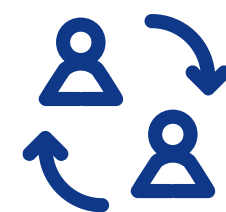
Internamente:

Despesas de pessoal/ROL crescendo, Turnover de cargos críticos e clima organizacional deteriorado



+25,1%

despesas
de pessoal
/receita líquida



+824,5%

turnover
voluntário de
cargos críticos*

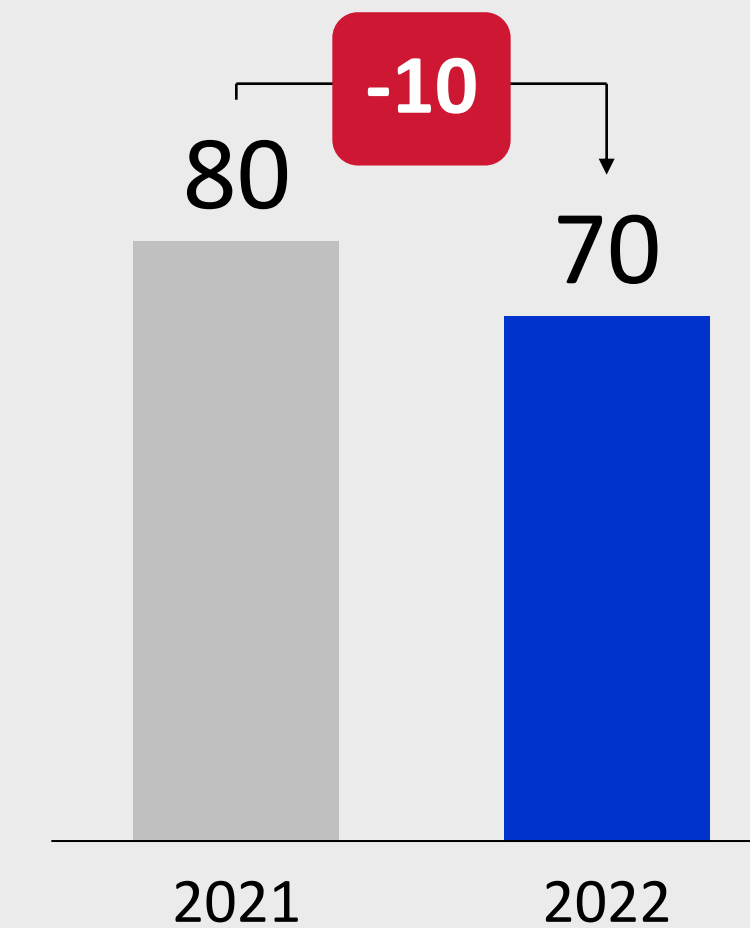
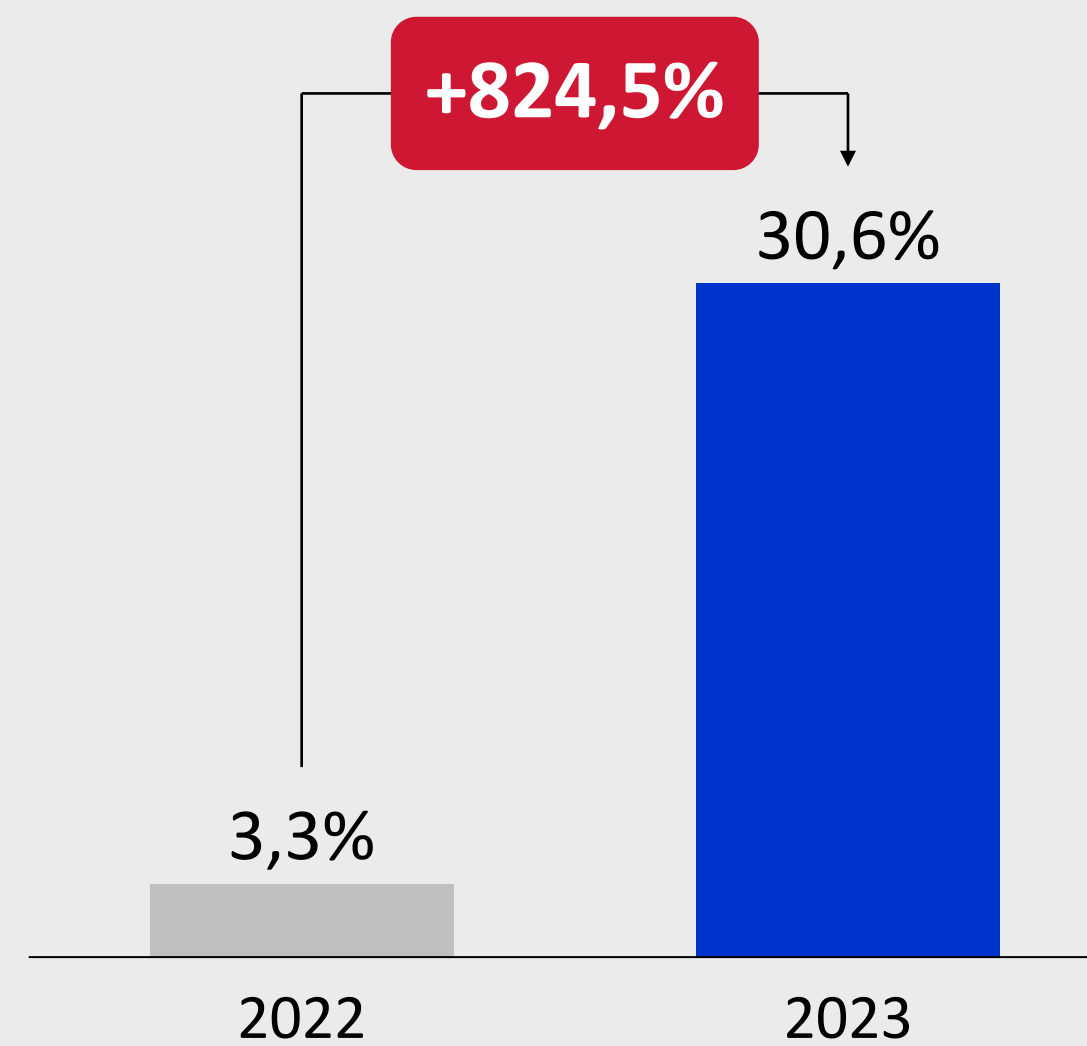
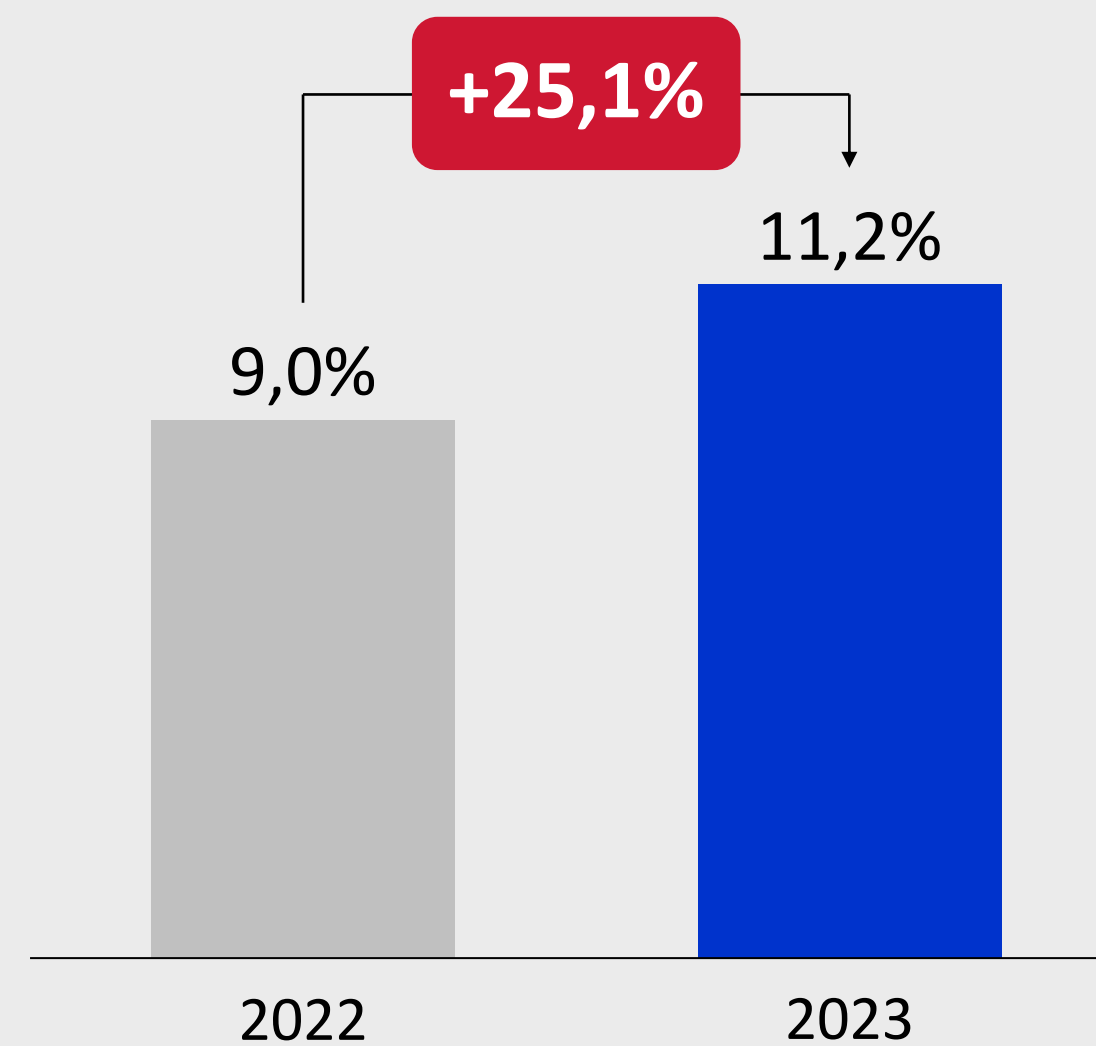


-10 p.p.

no índice de confiança

02 anos

sem premiação



Turnaround exige mudança de comportamento

*Cargos críticos considera-se diretores e acima



CULTURA
em **todo** lugar
pra dar o que **FALAR**

INVESTOR DAY 2026

From turnaround to value creation

GRUPO CASASBAHIA

A Transformação foi
Real

Evolução da Cultura e nosso
Modelo de Transformação

Para garantir o sucesso da transformação, estruturamos um **Escritório de Transformação (TMO)**, onde **Cultura** tem papel crucial



Monitorar

Monitorar o progresso da transformação



Reportar

Reportar o andamento da transformação para a liderança da organização



Desafiar & Apoiar

Desafiar e apoiar responsáveis por iniciativas e equipes de trabalho em suas atividades, oferecendo direcionamento estratégico



Escalar

Escalar riscos e desvios frente ao planejado para a liderança da organização (CEO e Direx)

INVESTOR DAY 2026

From turnaround to value creation

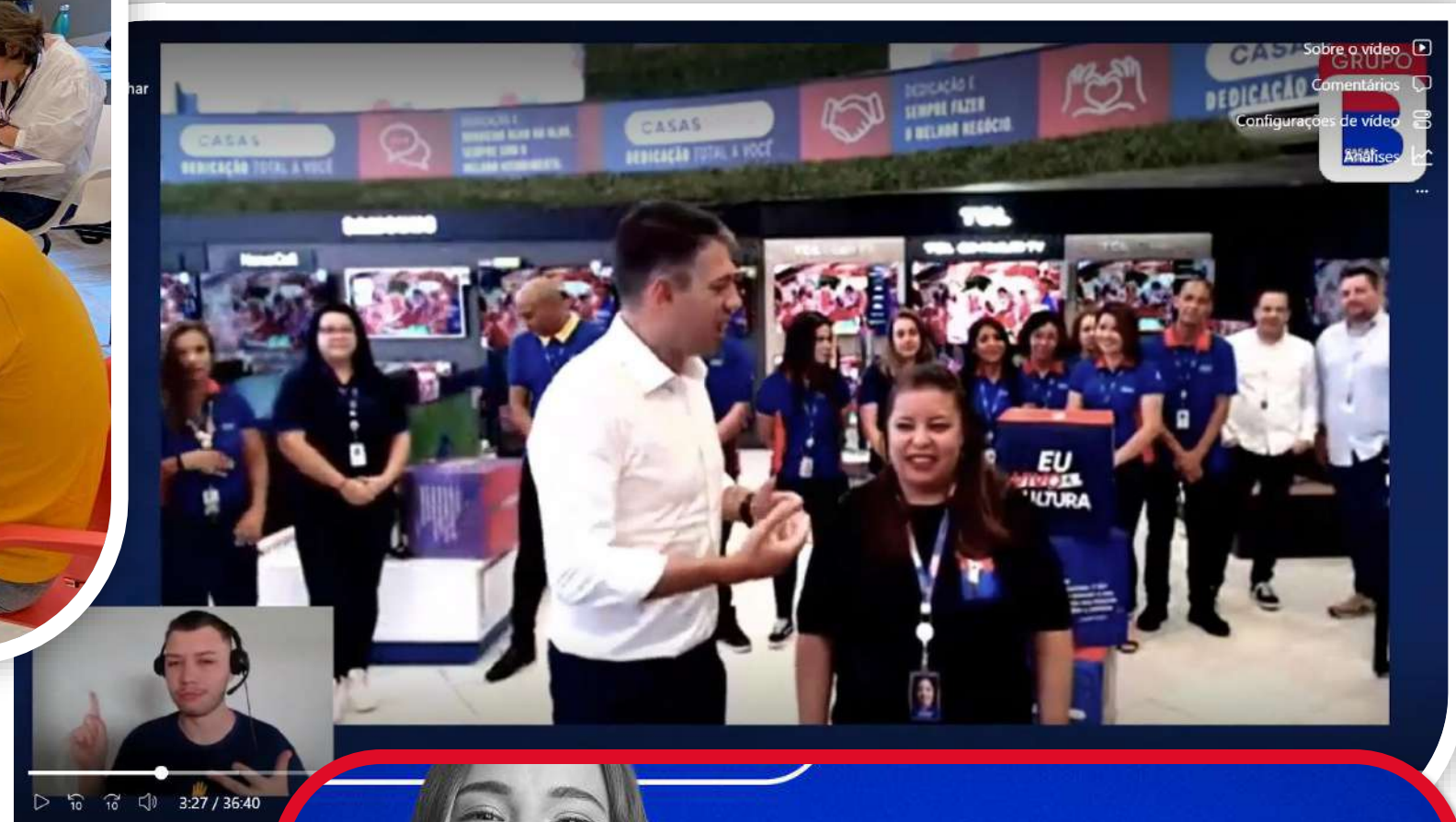
GRUPO CASASBAHIA

E para fortalecer nossa
cultura ...

CULTURA
em *todo* lugar
pra dar o que **FALAR**

Nossos valores e comportamentos

Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável



Criar ambiente positivo para a transformação CB25

Instalar uma forte cultura de resultados com base no modelo de gestão e governança GCB

NOSSA CULTURA E VALORES					GRUPO CASASBAHIA
DEDICAÇÃO TOTAL AO CLIENTE 1	ENTREGAMOS RESULTADO 2	PAIXÃO PELA NOSSA GENTE 3	PROTAGONISTA O TEMPO TODO 4	SIMPLICIDADE EM TUDO QUE FAÇO 5	INTEGRIDADE E ÉTICA 6
Sou totalmente dedicado ao cliente, nossa razão de existir.	Tenho autonomia, me desafio e desafio os outros e sou reconhecido por entregar resultados sustentáveis.	Sou diverso, culto e incluo nossa gente, acredito e reconheço o potencial de cada um.	Sou inconformado e atuo como facilitador sempre.	Sou simples no dia a dia e foco no que é essencial para entregar nossos resultados.	Sou responsável pela minha conduta e atuo sempre com integridade e ética, respeitando as regras do jogo e contribuindo para o sucesso da empresa.
CRENÇAS Eu acredito que cada interação é uma oportunidade única de encantar e servir o cliente, para a realização dos seus sonhos.	CRENÇAS Eu acredito que a disciplina na execução e decisões baseadas em dados, geram os melhores resultados para a empresa e atuo com integridade e ética em tudo que faço.	CRENÇAS Eu acredito que a nossa gente é o nosso maior diferencial. Cuidar de todos é responsabilidade de cada um e juntos vamos construir um mundo mais justo e sustentável.	CRENÇAS Eu acredito que, independentemente da minha função, tenho atitude e responsabilidade na busca de soluções.	CRENÇAS Eu acredito que o simples traz praticidade e gera melhores resultados.	
COMPORTAMENTOS Eu me conecto com o cliente para fidelizar, gerar confiança, e um relacionamento de longo prazo. Eu facilito a vida do cliente, e me diferencio através das minhas atitudes e ações.	COMPORTAMENTOS Eu tenho metas desafiadoras, entrego os resultados e reconheço que o sucesso da empresa é um processo coletivo. Sou responsável pelos meus resultados e contribuo para os objetivos da empresa.	COMPORTAMENTOS Eu respeito as pessoas e ideias diferentes da minha para que eu possa me desenvolver e colaborar com o outro. Eu promovo um ambiente inclusivo, seguro e livre de julgamento para que as pessoas possam ser elas mesmas.	COMPORTAMENTOS Eu tenho atitude e facilito a solução em qualquer situação. Eu sou inconformado com os problemas, busco ajuda, enfrento com coragem e resolvo até o fim.	COMPORTAMENTOS Eu entendo que ser simples também exige criatividade e comprometimento com o resultado. Eu descomplico e resolvo com simplicidade, e isso não quer dizer, fazer de qualquer jeito.	

Kit de Ferramentas para os Embaixadores da Cultura



A cultura é o nosso jeito de ser em uma única voz.
E para alcançar isso, ouvimos os nossos 40 mil colaboradores.



Nossa Cultura e Valores

GRUPO **CASASBAHIA**

Nosso jeito de ser reflete em nossos valores, para nortear atitudes, comportamentos e decisões aqui no Grupo Casas Bahia

PROTAGONISTA O TEMPO **TUDO**

Sou inconformado e atuo como facilitador sempre.

ENTREGAMOS **RESULTADO**

Tenho autonomia, me desafio e desafio os outros e sou reconhecido por entregar resultados sustentáveis.

PAIXÃO PELA NOSSA **GENTE**

Sou diverso, cuido e incluo nossa gente, acredito e reconheço o potencial de cada um.

SIMPLICIDADE EM TUDO **QUE FAÇO**

Sou simples no dia a dia e foco no que é essencial para entregar nossos resultados.

DEDICAÇÃO TOTAL AO **CLIENTE**

Sou totalmente dedicado ao cliente, nossa razão de existir.

ÉTICA E **INTEGRIDADE**

Sou responsável pela minha conduta e atuo sempre com integridade e ética, respeitando as regras do jogo e contribuindo para um ambiente seguro e saudável para todos.

Crenças

Eu acredito que, independentemente da minha função, tenho atitude e responsabilidade na busca de soluções.

Eu acredito que a disciplina na execução e decisões baseadas em dados, geram os melhores resultados para a empresa e atuo com integridade e ética em tudo que faço.

Eu acredito que a nossa gente é o nosso maior diferencial. Cuidar de todos é responsabilidade de cada um e juntos vamos construir um mundo mais justo e sustentável.

Eu acredito que o simples traz praticidade e gera melhores resultados.

Eu acredito que cada interação é uma oportunidade única de encantar e servir o cliente, para a realização dos seus sonhos.

Eu acredito que agir com ética e integridade é fundamental para reforçar o compromisso com a nossa gente, clientes e sociedade, com base na transparência e respeito, construindo relações de confiança e parcerias duradouras.

Comportamentos

- Eu tenho atitude e facilito a solução em qualquer situação.
- Eu sou inconformado com os problemas, busco ajuda, enfrento com coragem e resolvo até o fim.

- Eu tenho metas desafiadoras, entrego os resultados e reconheço que o sucesso da empresa é um processo coletivo.
- Sou responsável pelos meus resultados e contribuo para os objetivos da empresa.

- Eu respeito as pessoas e ideias diferentes da minha para que eu possa me desenvolver e colaborar com o outro.
- Eu promovo um ambiente inclusivo, seguro e livre de julgamento para que as pessoas possam ser elas mesmas.

- Eu entendo que ser simples também exige criatividade, inovação e compromisso com o resultado.
- Eu descomplico e resolvo com simplicidade, e isso não quer dizer, fazer de qualquer jeito.

- Eu me conecto com o cliente para fidelizar, gerar confiança, e um relacionamento de longo prazo.
- Eu facilito a vida do cliente, e me diferencio através das minhas atitudes e ações.

- Eu tenho ciência e sigo em conformidade com as políticas e as regras do jogo, agindo de forma coerente com nossos valores, mesmo diante de desafios.
- Sou exemplo de atitudes éticas e contribuo para um ambiente livre de assédio, denunciando práticas inadequadas de forma responsável.

Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável

Mudança da marca para Grupo Casas Bahia, PontoFrio e Escritório Estação Casas Bahia como símbolos da transformação cultural



ponto:



Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável

Desdobramento de metas e ICP

Metas claras e incentivos alinhados, detalhando "como as coisas devem ser feitas"



GRUPO

INCENTIVO DE CURTO PRAZO 2024 (ICP)

ACORDO INDIVIDUAL DE METAS - MATERIAL CONFIDENCIAL

Colaborador

Cargo

Área

Regras Gerais

Indicadores Coletivos

#	Indicadores	Peso
1	LAIR Contábil Grupo	25%
2	Cash Margin Grupo (Mercadoria + Bonificação + Demais Receitas)	20%
3	ESG (Energia Renovável e Negros na Liderança)	5%
TOTAL		50%

Indicadores Área

#	Indicador
1	Indicador A
2	Indicador B
3	Indicador C
4	Discrecional (aplicável para Diretores)
TOTAL	

CRITÉRIOS E CONCEITOS

PÚBLICO ELEGÍVEL

- Colaboradores com cargo a partir de Analista III (grau 5).

REGRAS IMPORTANTES

- Os elegíveis terão pagamento proporcional ao período trabalhado no ano.
- Promoções com alteração de programa (PLR para ICP) serão pagas proporcionalmente pelo período trabalhado em cada programa.
- Se a alteração de cargo se der entre cargos que estão no programa de ICP, será considerado o target proporcional.
- Em caso de alteração de estrutura, será considerado o perfil de indicadores de maior período.

DESIGNAMENTO

- Designamento Involuntário:** terão direito ao pagamento proporcional ao período trabalhado. O pagamento do ICP será realizado mediante solicitação do colaborador designado.
- Designamento Voluntário:** colaboradores que solicitarem demissão até 31/03/2025 não serão elegíveis ao pagamento do ICP.
- Designados por Justa Causa:** não elegíveis ao pagamento do ICP.

AFASTAMENTO

- Os afastados por acidente de trabalho até o limite de 210 dias e colaboradores em licença maternidade ou paternidade têm direito ao pagamento integral.
- Os afastados por demais motivos receberão proporcionalmente ao período trabalhado.



Programa de ICP alinhados às metas de negócio e aos objetivos específicos entrega de cada área

Engajamento não é o que as pessoas dizem; é o quanto elas escolhem entregar quando ninguém está olhando

Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável

Governança de reuniões

Reforço de governança e práticas de gestão para impulsionar entrega de valor

Entendimento da situação atual

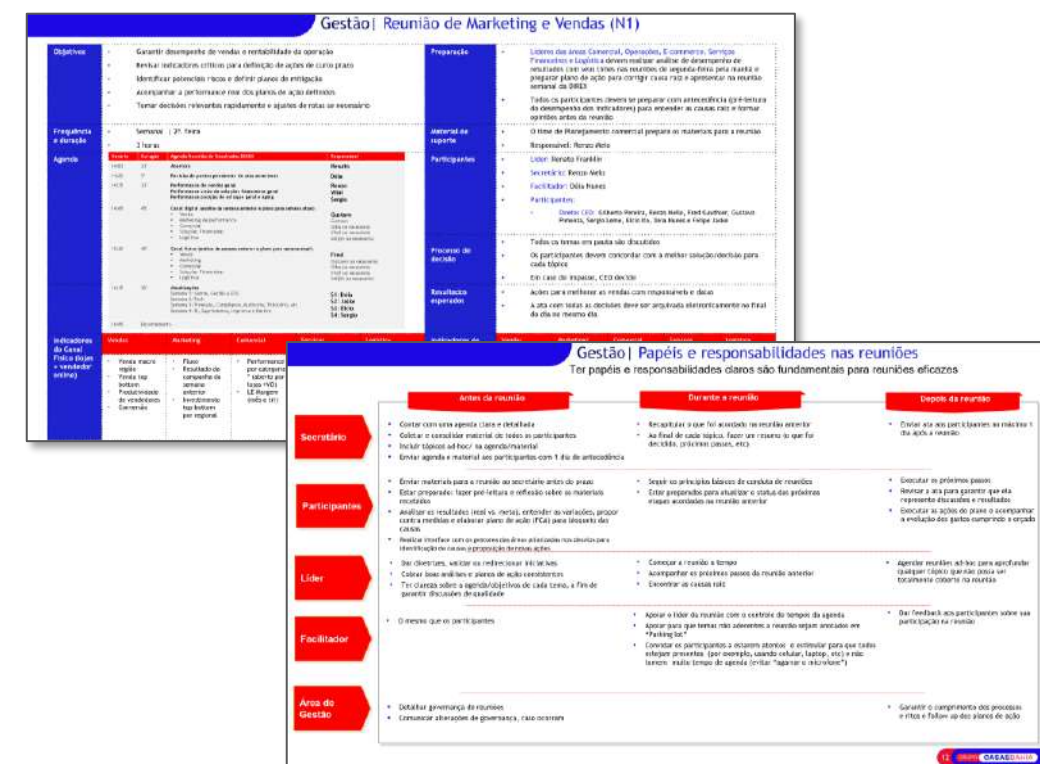
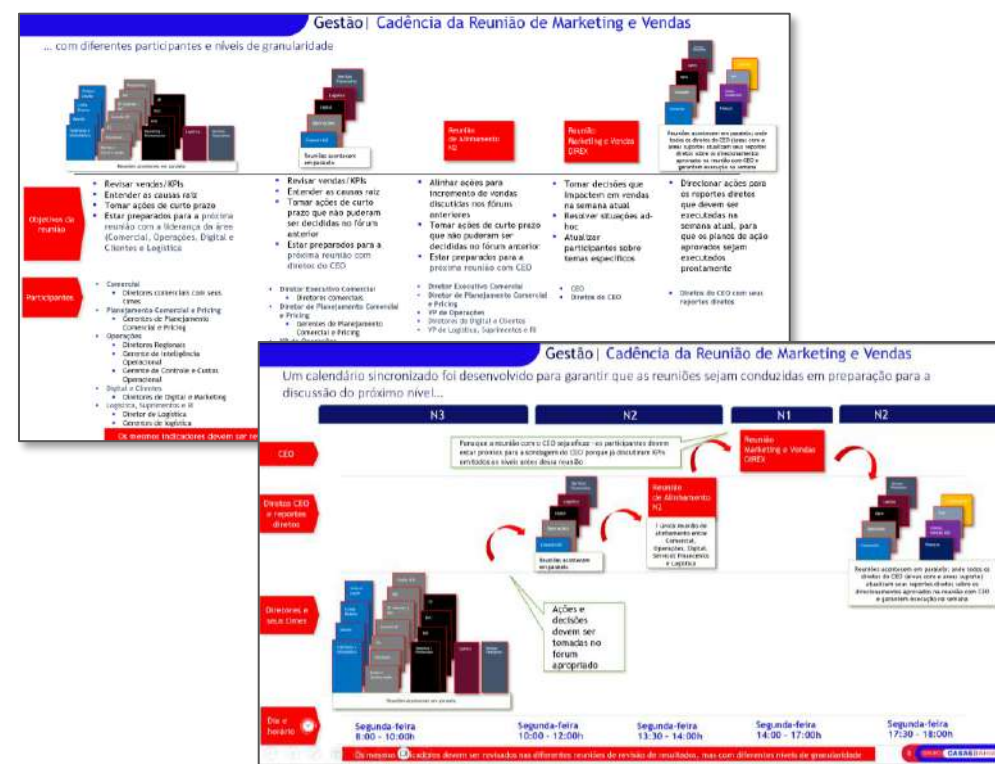
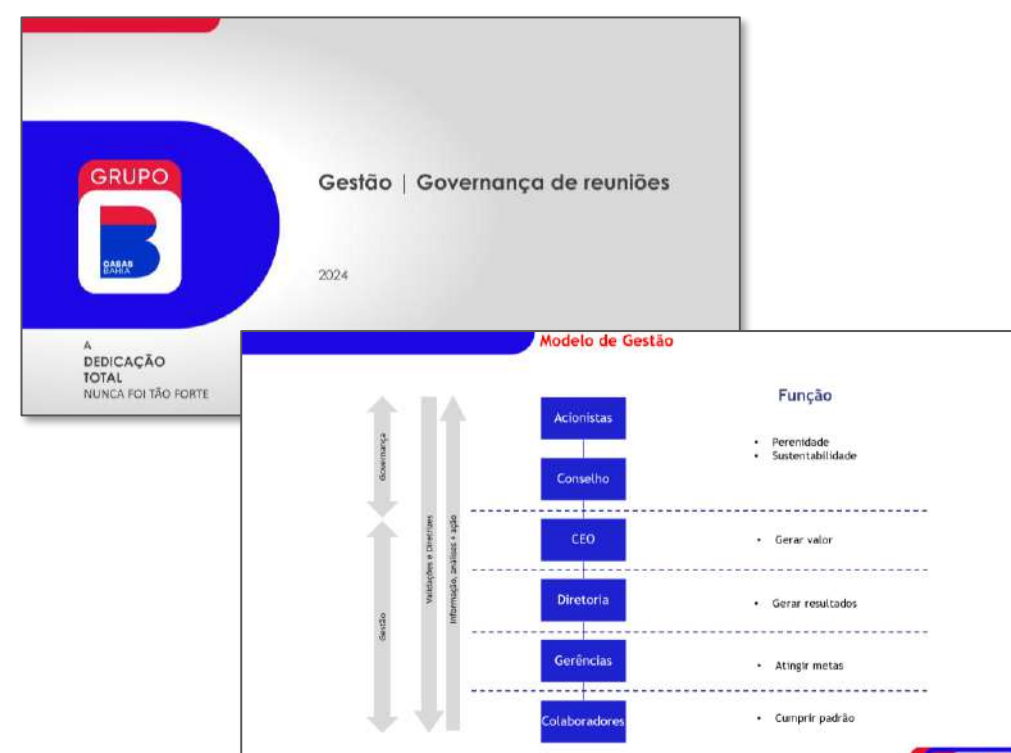
- Entrevistas com executivos
- Observação das reuniões
- Análise e draft
- Piloto

Coreografia de reuniões, papéis e responsabilidades, regras de ouro

- Definição da coreografia de reuniões core, calendário seminal e mensal
- Criar regras de ouro
- Definir DE - PARA

Recomendações específicas para as reuniões mais importantes

- Definição de objetivo, agenda, duração, participante, etc
- Definição de mecanismos para reforçar o cumprimento da nova governança



Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável

Iniciativas culturais e de mudança, marcos claros para líderes, integrados em todas as frentes relevantes

#BoraVarejar

Rito mensal que sustenta nossa cultura e acelera nossa entrega de valor



Convenção de Vendas



Encontro de Líderes



Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável

Um time que reflete a diversidade dos nossos clientes

MULHERES

43%

Mulheres do total
companhia

35,8%

Mulheres na liderança
(gerencias e acima)

NEGROS

50%

Negros do total
companhia

39%

Negros na liderança
(gerencias e acima)



GRUPO CASASBAHIA
CENSO25
DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO

Base com diferentes contextos socioeconômicos e educacional

- ~85% dos colaboradores com ensino médio e superior
- ~54% oriundos de escolas públicas, refletindo diversidade de trajetórias

Ambiente em evolução contínua, com foco no fortalecimento da liderança

- **82,2%** avaliam positivamente a companhia (nota 8 a 10)

Ambiente que desenvolve talentos e amplia oportunidades de forma contínua

PROGRAMA
DONA DE SI

+900 mulheres
impactadas



+2000 líderes sensibilizados

Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável

Fundação Casas Bahia

PILARES DE ATUAÇÃO



Inclusão produtiva de
jovens

+33mil

Formados de 2023 a 2025



Empreendedorismo
feminino

+4mil

Empreendedoras aceleradas
de 2023 a 2025



Educação
Financeira

+135mil

Pessoas beneficiadas de
2023 a 2025

Conexão com o modelo de negócio

GCB modelo histórico ligado a renda, crédito, consumo e acesso

Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável

Fundação Casas Bahia

PILARES DE ATUAÇÃO



Inclusão produtiva de jovens significa:

- formação
- empregabilidade
- primeiro emprego
- qualificação
- renda futura
- mobilidade social



Impacto no GCB: Futuros consumidores e talentos

Jovens que entram no mercado de trabalho viram consumidores, tomadores de crédito, clientes de serviços financeiros e compradores de bens duráveis

Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável

Fundação Casas Bahia

PILARES DE ATUAÇÃO



Empreendedorismo feminino é estratégico para o GCB:

- Muitas clientes são mulheres
- Muitas mulheres são chefes de família
- Muitas empreendem informalmente
- Empreendedoras compram eletrodomésticos, celulares, móveis, equipamentos
- Empreendedoras usam crédito
- Empreendedoras movimentam serviços financeiros



Impacto no GCB:

- Aumenta renda de empreendedoras e cria novas clientes

Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável

Fundação Casas Bahia

PILARES DE ATUAÇÃO



Educação Financeira:

- melhora a saúde financeira e, consequentemente, melhora a qualidade da receita e do crédito da companhia.



Impacto no GCB:

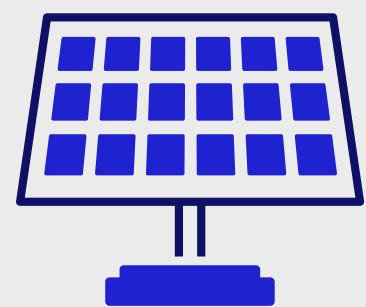
- Educação financeira não é filantropia
- É estratégia de negócio, estratégia de crédito e estratégia de crescimento de longo prazo

A Fundação atua hoje nas bases que sustentam o crescimento do nosso negócio: **renda, crédito saudável e inclusão produtiva**

Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável

Sustentabilidade

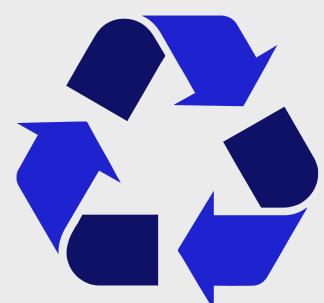
Energia Renovável e Economia Circular



94%

de

energia renovável abastecendo as nossas estruturas, 4% superior à meta de 90% (2025)



2.713

ton de resíduos destinados à reciclagem (11 cooperativas e 205 famílias beneficiadas)



13.275

ton de eletrodomésticos e eletrônicos devolvidos foram recuperados (lojas de saldo e reaproveitamento de componentes na indústria)

Índice e relatos públicos

Instrumentos de gestão que permitem a transparência com diversos stakeholders e foco na melhoria contínua:



Publicação do relatório anual dando transparência a nossa performance ESG

ISE B3
ICO2 B3
IDIVERSA B3

Participação nos 3 principais índices ESG da B3



Publicação do Inventário completo de GEE (5x selo ouro) e reporte ao CDP Clima



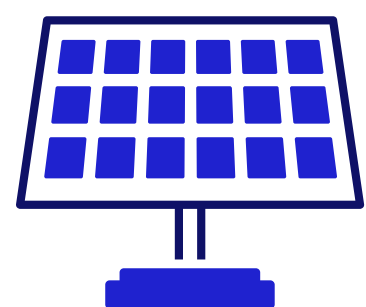
Signatários do Pacto Global e ONU Mulheres



Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável

Sustentabilidade

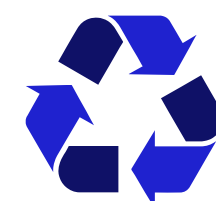
Energia Renovável



94% de energia renovável abastecendo as nossas estruturas, 4% superior à meta de 90% (2025)

- Em um negócio de varejo com mais de mil lojas físicas e centros de distribuição, **energia é um custo relevante**
- Ter uma **matriz energética majoritariamente renovável** traz **eficiência de custo e reduz risco operacional** no longo prazo
- ESG conectado com Opex e redução de risco operacional

Economia Circular



2.713 ton de resíduos destinados à reciclagem



13.275 ton de eletrodomésticos e eletrônicos devolvidos foram recuperados

- Nossa agenda de economia circular está ligada ao modelo de negócio do GCB, **com logística reversa, recuperação de eletrodomésticos e reciclagem de resíduos**
- Além do impacto ambiental, **isso reduz desperdício, melhora eficiência logística e cria novas oportunidades de receita**
- Sustentabilidade também significa **eficiência operacional**

Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável

Sustentabilidade

A participação em índices como **ISE, ICO2 e IDIVERSA B3**, além dos relatórios **GRI, CDP** e inventário de emissões, reforça o nosso nível de **transparência e governança**

Sustentabilidade → faz parte da estratégia da empresa
Energia renovável → reduz custo e risco operacional
Economia circular → reduz desperdício e melhora eficiência
ESG → melhora governança, eficiência e gestão de riscos

Índice e relatos públicos

Instrumentos de gestão que permitem a transparência com diversos stakeholders e foco na melhoria contínua:



Publicação do relatório anual dando transparência a nossa performance ESG

ISE B3
ICO2 B3
IDIVERSA B3

Participação nos 3 principais índices ESG da B3



Publicação do Inventário completo de GEE (5x selo ouro) e reporte ao CDP Clima



Signatários do Pacto Global e ONU Mulheres



Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável

Dupla materialidade

Conectando impacto socioambiental e valor financeiro

Nova abordagem

- Evolução do foco exclusivo em impacto → para **impacto + financeiro**, ampliando a visão estratégica

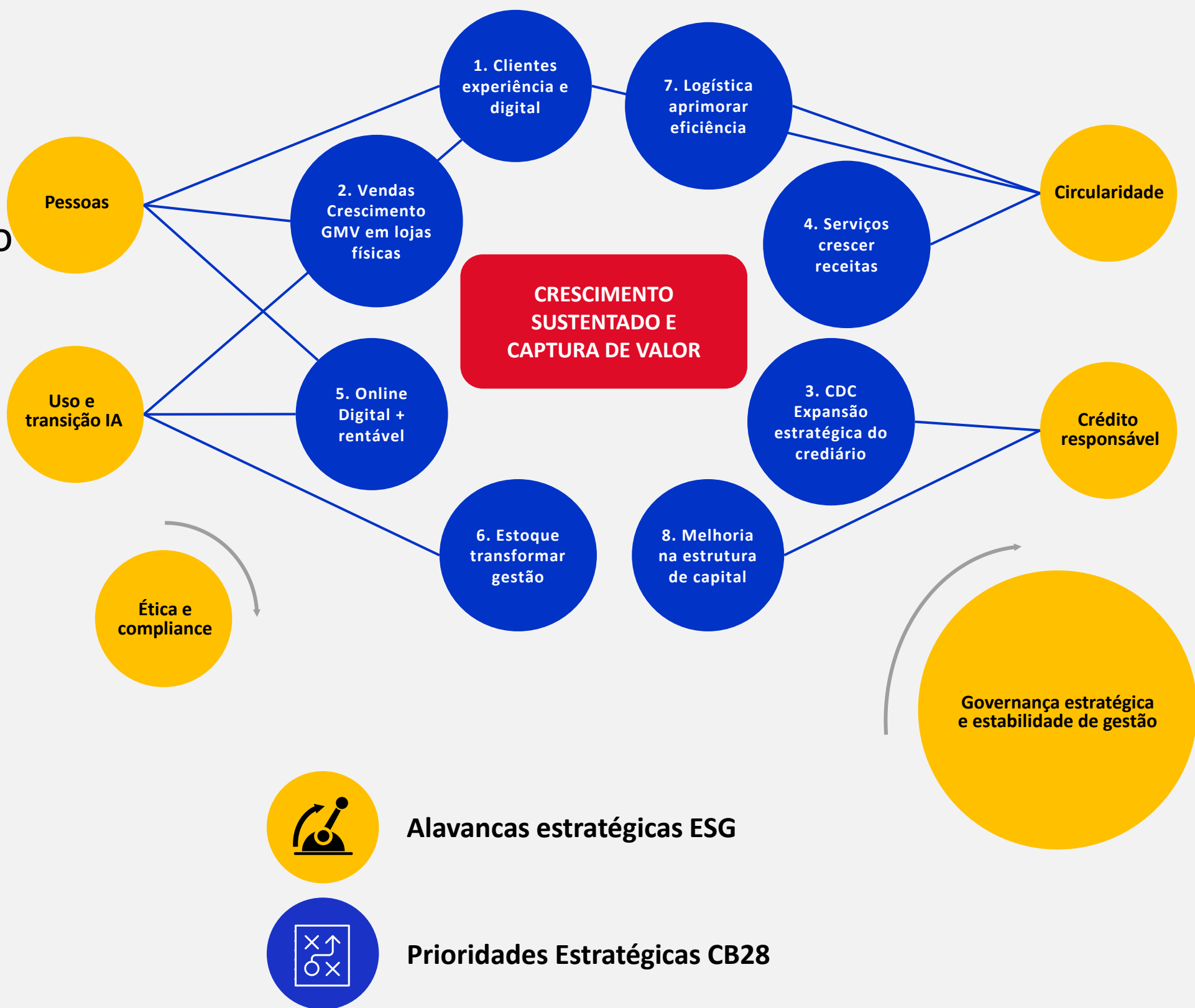
Como construímos

- Escuta ativa de **stakeholders + validação da alta liderança**, garantindo alinhamento com o negócio

O que muda na prática

- **ESG integrado à estratégia de capital e gestão de riscos**
- Organização em 6 alavancas conectadas à Ambição CB28

Alavancas estratégicas ESG	Materialidade 2025
Pessoas	Gestão de Pessoas e DEI
	Saúde e Bem-Estar dos Colaboradores
Crédito Responsável	Acessibilidade financeira
Circularidade	Economia Circular
	Mudanças Climáticas
Uso e transição IA	Inovação e Tecnologia
	Cibersegurança e Privacidade de Dados
Ética e compliance	Ética, Integridade e Compliance



Um Conselho complementar, alinhado à agenda de transformação e criação de valor



Conselho de Administração

- **57%** independentes
- **71%** com experiência internacional
- **100%** com atuação em outros conselhos
- Formação **multidisciplinar**



Experiência executiva / Conhecimentos

1. Estratégia e alocação de capital /Estratégia / M&A | Finanças | Mercados de capitais
2. Transformação e performance | Reestruturação / turnaround | Gestão geral | Disciplina de execução
3. Crescimento e inovação | Tecnologia | Inovação / novos negócios
4. Conhecimento setorial | **Varejo** | **Financeiro** | Indústria



Visões diferentes, agenda comum



Equilíbrio entre apoio estratégico e disciplina



Conselho preparado para a transição do turnaround para a próxima fase de crescimento rentável

A combinação de independência, experiência executiva e repertório em estratégia, varejo, finanças e tecnologia, **fortalece a qualidade das decisões do GCB**

Líderes para a mudança identifica e prepara lideranças para conduzir mudanças bem-sucedidas



Líderes do Futuro



Treinamento Vendas PROVE



Indicador	2023	2024	2025
Horas Treinamento	76k	189k	463k
Vendedores Treinados	19k	21k	11k
Horas médias por vendedor	4 Hrs	9 Hrs	40 Hrs
Conteúdos para vendedor	620	678	3.000
Participações	N/A	N/A	29k

Evolução 2023 → 2025

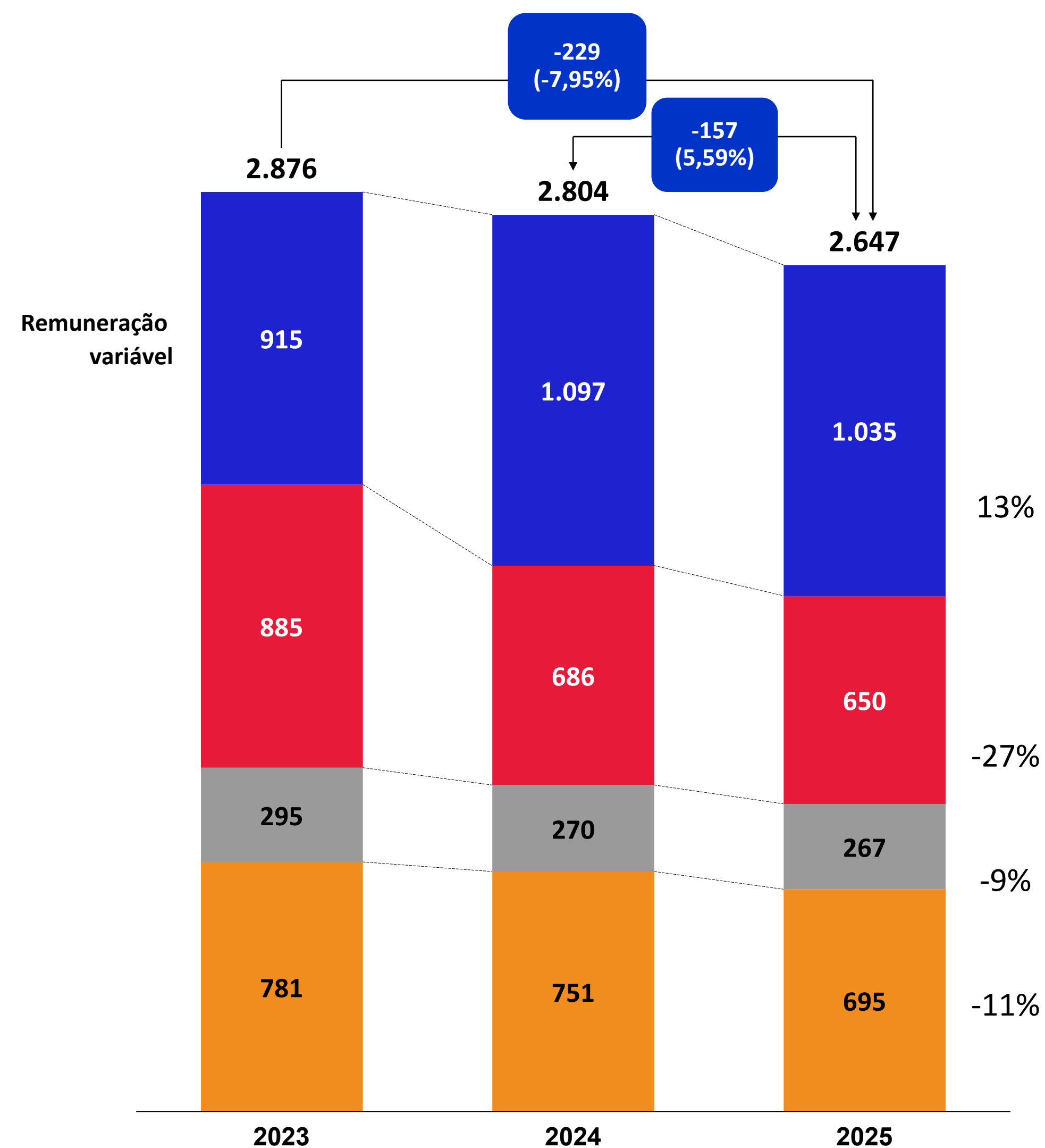
Horas treinamento: 76k → 463k (+509%)
Horas médias/vendedor: 4h → 40h (10x)
Conteúdos: 620 → 3.000 (+384%)

Impacto 2025

2k líderes + 11k vendedores treinados
253 novos líderes | 150 promovidos | 103 contratados

*Vendedor participa em mais de uma ação educacional

Excelência na execução foco na execução com disciplina



* Não considerado a absorção da inflação.

Headcount ativos do GCB em 2023/2025

(Redução de 22% no quadro de HC)

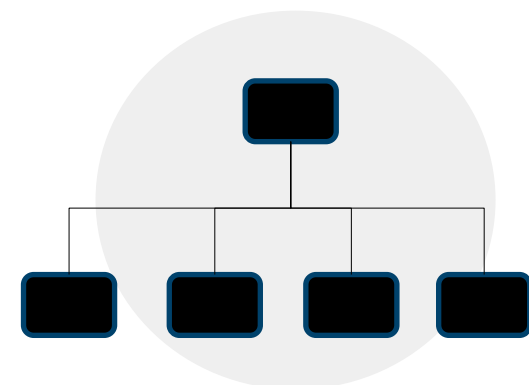
Redução de
R\$ 444 MM / ano

Org Design

Alguns elementos que utilizamos para monitorar a saudabilidade do Desenho Organizacional do grupo:

1

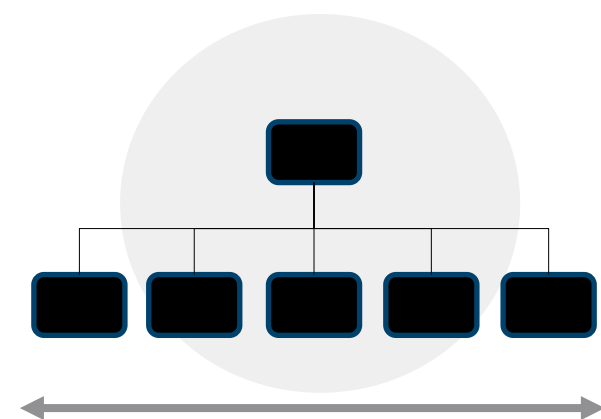
Estrutura Macro



Organização de temas em times, pirâmide e alinhamento com a estratégia do grupo e boas práticas de mercado

2

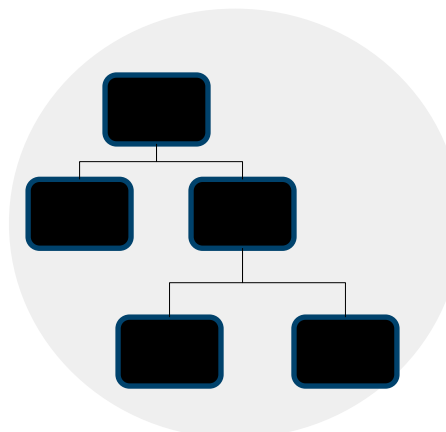
Span of Control



Distribuição do Span entre líderes da estrutura

3

Tótems



Estruturas com líder e liderado com Span baixo (ultra verticalização)

4

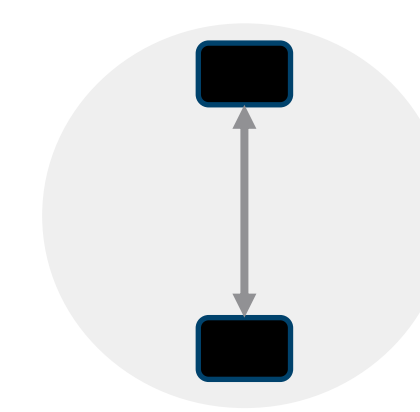
Layers



Quantidade de layers (camadas organizacionais) e oportunidades

5

Distanciamento entre cargos Líder:Liderado



Distância de cargos saudável entre líder e liderado (evitando sobreposição ou subutilização de lideranças)

Não foi só ajuste de estrutura; **foi mobilização de comportamento**

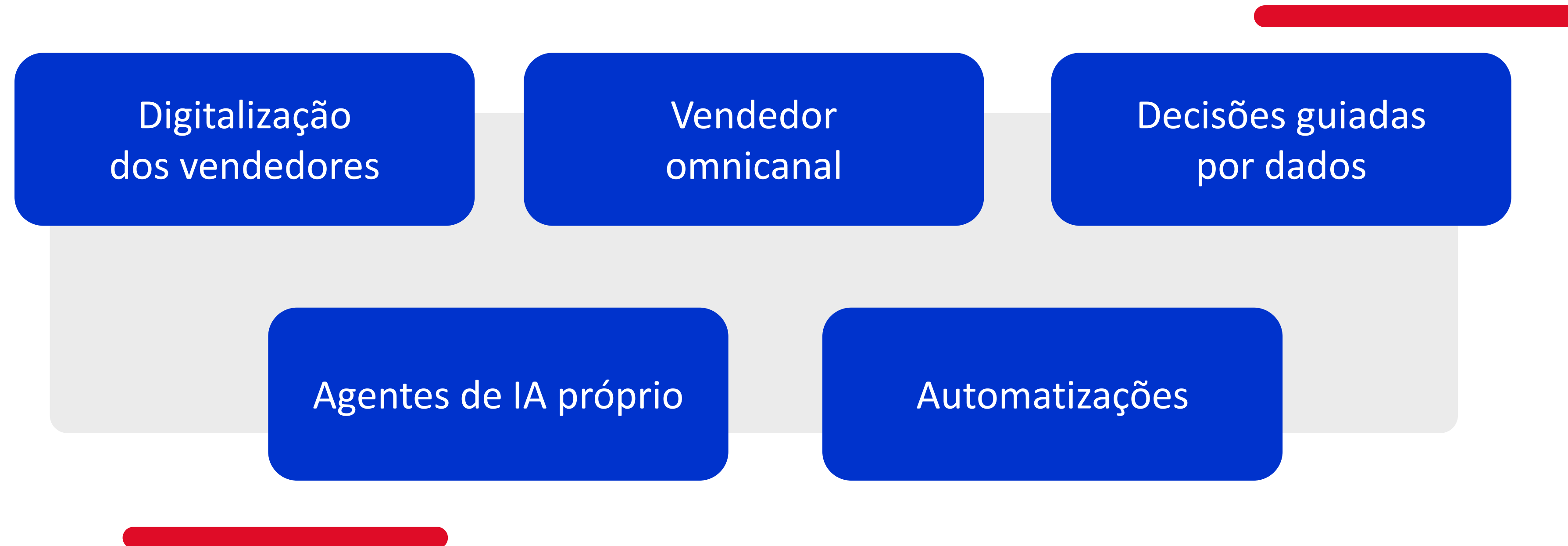
Org Design

Org Design, com foco em ampliar o desempenho dos times e o alcance dos resultados

CASES EXEMPLO		DE	PARA	RESULTADOS
E-COMMERCE		- Time extremamente operacional - Acompanhamento limitado de KPIs - Baixa sinergia com demais áreas da cia	- Criação de time Inteligência de Negócio - Criação de time Analytics & Growth - Revisão da estrutura de performance	- GMV (YoY): +17% - Adcost (YoY): +0,06p.p - Conversão (YoY): + 19,1% - Automação de processos e cultura <i>data-driven</i>, de performance e teste
CRM		- Time extremamente operacional - Focado exclusivo para campanhas e comunicações generalistas	- Novo time de engenheiros de dados; - Novo time de Jornada de Clientes; - Redução do quadro júnior e seniorização da equipe	- GMV (YoY): +22,7% - Participação (YoY): 9,1% > 10,4% - Foco na jornada de compra do cliente e abertura de novos canais de comunicação
PLAN. COMERCIAL, SUPPLY, PRICING, SORTIMENTO		- Time verticalizado com excesso de processos manuais - Falta de clareza de papéis e responsabilidades - Planejamento pouco estratégico - Lentidão e demora na reação	- Revisão de estrutura e aumento do spam para maior agilidade da estrutura e aumento de senioridade e proximidade do executivo em temas críticos (ex.: Pricing e sortimento em layers inferiores) - Implementação de novos KPIs e revisão de processos	- Revisão comprometeu -11% do orçamento da área projetado para 2025 - Melhoria na velocidade de entregas, comunicação e maior adaptabilidade de estrutura

Excelência na execução foco na execução com disciplina

GRUPO CASASBAHIA



Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável

O tom das notícias também mudou para um **cenário mais otimista**



Economia

Casas Bahia reduz dívida em R\$ 3 bi com mudança na estrutura de capital

ESTADÃO conteúdo

São Paulo

03/01/2026 07h49



Deixe seu comentário



Negócios

A Casas Bahia tem um plano para zerar sua dívida



Esporte

Casas Bahia supera bets e banco e compra naming rights do Paulistão 2026

ESTADÃO conteúdo

São Paulo



Deixe seu comentário

exame.

Copa do Mundo será nossa segunda Black Friday, diz CFO da Casas Bahia

Elcio Ito diz que varejista entra em nova fase após reduzir dívida em 75% e aposta em 2026 mais favorável para acelerar recuperação



Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável



-35,4%

despesas
de pessoal
/receita líquida



-66,3%

turnover
voluntário de
cargos críticos

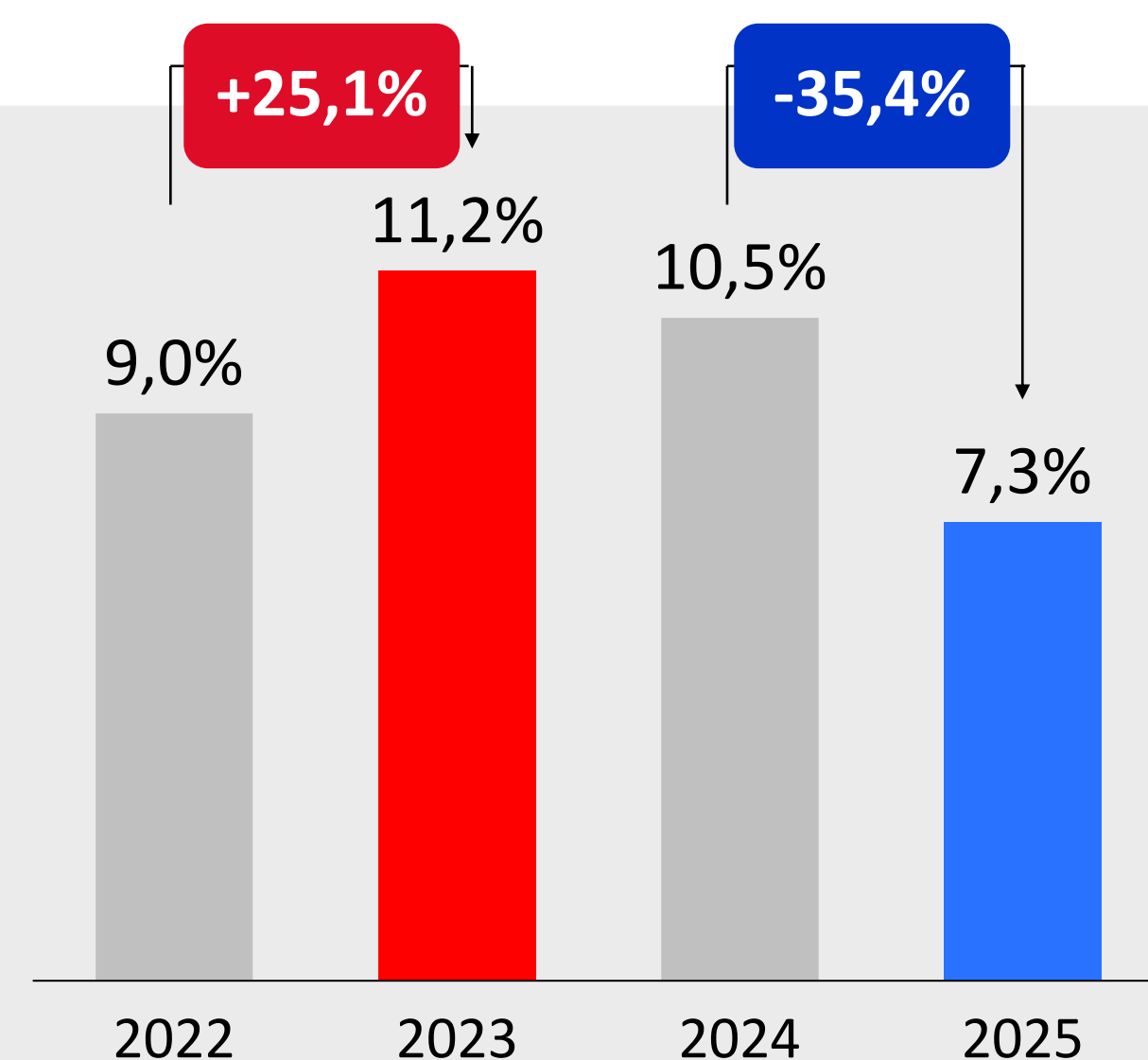


+6 p.p.

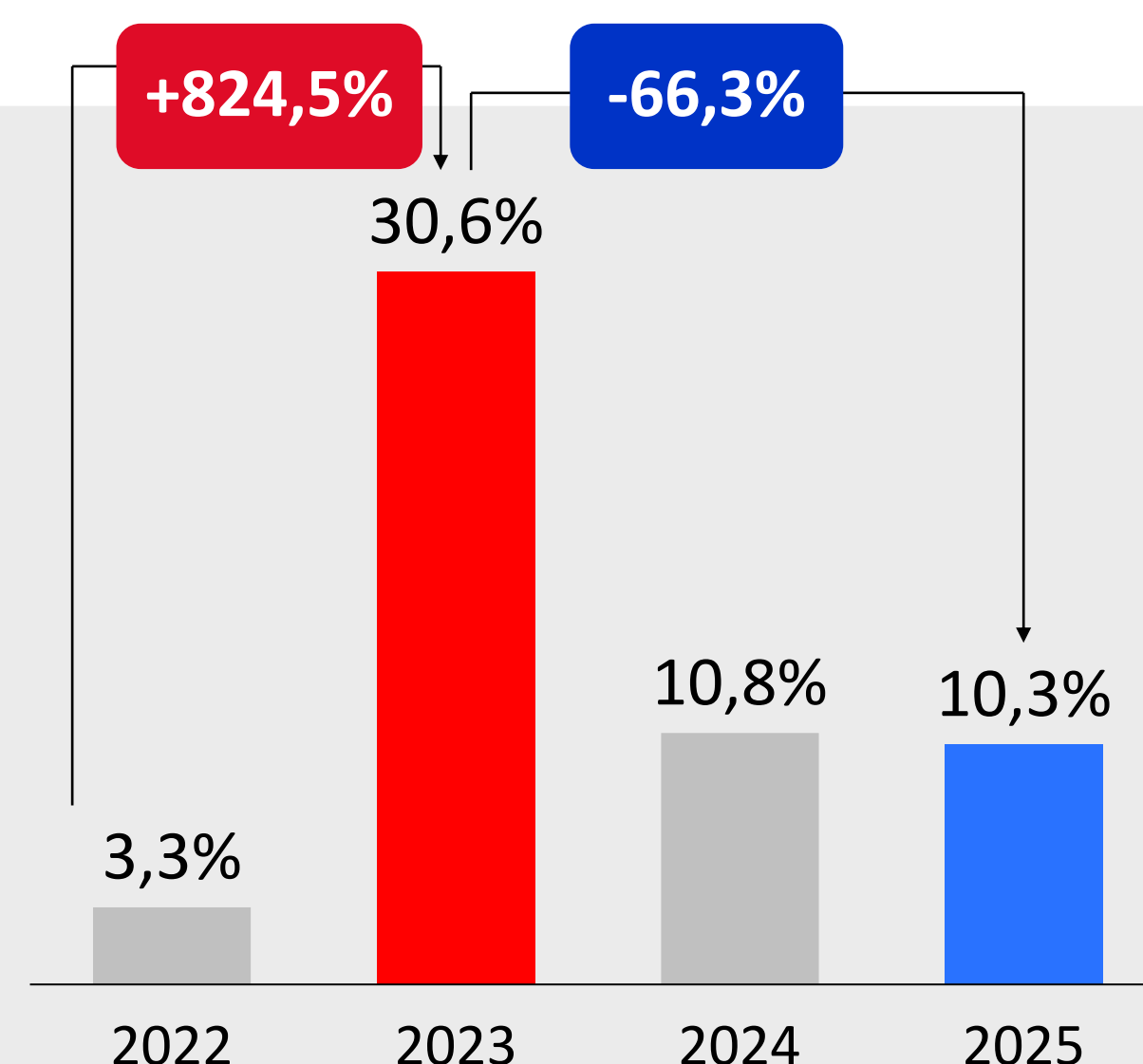
no índice de confiança

2024 e 2025

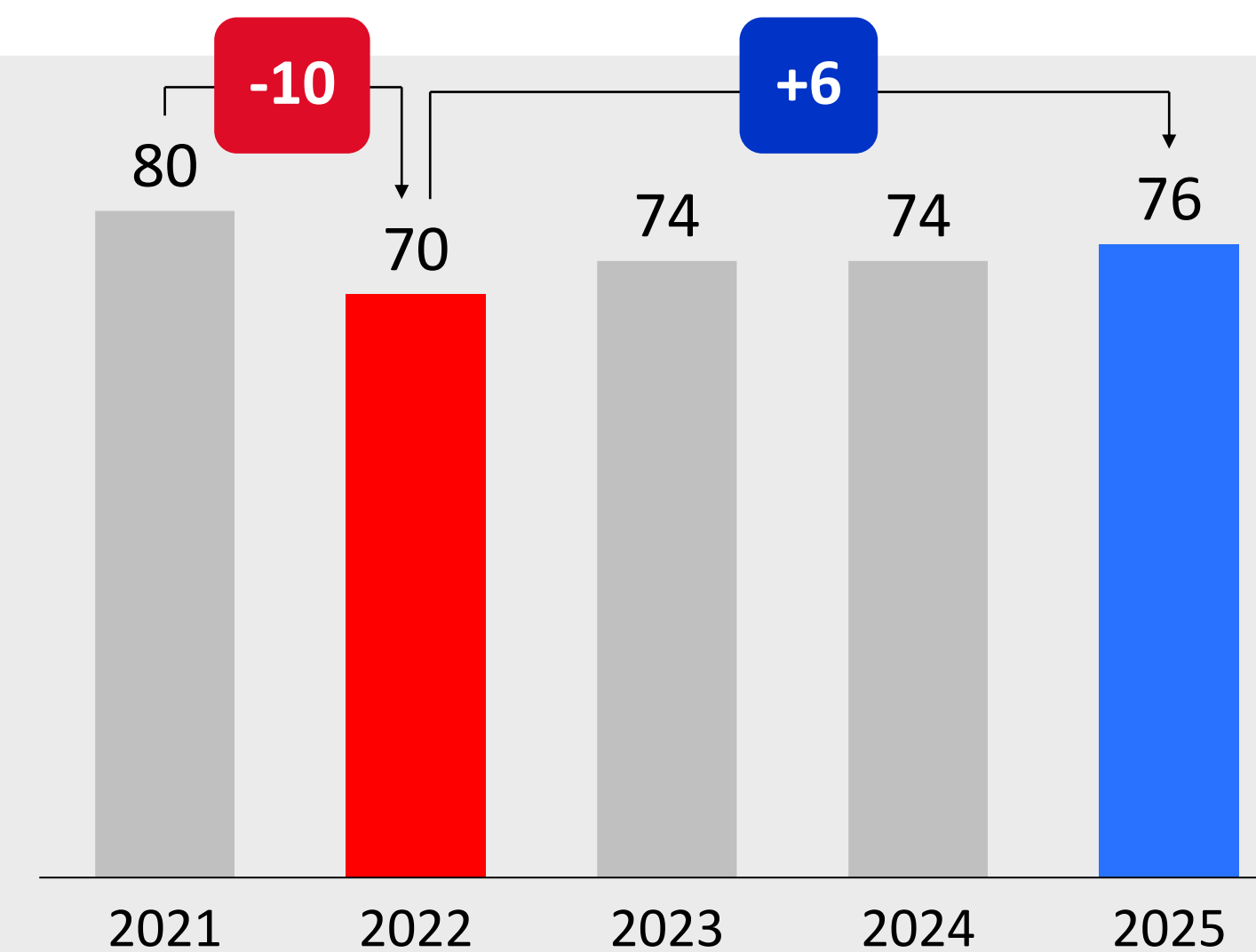
com premiação



*Inclui outras despesas, como exemplo RNO



*Cargos Críticos considera-se diretores e acima



Eficiência organiza a casa; engajamento acelera o crescimento

Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável

O que realmente mudamos?

Metas desdobradas

Formação de líderes e
vendedores

Ciclo de gente
estruturado

Liderança para a
mudança

Cadência de reuniões
de resultados

Cultura de resultado

Org design otimizado

Execução com
disciplina

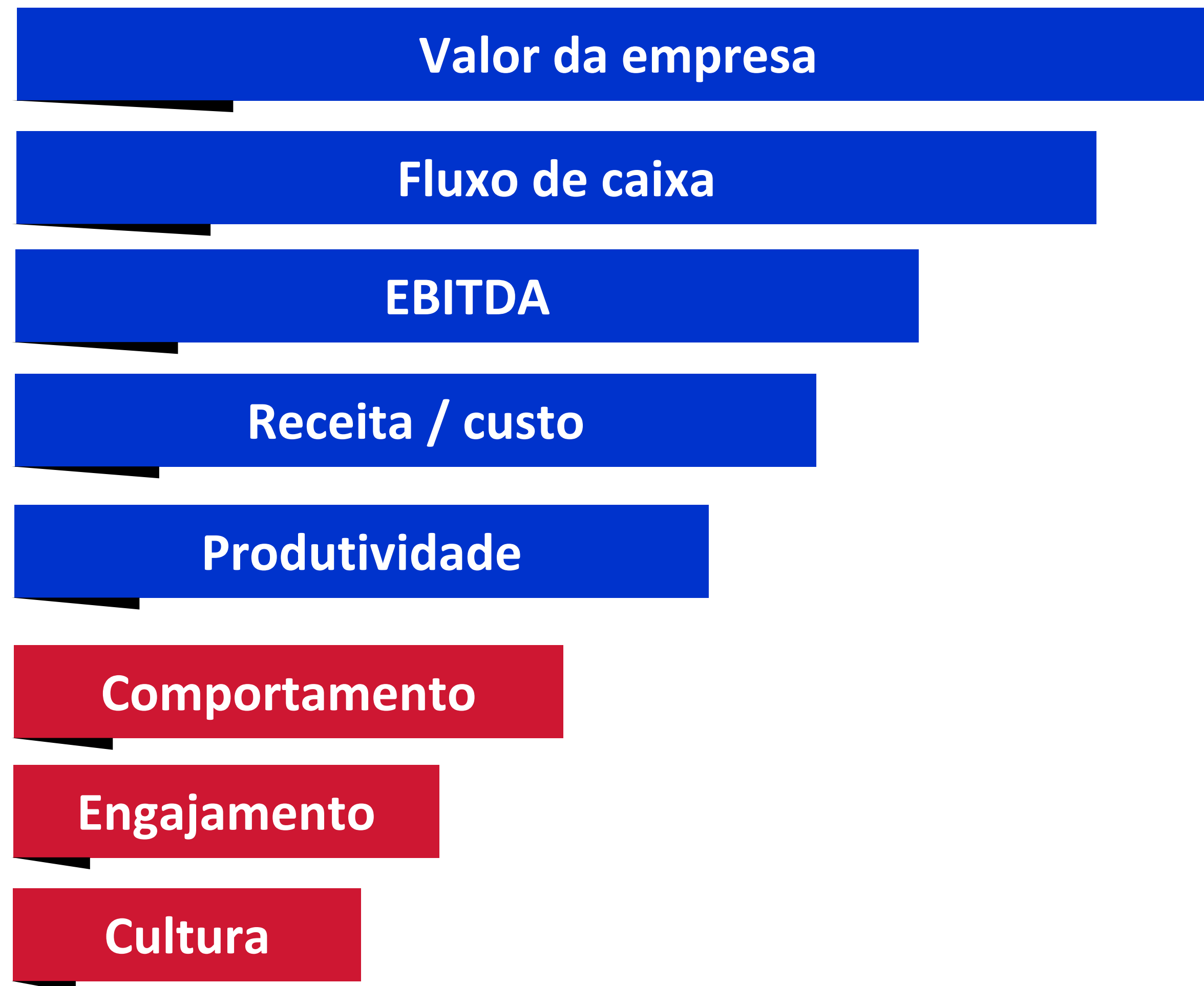
Reduzimos custos estruturais,
simplificamos a organização,
aumentamos produtividade e
agora a Companhia entra em uma
nova fase



Cultura cria o ambiente ideal para a mudança sustentável



Cultura como sistema de execução cria um **modelo de equação de valor**





Estratégia define o caminho

...

Execução define o resultado

...

Cultura define a velocidade!

CULTURA
em **todo** lugar
pra dar o que **FALAR**



Novas alavancas já em movimento



INVESTOR DAY 2026

From turnaround to value creation

GRUPO CASASBAHIA

Novas alavancas
já em movimento

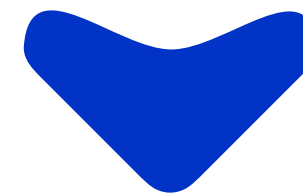
Estrutura de Capital



Da transformação à otimização da estrutura de capital

O balanço agora passa a gerar valor de forma consistente

Nova fase: otimização e captura de valor



**Redução do
custo de capital**

**Otimização do perfil
da dívida**

**Liberação e
monetização de caixa**



Redução estrutural do custo de capital com impacto direto no resultado e caixa

Queda de spreads e otimização do funding reduzem de forma recorrente a despesa financeira

Redução relevante de spreads em diferentes linhas

- Antecipação de cartão de crédito:

~ -1 p.p.

- Antecipação de crediário:

-3,0 a -3,5 p.p.

- Fornecedor convênio:

-4,0 a -5,0 p.p.

Redução estrutural da despesa financeira

- Impacto relevante das dívidas convertidas e renegociadas

- Redução aproximada de

R\$ 600 MM/ano

Sensibilidade positiva à queda da Selic

- Aproximadamente

R\$ 150 MM

de redução a cada 1 p.p.

Nova fase: Otimização do perfil da dívida

Maior previsibilidade,
diversificação e
flexibilidade financeira

Objetivos da otimização do Perfil

1**Alongamento e previsibilidade**

- Extensão dos prazos
- Menor concentração de vencimentos
- Redução do risco de refinanciamento

2**Diversificação de funding**

- Expansão de fontes: bancos, bancos de fomento, mercado de capitais, FIDCs e operações estruturadas
- Diversificação e aumento de credores

3**Flexibilidade financeira**

- Maior acesso a capital
- Melhor poder de negociação
- Base para alocação de capital em crédito (consumidor/fornecedores)

Transição de um balanço pressionado para uma estrutura mais resiliente e flexível

1

FIC: R\$ 266 MM

Já anunciadas

2

Levantamento de Depósitos Judiciais (DIFAL):
R\$ 397 MM

3

Monetização de Créditos Tributários

Iniciativas
adicionais*

4

Sale Leaseback Ativos Mobiliários

5

Balcão de cartão de crédito Pontofrio

6

C-Nova

Alavancas de liberação de caixa e monetização de ativos

Iniciativas já anunciadas e pipeline
adicional em diferentes estágios de
execução



Novas alavancas
já em movimento

Lojas e Logística





Frédéric Gauthier

Vice-Presidente de Operações do Grupo Casas Bahia

Frédéric Gauthier lidera as marcas Casas Bahia e Pontofrio, além das operações de logística do grupo, à frente de uma das maiores plataformas de varejo do Brasil. Com 3 décadas de experiência nas áreas Comercial, Operações e Logística, possui histórico sólido na condução de turnarounds e scale-ups de grande porte.

Liderou estruturas com mais de 30 mil colaboradores e operações superiores a R\$ 24 bilhões em vendas anuais, com foco em disciplina de execução, eficiência operacional e geração de valor. Tem papel central na evolução omnicanal do Grupo Casas Bahia, utilizando a logística e a capilaridade das lojas como alavancas de eficiência e crescimento.

Foi pioneiro nos conceitos de Non Food e Store in Store no Brasil, além de desenvolver parcerias estratégicas que ampliam receitas e fortalecem o ecossistema de negócios. Tendo atuado em empresas como Grupo Carrefour, GPA e Telhanorte.

Graduado em Comércio Internacional na França, possui MBA em Marketing Digital.

in





Escala da operação | Uma plataforma nacional de varejo e logística



1.042 LOJAS

Capilaridade nacional e proximidade com o cliente



23 ESTADOS

532 CIDADES

De 40K a +1M habitantes



**24 CENTROS DE
DISTRIBUIÇÃO**

Infraestrutura logística integrada

+1M m2 de armazenagem

+7M itens/mês movimentados nos CDs

+3,5M itens/mês entregues





Produtividade que escala | Mais produtividade por m²



PARQUE DE LOJAS REORGANIZADO

45% redução de lojas deficitárias
90 lojas fechadas desde 2023
Otimização do mix rua vs. shopping



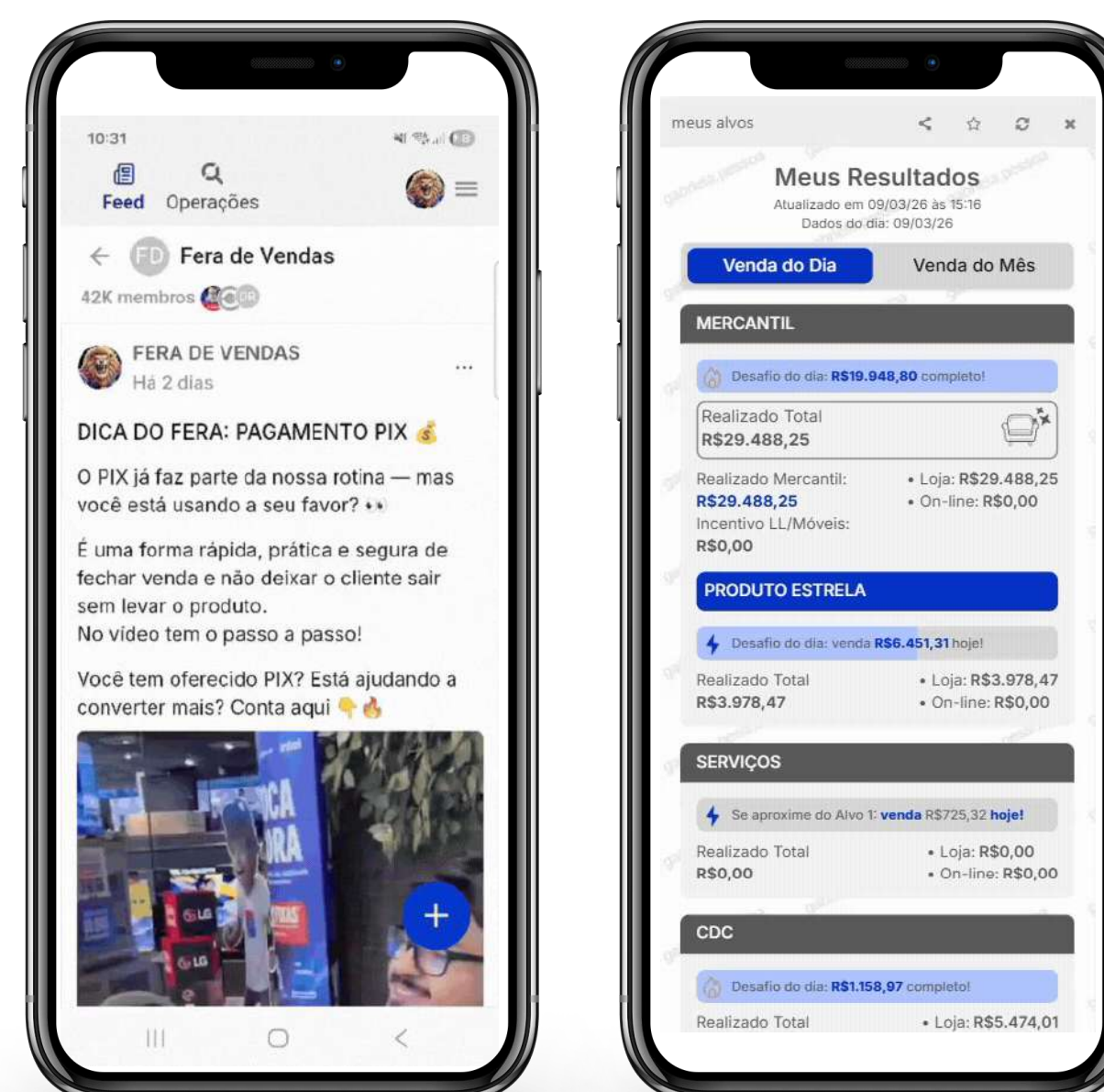
DIGITALIZAÇÃO DOS VENDEDORES

+6% vendas
+9% receita CDC
+12% receita serviços
+30% venda por vendedor
+10% venda por m²



GANHO DE EFICIÊNCIA NOS CDS

+6% produtividade nos CDs
+27% em eficiência capturada
~100K m² sublocados/devolvidos





Omnicanalidade e tecnologia como motores de crescimento

Operando com Inteligência de dados



LOJAS COMO HUB LOGÍSTICO

+250 lojas (last mile)
100% lojas como retirada (ship from store)
25% transações e-commerce



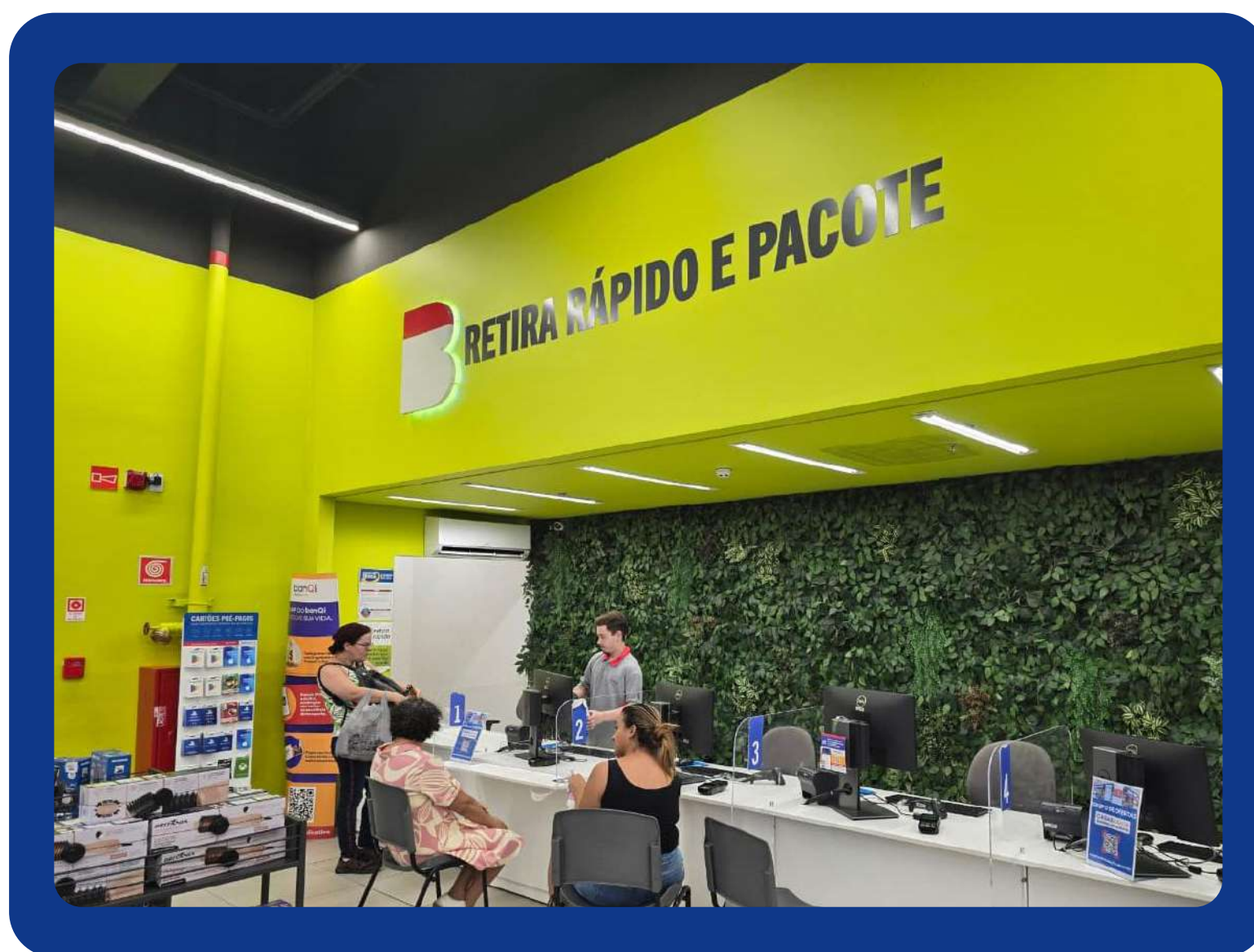
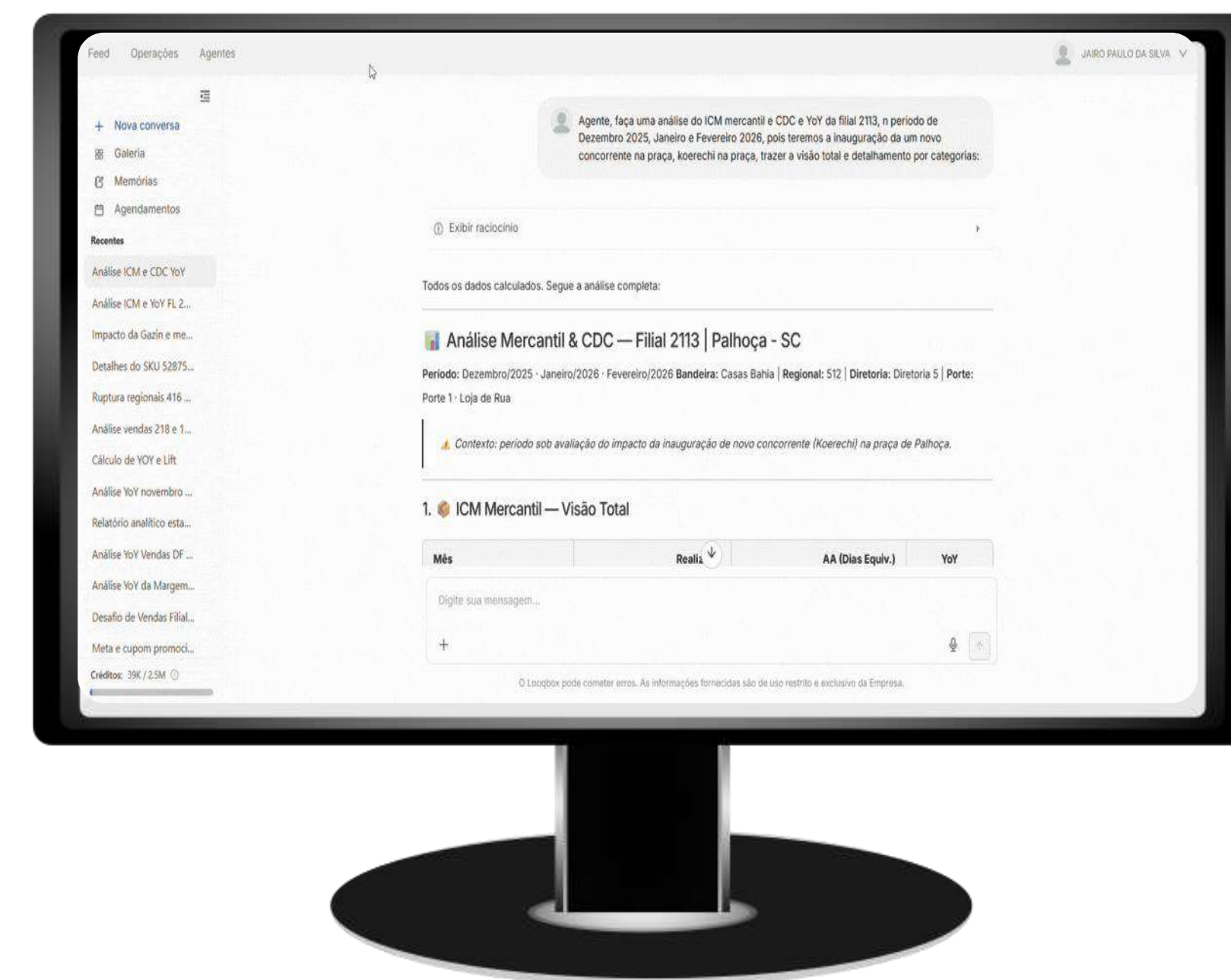
VENDEDOR OMNISCANAL

+30M Leads enviadas
+800M receita gerada



DECISÕES GUIADAS POR DADOS

+7,4B Tokens processados
Agente IA próprio



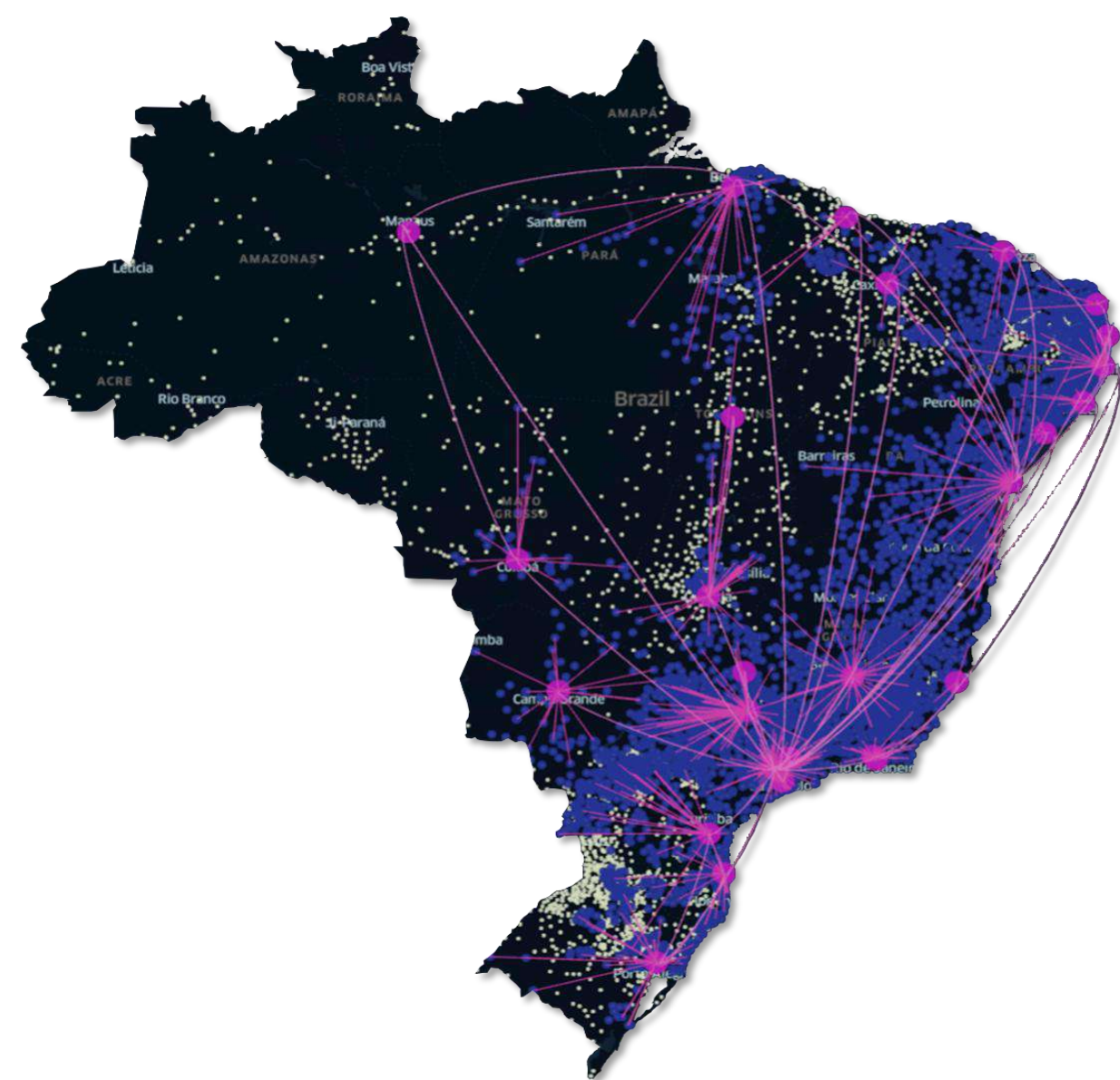


Logística como vantagem competitiva
Presença nacional e plataforma própria



PRESENÇA NACIONAL

100% das cidades
112 polos transportador
67% volume em itens pesados
+4K caminhões/dia



CB FULL, PLATAFORMA “AS A SERVICE”

Transporte
Fulfillment e Fullcommerce
Tecnologia
+400 clientes (3P/1P/Mar aberto)
+50 mil entregas/dia

CB full



Expansão estruturada Crescimento com método, dados e disciplina

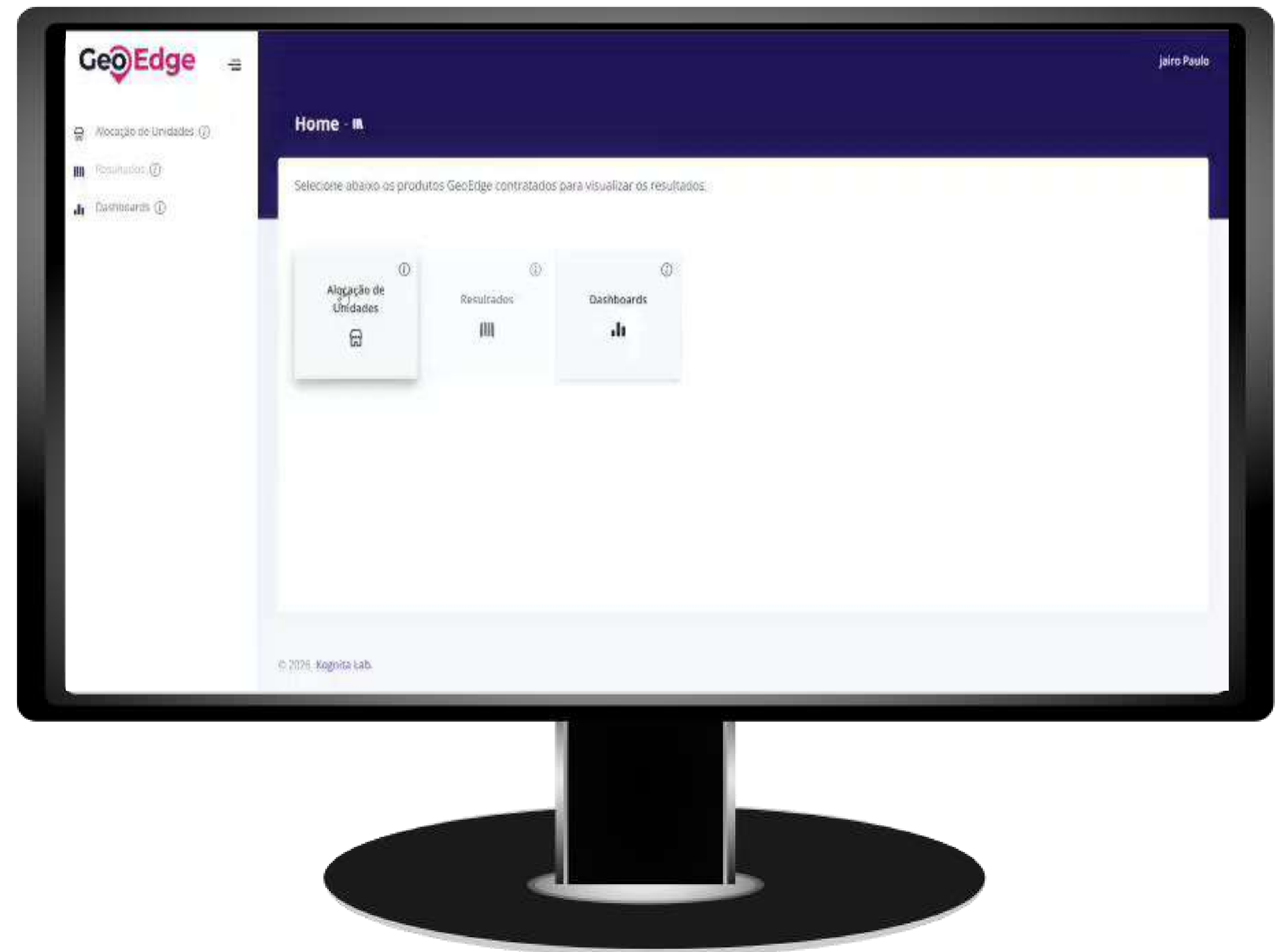
Metodologia:

- Perfil população (renda e crédito)
- Perfil econômico da região
- Polos geradores de Fluxo
- Cruza com Modelo de loja “vencedor”
- Localização de pontos comerciais
- Projeção de Faturamento e Participação CDC

Regiões mapeadas

140 municípios com potencial

52 priorizados





Disciplina Operacional | Crescimento escalável

GRUPO **CASASBAHIA**

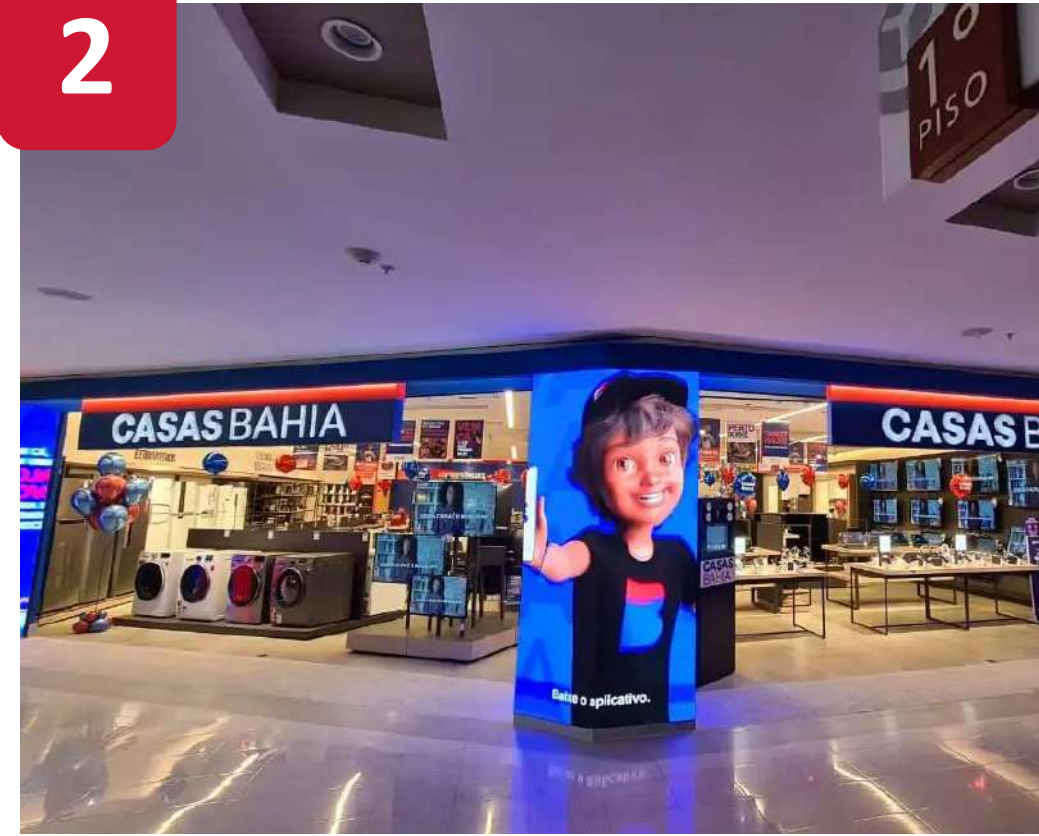
1



Operação mais eficiente

- Reorganização do parque de lojas
- Redução estrutural de unidades deficitárias
- Gestão operacional digitalizada com IA

2



Loja como hub estratégico

- Integra vendas, crédito e logística
- Expansão dos mini-hubs logísticos
- Melhor experiência omnichannel

3



Plataforma logística escalável

- Redesenho da malha logística
- Eficiência operacional capturada
- CB Full como nova vertical de crescimento

“Uma operação mais eficiente.
Uma estratégia clara.
Uma empresa pronta para crescer.”



Novas alavancas
já em movimento

Marketing





Gustavo Pimenta

Diretor Executivo de Digital, Comercial e Marketing do Grupo Casas Bahia

Gustavo é Diretor Executivo Comercial, Digital e de Marketing do Grupo Casas Bahia, responsável pela estratégia comercial da companhia, incluindo a gestão completa de compras junto às indústrias, definição de sortimento, negociação com fornecedores e liderança dos resultados de vendas e rentabilidade em todos os canais.

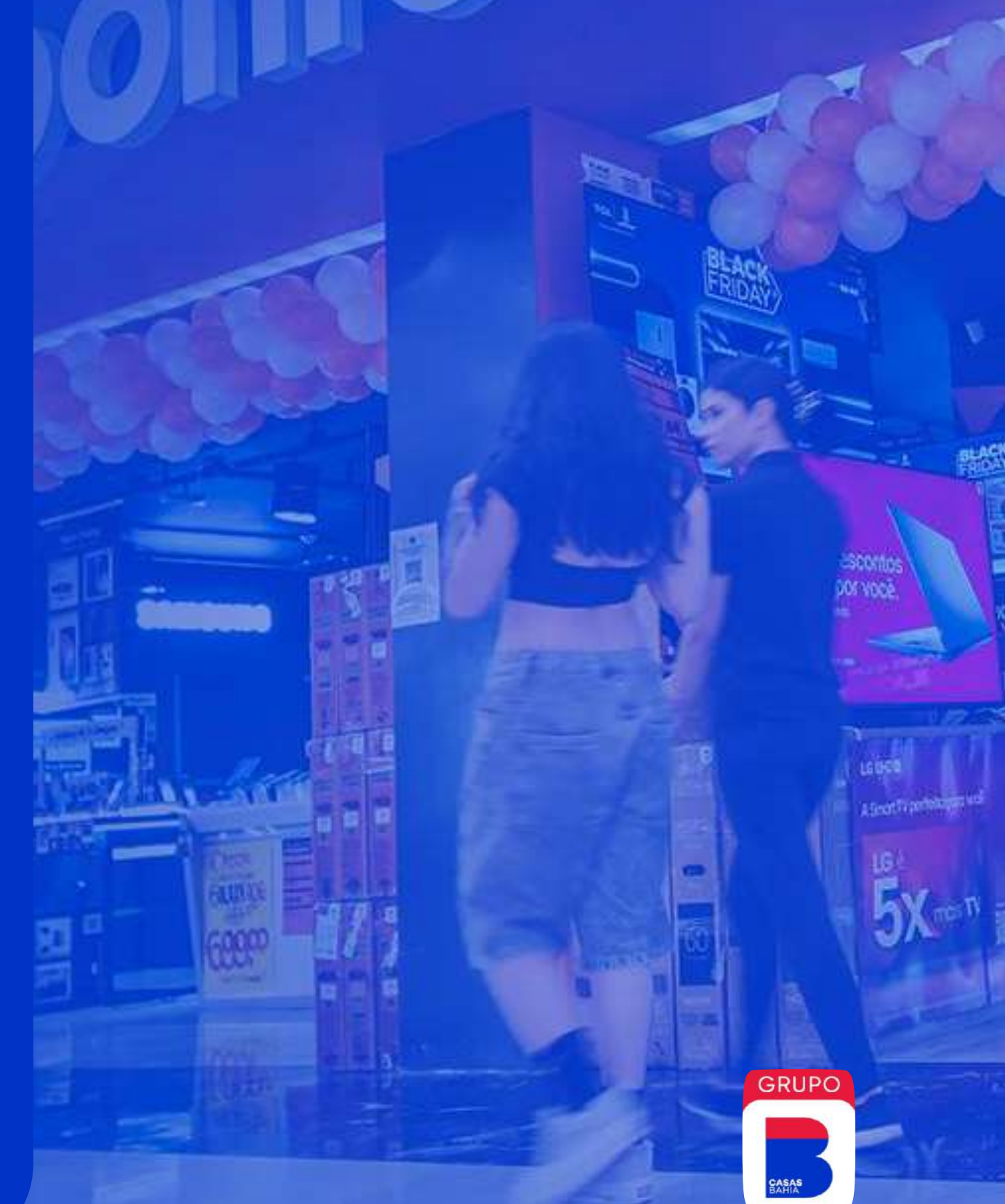
No digital, é responsável por todos os canais de e-commerce, incluindo B2C, B2B, Marketplace e todas as parcerias estratégicas, além da gestão de operações, garantindo crescimento com eficiência e escala.

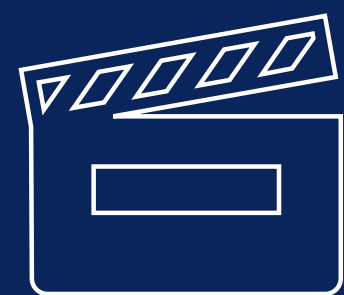
Também lidera as áreas de Marketing, Branding, Performance, CRM e Retail Media, com foco na construção de marca, crescimento sustentável e excelência na experiência omnichannel.

Com mais de 15 anos de carreira, sendo mais de 12 dedicados ao varejo, tendo atuado em empresas como: Ágora CTVM, Banco Modal, Americanas e Grupo Carrefour Brasil.

Gustavo é formado em Economia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, possui MBA Executivo em Gestão Estratégica e Econômica de Negócios pela Fundação Getulio Vargas e formação executiva pela Harvard Business School, cursando o General Management Program/2026.

in





Vídeo

Marketing

INVESTOR DAY 2026
From turnaround to value creation

GRUPO CASASBAHIA

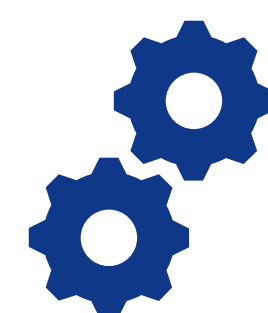
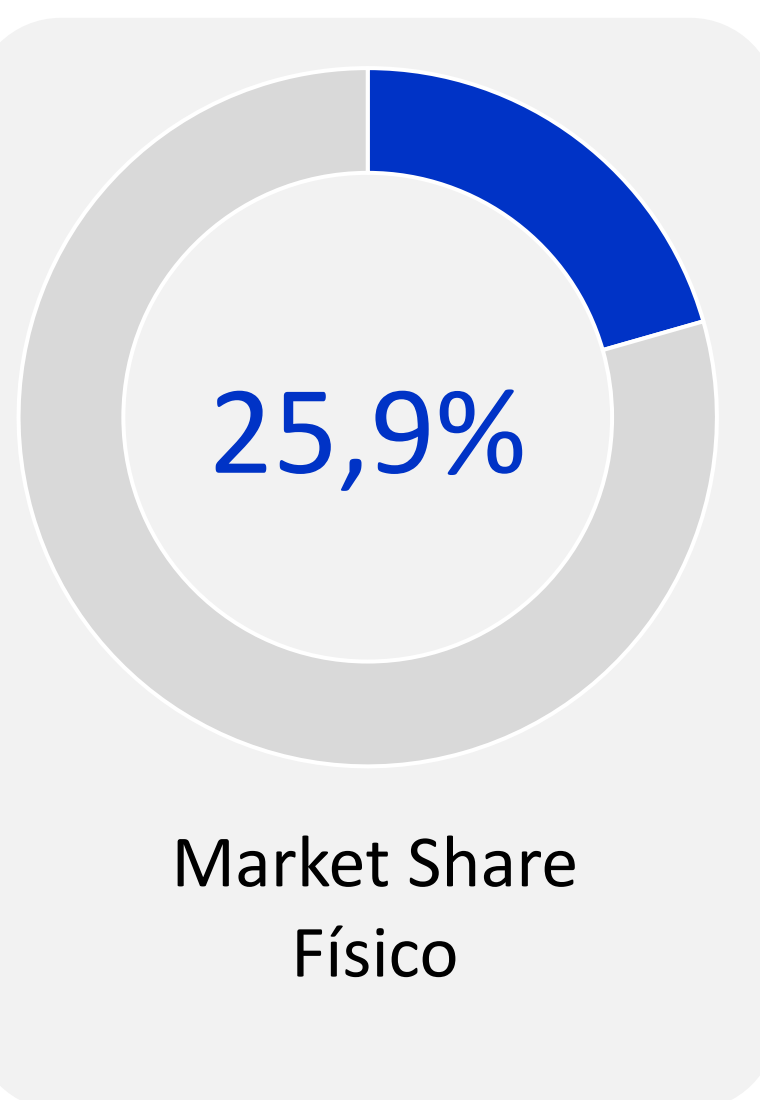




Liderança Incontestável | A Escala que Impulsiona o Omnicanal de Eletroeletrônicos e Móveis

GRUPO **CASASBAHIA**

Com 25,9% de market share nas lojas físicas, nossa integração entre canais e disciplina comercial nos consolidam como o principal destino de eletroeletrônicos e móveis do Brasil



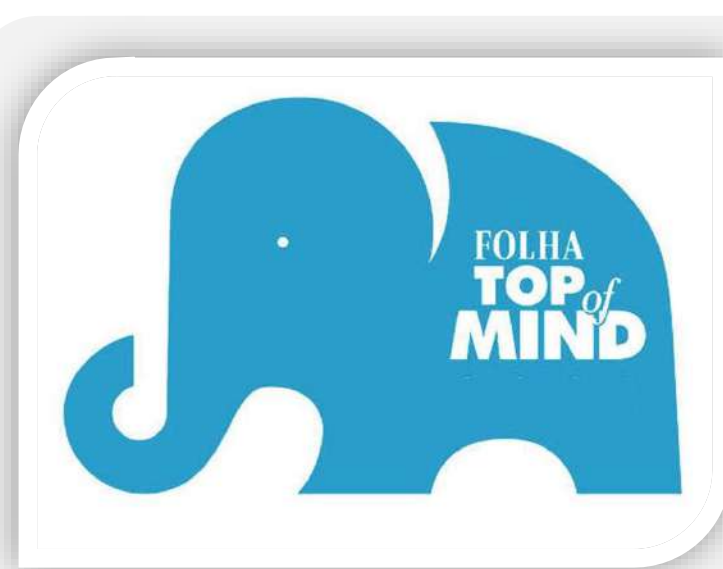
Disciplina de Alocação de Capital

Modelo focado em máxima eficiência de estoque e gestão unificada de canais



O Motor do Crédito

Diferencial estratégico exclusivo. Amplia o acesso, sustenta a conversão e reforça o fluxo das lojas físicas



20x

Evolução da preferência da marca

6% para 10%

no último ano



Liderança no Core (1P)

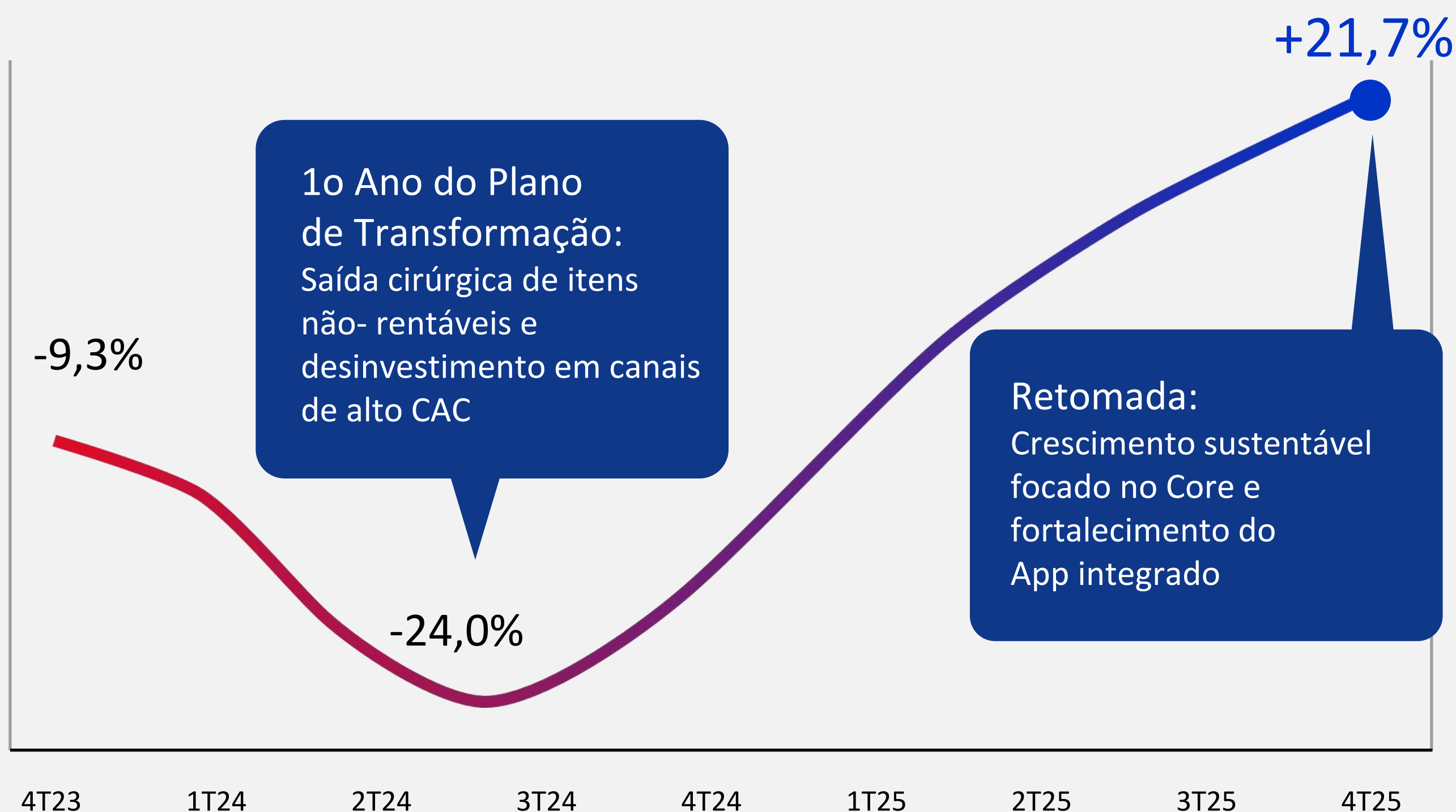
Foco absoluto e proteção de margem nas categorias: Telefonia, Linha Branca, TVs, Móveis e Informática



Aceleração Digital | Retomada de Market Share com Eficiência

GRUPO CASASBAHIA

Com o e-commerce voltando a acelerar (+22%) e impulsionado por eficiência em marketing (IA/Dados), o digital consolida-se como uma grande avenida de expansão



13,7% Market Share Online



-50%

Custo de Campanhas

Implementação massiva de IA e inteligência de dados nos ofertas

+30%

Eficiência em Mídia

Otimização gerando alcance orgânico e pago de 130 Milhões de pessoas/mês

1
Milhão+

Clientes no Zap Bahia

Canal conversacional integrado com IA como esteira direta de alta conversão



Maior Seller dentro do Mercado Livre

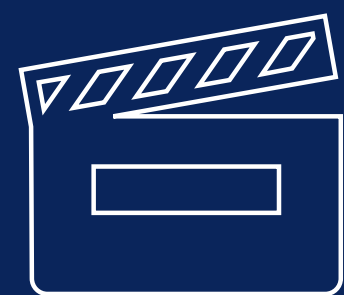
Expansão estratégica e liderança na plataforma



Novas alavancas
já em movimento

Ecommerce e Estratégia Comercial





Vídeo

Comercial

INVESTOR DAY 2026
From turnaround to value creation

GRUPO CASASBAHIA





Conclusão e Direcionamento Estratégico

Escala Comercial



Escala comercial como alavanca central de crescimento, combinada com forte disciplina de alocação de capital e eficiência na integração dos canais (físico + digital)

Crescimento Ecommerce



Crescimento do e-commerce com margem de contribuição positiva, contribuindo diretamente para diluição de SG&A

Crediário



Aumento da escala impulsionando o crescimento das lojas físicas, especialmente via crediário

Novos Fornecedores



Entrada de novos fornecedores relevantes, promovendo desconcentração da base, aumento da competitividade e aceleração das categorias core

Eficiência de Estoque



Eficiência de estoque como diferencial competitivo: vender mais com menos capital empregado e melhora de mix de fornecedores, aumentando prazo médio de pagamento

Parceria estratégica | Casas Bahia e Amazon

GRUPO **CASASBAHIA**

Nosso sortimento dentro da plataforma da Amazon!

Esta aliança consolida nossa posição como maior player 1P omnicanal do Brasil, expandindo nosso alcance e reforçando nossa presença digital

Acesso a milhões de novos clientes Amazon

Integração logística e operacional eficiente

Crescimento acelerado e fortalecimento da marca





Novas alavancas
já em movimento

Tecnologia





Filipe Jaske

CTO do Grupo Casas Bahia

Filipe lidera a transformação tecnológica do Grupo Casas Bahia, construindo uma plataforma que conecta canais de vendas, logística e serviços financeiros em um ecossistema integrado.

Sua atuação combina dados, inteligência artificial e modernização tecnológica para aumentar conversão, produtividade e eficiência operacional em escala, por meio da atuação de mais de 100 squads e uma equipe de mais de 1100 profissionais.

Com experiência em tecnologia, arquitetura e cloud, atuou anteriormente na Natura e ocupou posições de liderança no próprio grupo.

É formado em Ciência da Computação pela UNESP, possui MBA em Gestão Empresarial pela FGV e completou o programa XBA - Exponential Business Administration na StartSe.

in



Conectada a múltiplos canais



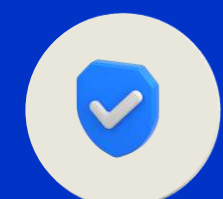
Catálogo



Cliente



Soluções Financeiras



Serviços



Logística

Plataforma Integrada



WEB



APP



LOJAS



WhatsApp



AI-Driven Capabilities

→ Vendedores: Bah.IA

→ CB Recomenda

→ IA Conversacional

→ Enriquecimento de catálogo, categorização e otimização de imagens e ambientações de produto

→ CRM e Fidelização

→ Pricing e Logística inteligente



Livelo



Nubank



C6



Inter



Carrefour



Mercado Livre



Amazon

PARCEIROS

IA que vende e apoia

Lançamos o canal de vendas via **WhatsApp** e o **CB Recomenda**, uma experiência conversacional com **IA generativa** que permite ao cliente **navegar, comparar e comprar de forma simples**.

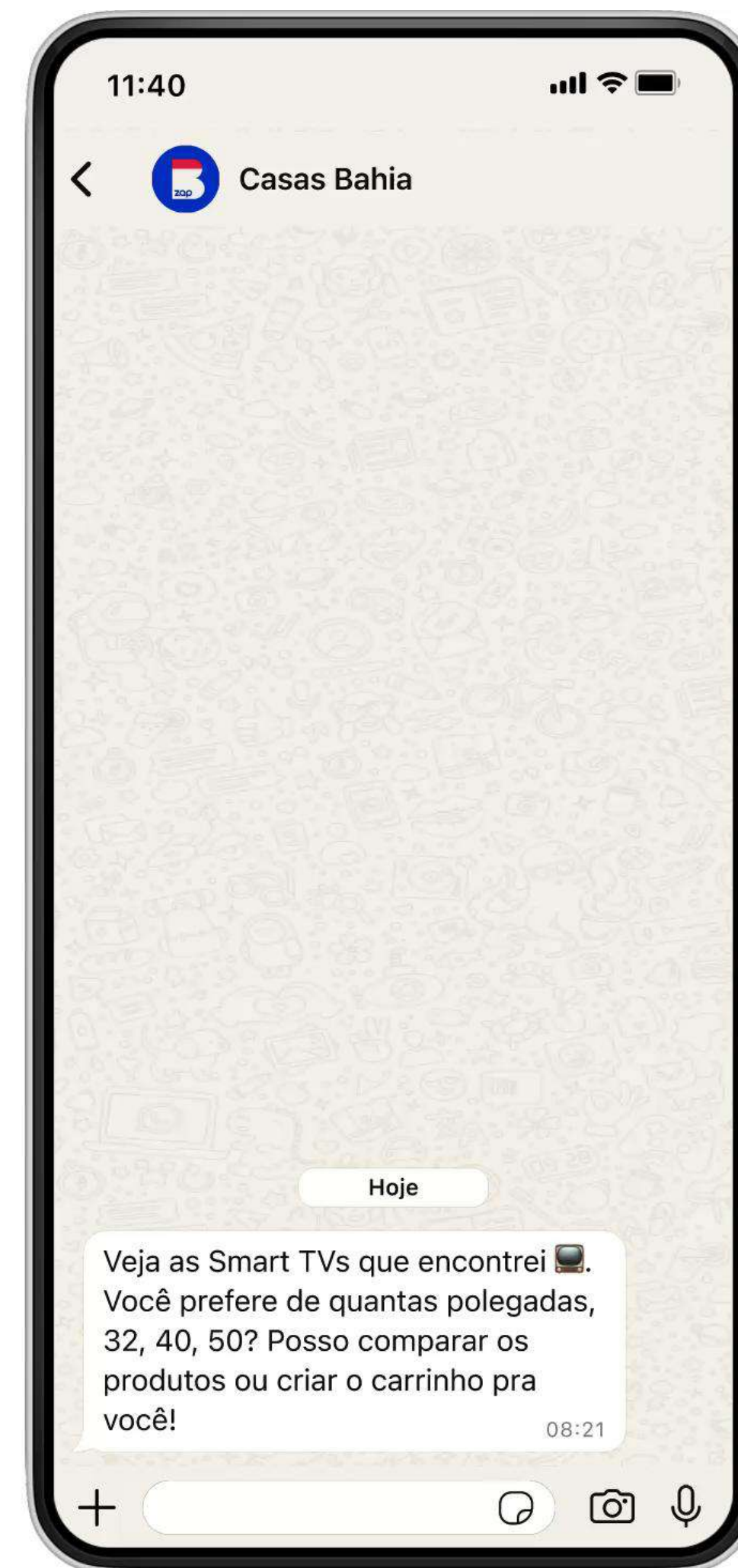
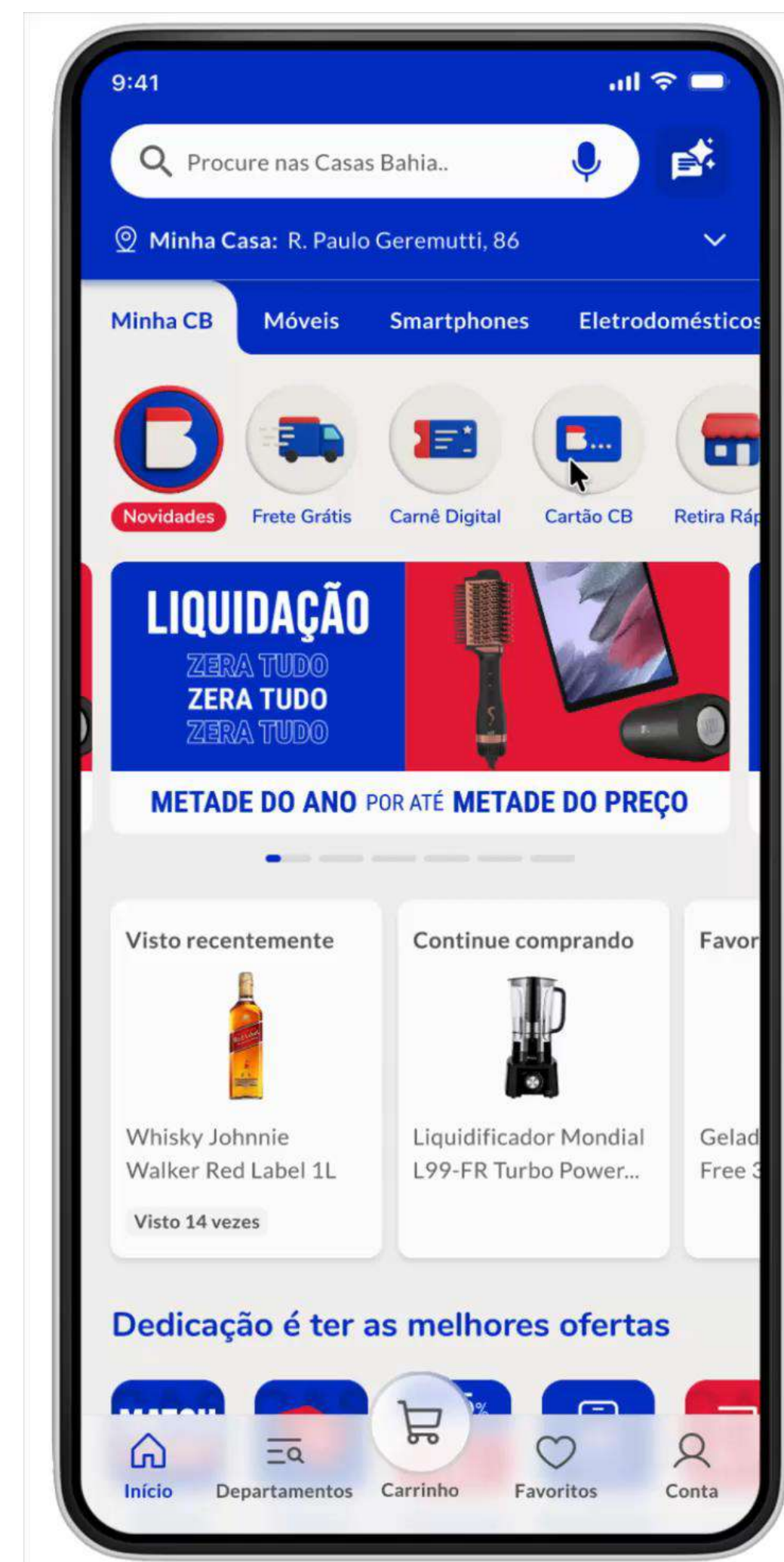
Também contamos com o **Bah.IA**, uma ferramenta de IA que apoia os vendedores com dúvidas sobre produtos e serviços, garantindo um atendimento mais ágil e eficiente.

+70B
de Tokens / mês

2x
mais conversão
em vendas



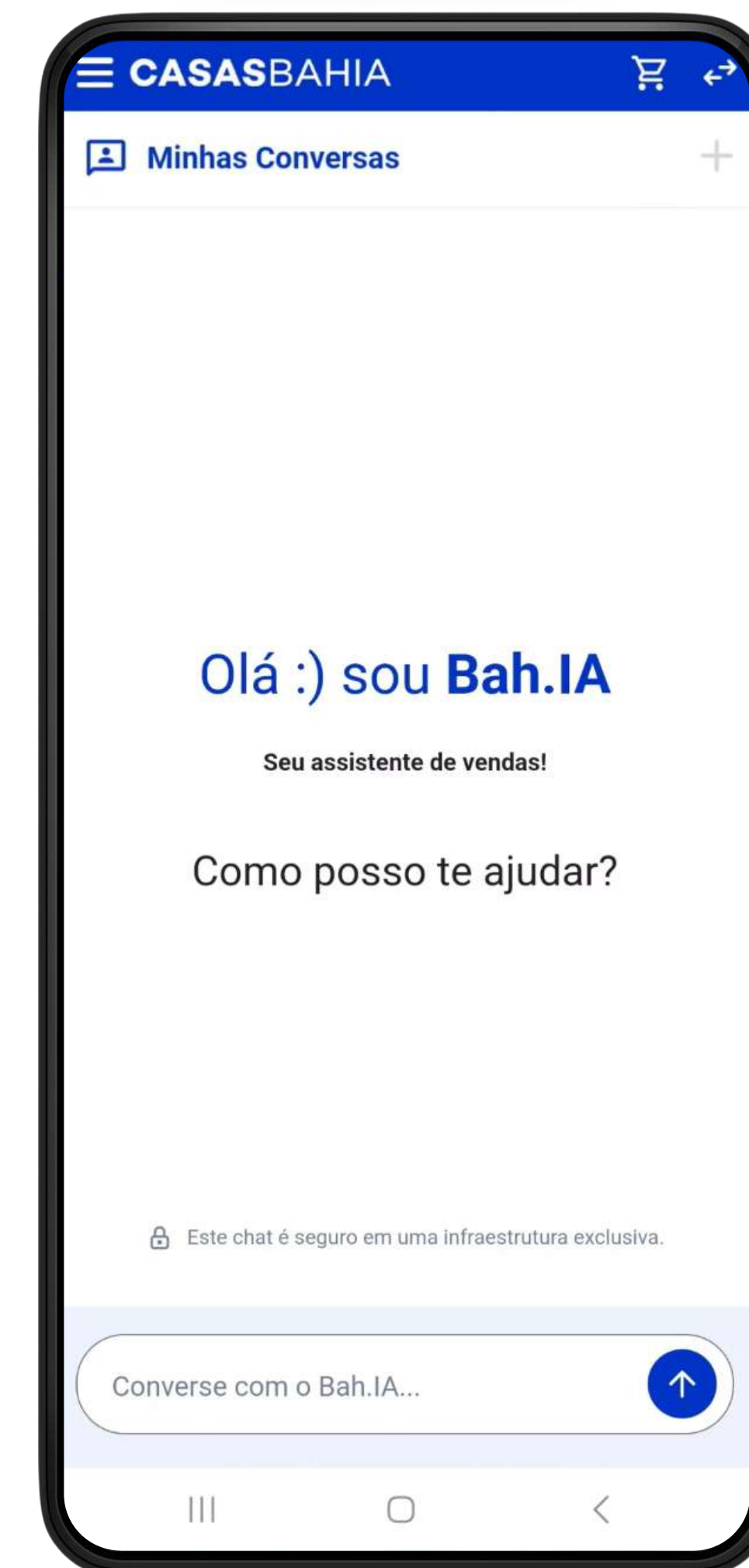
CB Recomenda



+1M de clientes
no WhatsApp

GRUPO **CASASBAHIA**

Bah.IA



Evolução na experiência

Catálogo estruturado

- Enriquecimento de atributos
- Semântica
- Categorização
- Otimização de imagens



+70M

SKU's ativos



+300Mil

Novos produtos cadastrados por dia

Motor de Busca com IA

IA Preditiva

- Antecipa intenções com base no comportamento e histórico
- Ordena resultados para maior relevância e conversão

IA Generativa

- Interpreta consultas e contexto do cliente
- Sugere e refina resultados de forma dinâmica



58%

Conversão de clientes a partir da busca

Personalização e Recomendação baseado no comportamento



3Bi

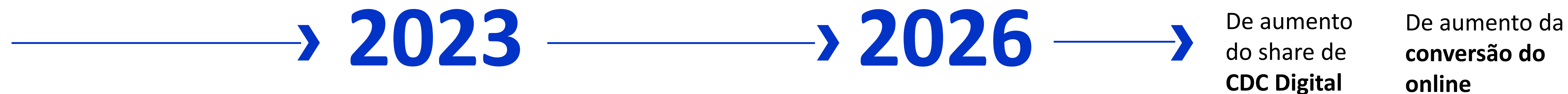
GMV em recomendações



+20%

Aumento de conversão de CRM

Evolução na experiência



Descoberta e Conversão

- Busca textual tradicional
- Baixa personalização
- Jornada longa e fragmentada

- **Busca inteligente IA**
- Resultados personalizados por intenção
- Jornada contínua e simplificada

Crédito como alavanca estratégica

- **CDC complexo (≈ 20 cliques)**
- Baixa compreensão do cliente
- Crédito visto como barreira

- **CDC simplificado (2 cliques)**
- Simulação clara e em tempo real
- Crédito personalizado e instantâneo com pré-análise automática

Pagamento e Finalização

- **Pagamentos tradicionais**
- PIX dependendo do app do banco
- Modalidade única de pagamento

- **Carteiras digitais ampliadas (Google Pay, NuPay, Livelio)**
- PIX com biometria
- Split de pagamento

Omnicanalidade de Verdade

- **Loja física e digital desconectadas**
- Experiência inconsistente entre canais

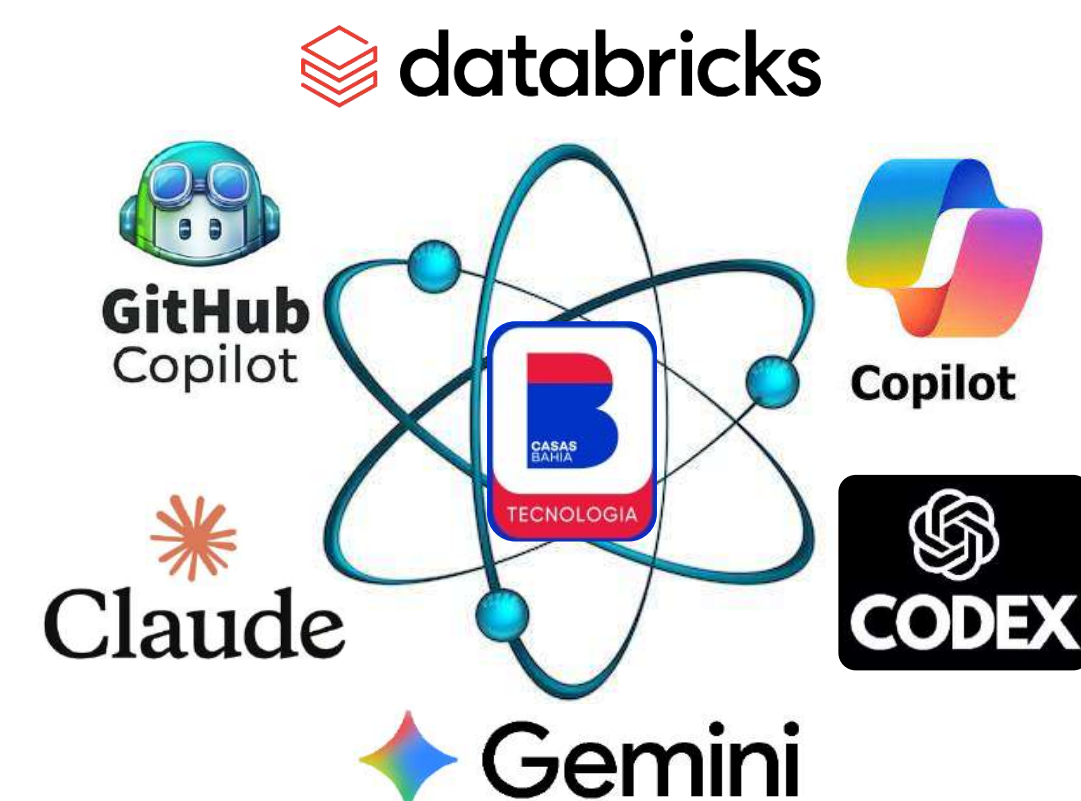
- **Jornada contínua entre app, web, Whatsapp e loja**
- Vendedor com visão 360º do cliente
- Crédito, pagamento e histórico integrados

Inovação em Escala: Pessoas, Tecnologia, Dados e Inteligência Artificial

Equipe

1K profissionais próprios

- +de 200 profissionais de fábricas especializadas
- 7 Jornadas e 120 Squads



+55%

Aumento de produtividade no desenvolvimento em 2025

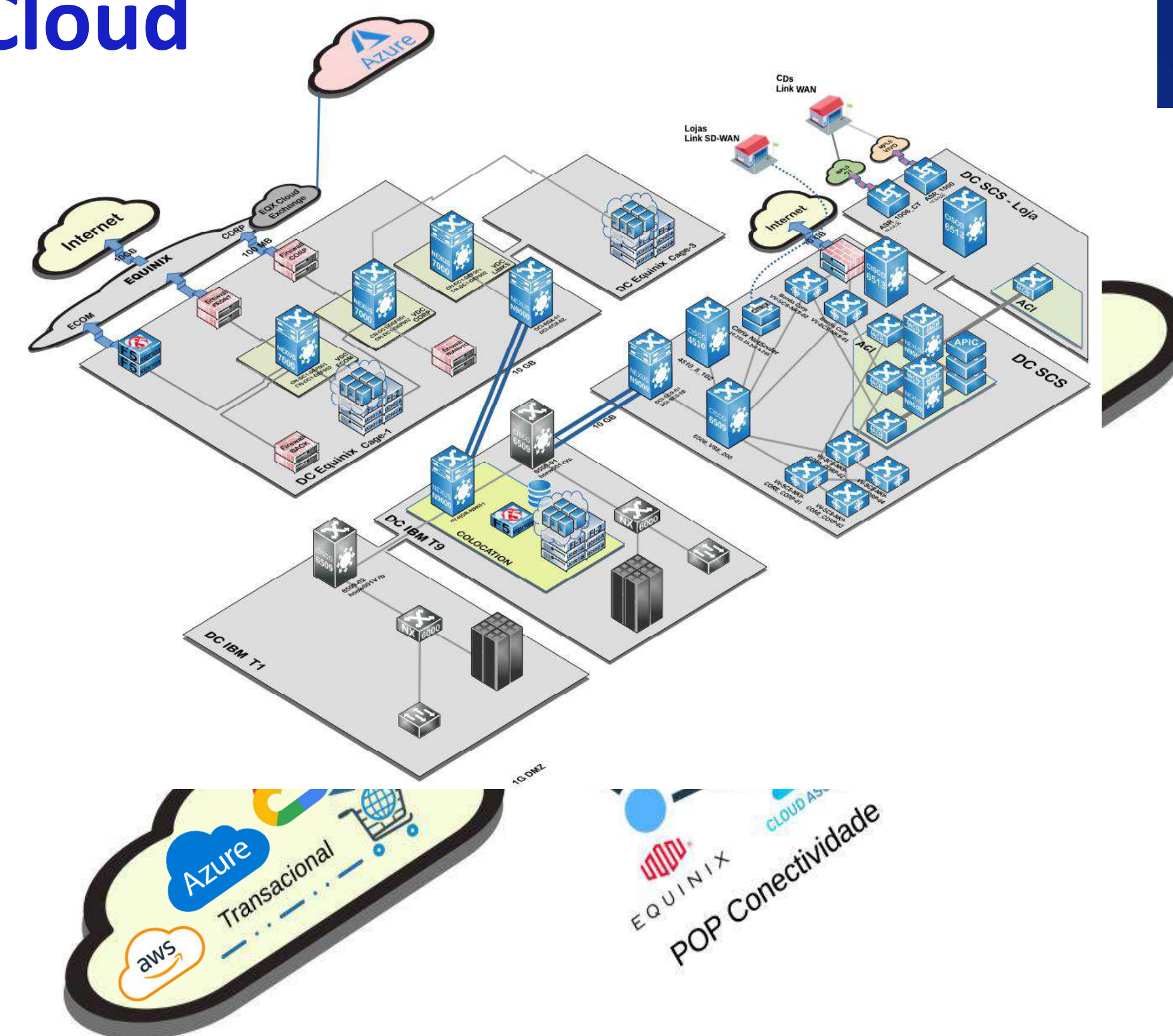
Saímos de 6 Datacenters
Para ambiente **100% Cloud**

30K Ativos Cloud

- 8k serviços distintos

Redução de
R\$ 116M
em 5 anos

2023



Inovação em Escala: Pessoas, Tecnologia, Dados e Inteligência Artificial

Analytics (Data Driven)



+2,5PB
Dados



5K
Usuários de
Analytics

IA para Analytics

Time-to-insight de 1 semana para minutos

Analytics na ponta

+10 mil vendedores empoderados com Analytics e
+ de mil gerentes operando com agentes de IA Anthropic

IA em escala

COE

Centro de Excelência em IA
Cultura, Capacitação e Ferramentas



+30K

De usuários de negócios
empoderados com IA

-440M

Custos com processos
trabalhistas

85%

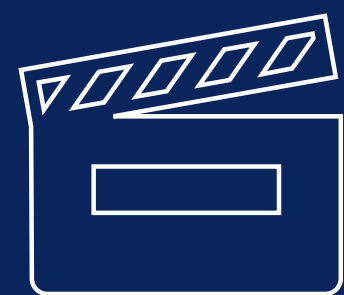
De eficiência operacional com
IA em atendimento



Prêmio Databricks

Reconhecimento global como referência em IA aplicada na
conferência anual Databricks em San Francisco - EUA

Relatório no 2T23



Vídeo

Tecnologia



Tecnologia como motor do crescimento e de eficiência



Plataforma única de negócio

Integração real entre **lojas, e-commerce, marketplace, logística, serviços e crédito**

Visão unificada do cliente → **CRM e personalização em escala**

Ampliação de **canais e parcerias**

Base para crescimento com eficiência



Organização orientada por Dados/IA

Evolução para uso de **AI Agents** na operação e desenvolvimento
Aumento de produtividade em engenharia, negócio e atendimento
Ciclos mais rápidos de experimentação e entrega



Nova geração de experiência do cliente

Jornada cada vez mais **personalizada e contextual**
Iniciando a Era do IA Commerce

“Base tecnológica integrada que conecta todo o ecossistema e nos permite crescer com escala, eficiência e inteligência, transformando relacionamento em resultado e geração consistente de valor.”



INVESTOR DAY 2026

From turnaround to value creation

GRUPO CASASBAHIA

Novas alavancas
já em movimento

Supply Chain Pricing



Flavio Spacca

Diretor Executivo Planejamento, Supply Chain, Pricing e Sortimento no Grupo Casas Bahia

Flavio Pinto Coelho Spacca é Diretor Executivo de Planejamento, Supply Chain, Pricing e Sortimento da companhia, com atuação decisiva na integração das alavancas operacionais e comerciais que sustentam eficiência, margem e crescimento sustentável no varejo.

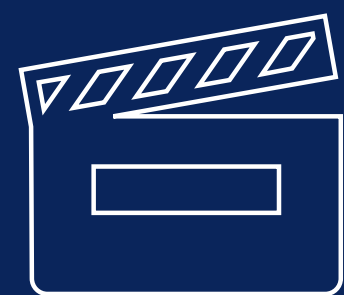
Com mais de 25 anos de experiência no setor, construiu uma trajetória sólida em empresas de grande relevância, como Lojas Renner, Richards, GPA e Arezzo, desenvolvendo expertise profunda em gestão de demanda, otimização de sortimento, estratégia de precificação e excelência em supply chain, pilares críticos para a competitividade e rentabilidade do negócio.

Ao longo de sua carreira, liderou processos de transformação e evolução operacional, conectando planejamento estratégico à execução com disciplina e visão de longo prazo, contribuindo para ganhos de eficiência, melhoria de giro de estoques e maximização de resultados.

É formado em Ciências Econômicas pela Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP).

in



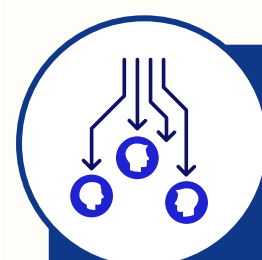


Vídeo

Supply Chain



Supply buscando maximização da eficiência na alocação de capital e disponibilidade nos canais de venda



SORTIMENTO REGIONALIZADO

- **Mix alinhado** ao perfil do cliente e potencial de cada região
- Presença dos **itens curva A** de vendas por praça
- **Aumento de conversão** de vendas



NOVO MODELO DE PREVISÃO DE DEMANDA

- Utilização de **IA**
- **Incorporação** de sazonalidade, regionalidade e demanda **suprimida**
- **Cálculos robustos** de demanda sku-loja



NOVO MOTOR DE ABASTECIMENTO

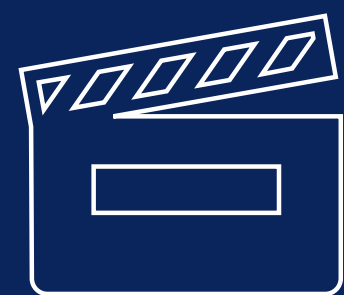
- **Modelagem dinâmica** de parâmetro
- Recomendações **diárias** de abastecimento CDs e Lojas
- Rebalanceamento **dinâmico** dos estoques

POTENCIAL FY DOS RESULTADOS CAPTURADOS NOS PILOTOS



Aumento de disponibilidade SKU-Loja

+20%



Vídeo

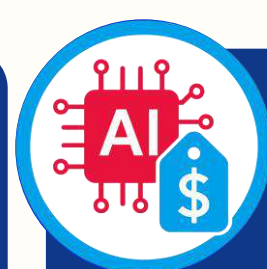
Pricing

Pricing regionalizado e impulsionado por IA, equilibrando competitividade e rentabilidade



COMPETITIVIDADE

- **Monitoramento contínuo** e estruturado do mercado regional/cidade/loja
- Análise em escala e **decisão ágil**
- **Visibilidade** precisa do posicionamento por região
- Base analítica para **ajustes dinâmicos** de preços



NOVO MOTOR DE PRICING

- Modelo de precificação, **orientado por IA**
- Decisões de preço **automatizadas** e baseadas em dados
- Alinhamento contínuo com a **estratégia** do negócio



PRECIFICAÇÃO OMNICHANNEL

- **Otimização** da relação entre canais (evita conflitos e canibalização)
- Estratégia **integrada** entre canais e categorias
- **Maximização** dos resultados consolidados



Com eficiência na alocação de capital e
inteligência orientada por IA,

**impulsionamos disponibilidade,
competitividade e rentabilidade**





Novas alavancas já
em movimento

Soluções Financeiras



Vital Flores Leite

Diretor Executivo de Soluções Financeiras do Grupo Casas Bahia

Vital Flores Leite é Diretor Executivo de Soluções Financeiras do Grupo Casas Bahia e CEO da fintech banQi, liderando uma agenda estratégica que integra crédito, cobrança, antifraude, meios de pagamento, seguros e serviços.

Sua atuação é focada na ampliação de acesso financeiro, geração de valor sustentável e evolução da rentabilidade por meio de soluções digitais e escaláveis.

Com sólida experiência em gestão de risco e produtos financeiros, Vital construiu sua trajetória em grandes organizações. Na Vivo, foi responsável pelo ciclo completo de crédito B2B e B2C, no Brasil e no exterior, liderando iniciativas que aumentaram eficiência operacional e reduziram exposição a risco. No Banco PAN, aprofundou sua atuação em crédito e antifraude, conduzindo operações com alto impacto em performance e controle.

É graduado em Administração pela UNESP e possui MBA em Marketing de Serviços pela ESPM.

in



INVESTOR DAY 2026

From turnaround to value creation

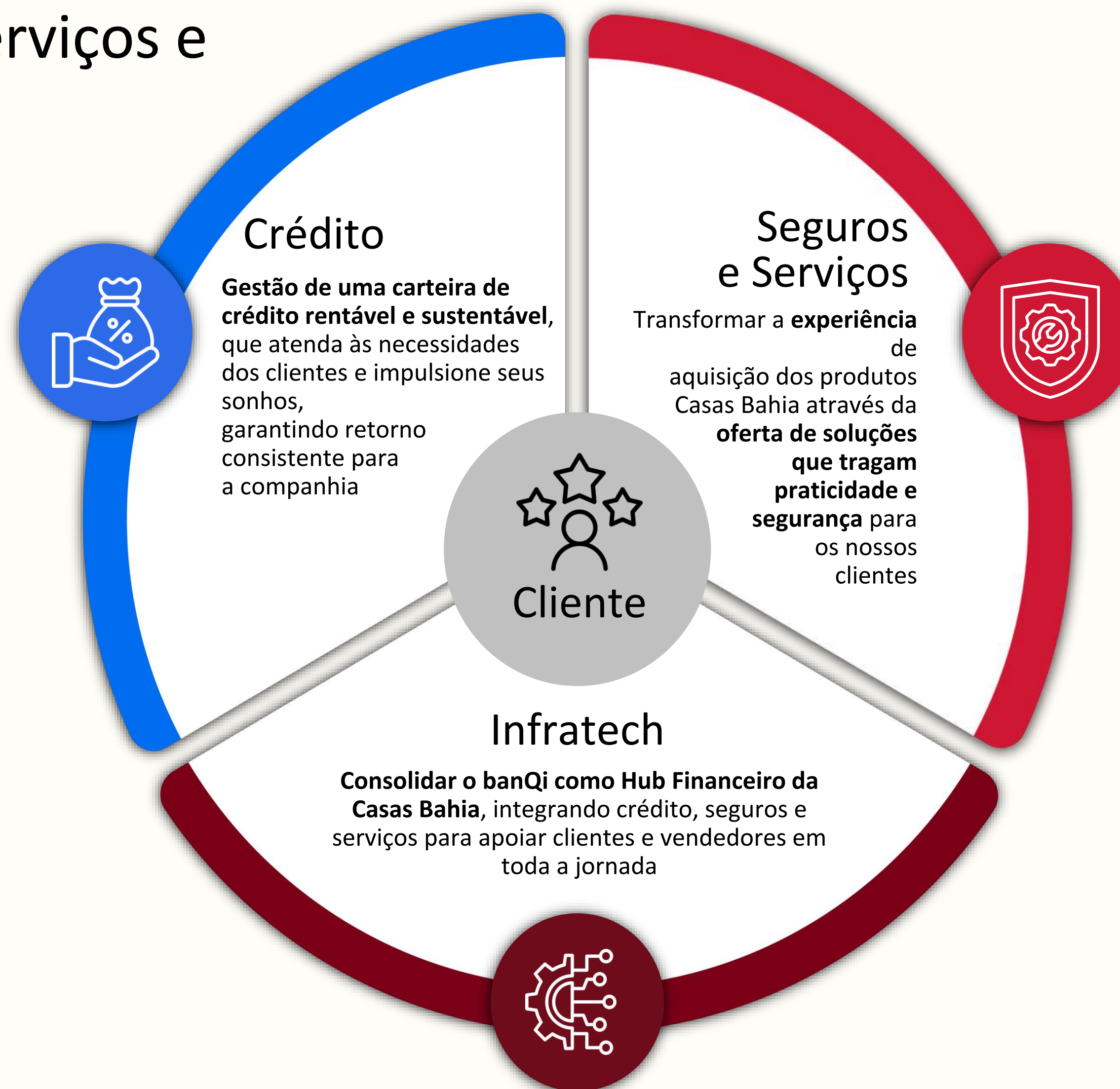
GRUPO CASASBAHIA



Um ecossistema integrado para monetizar 116 milhões de clientes com crédito, serviços e produtos financeiros.

Ecossistema Soluções Financeiras

Grupo Casas Bahia
116MM clientes na base
2.4MM fornecedores





Soluções Financeiras

Crédito



Crédito

Portfólio completo para capturar valor em toda a jornada financeira do cliente

Crediário

Crédito parcelado no ponto de venda, integrado à jornada Casas Bahia, com foco em inclusão financeira e aumento de conversão.

Cartão de Crédito

Cartão com aceitação nacional, benefícios exclusivos no ecossistema Casas Bahia e Pontofrio, com forte estímulo à recorrência de uso.

Crédito para Fornecedores

Solução de capital de giro e antecipação de recebíveis para parceiros comerciais, fortalecendo a cadeia de suprimentos.

Consignado Privado

Com desconto em folha combinando taxas competitivas e previsibilidade de pagamento, para públicos com renda recorrente e disponível no balcão Casas Bahia, app banQi e WhatsApp

Consórcio

Produto de planejamento financeiro para aquisição de bens, sem juros, com forte apelo de longo prazo.

Empréstimo Pessoal

Crédito pessoal com contratação digital e rápida. Dinheiro livre na conta para qualquer necessidade. Parcelas previsíveis e prazos flexíveis.

BNPL (Crediário As a Service)

Solução de “Compre Agora, Pague Depois”, ampliando acesso ao crédito e impulsionando vendas no Varejo



Crédito

O MAIOR MOTOR DE CRESCIMENTO e rentabilidade do ecossistema Casas Bahia!

Crediário

Crédito parcelado no ponto de venda, integrado à jornada Casas Bahia, com foco em inclusão financeira e aumento de conversão.

Cartão de Crédito

Cartão com aceitação nacional, benefícios exclusivos no ecossistema Casas Bahia e Pontofrio, com forte estímulo à recorrência de uso.

Crédito para Fornecedores

Solução de capital de giro e antecipação de recebíveis para parceiros comerciais, fortalecendo a cadeia de suprimentos.

Consignado Privado

Com desconto em folha combinando taxas competitivas e previsibilidade de pagamento, para públicos com renda recorrente e disponível no balcão Casas Bahia, app banQi e WhatsApp

Consórcio

Produto de planejamento financeiro para aquisição de bens, sem juros, com forte apelo de longo prazo.

Empréstimo Pessoal

Crédito pessoal com contratação digital e rápida. Dinheiro livre na conta para qualquer necessidade. Parcelas previsíveis e prazos flexíveis.

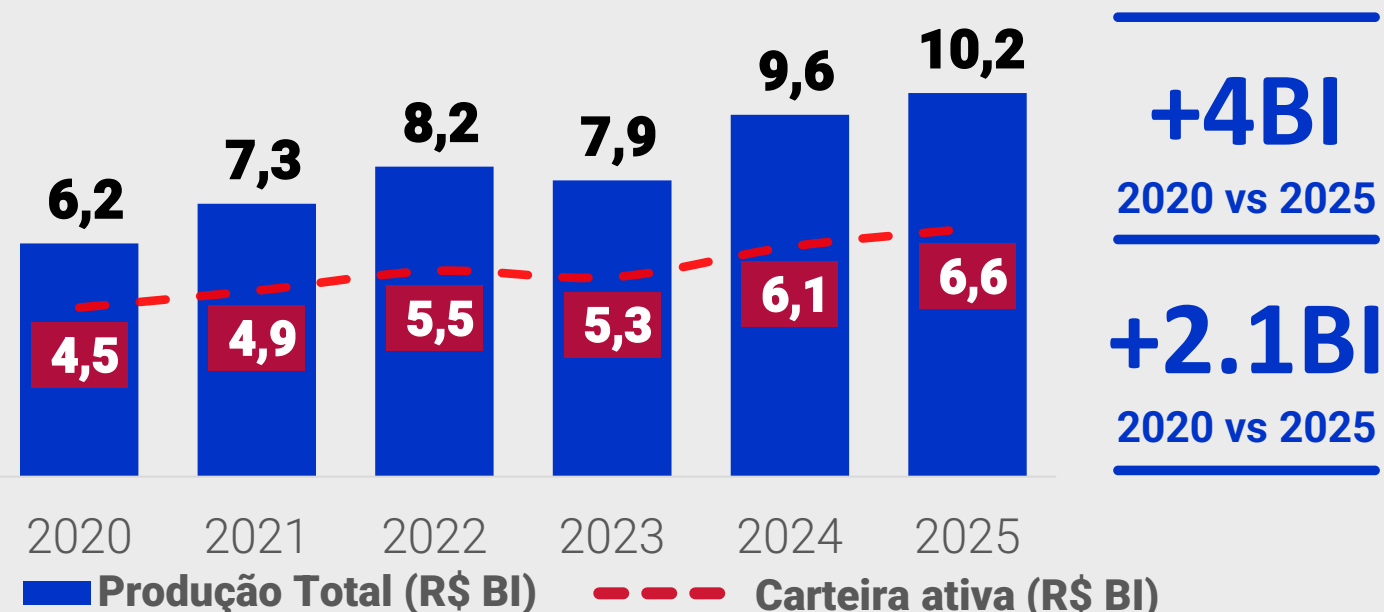
BNPL (Crediário As a Service)

Solução de “Compre Agora, Pague Depois”, ampliando acesso ao crédito e impulsionando vendas no Varejo



Forte crescimento com expansão de margem e controle da inadimplência

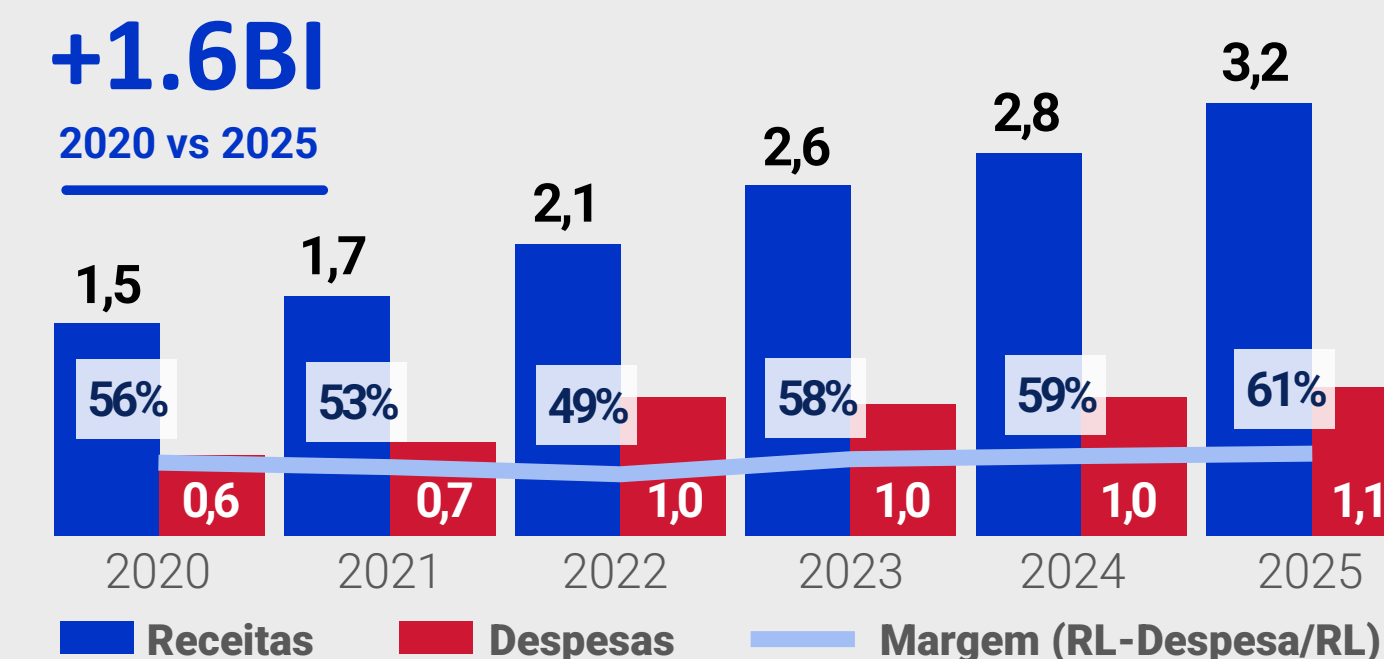
Produção e Carteira Ativa (Produção Total com Juros do Crediário)



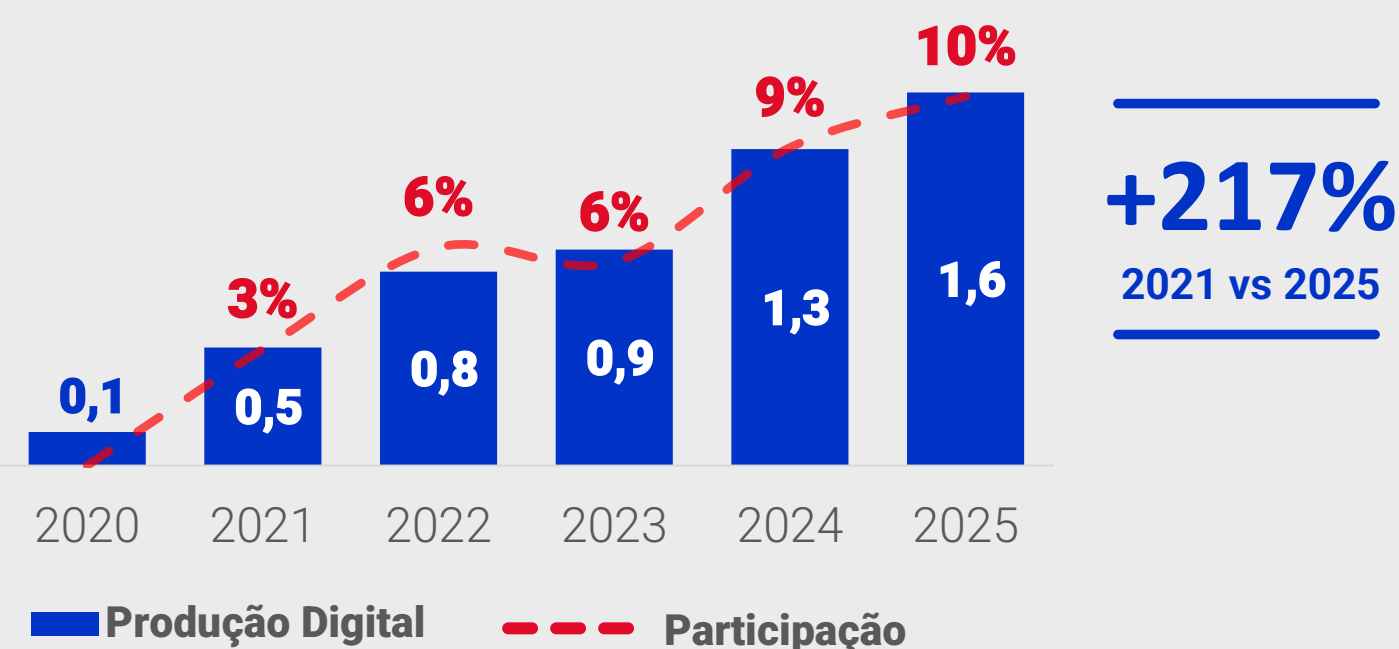
Inadimplência GCB (Over 90)



Margem Líquida e Receita (R\$ BI)



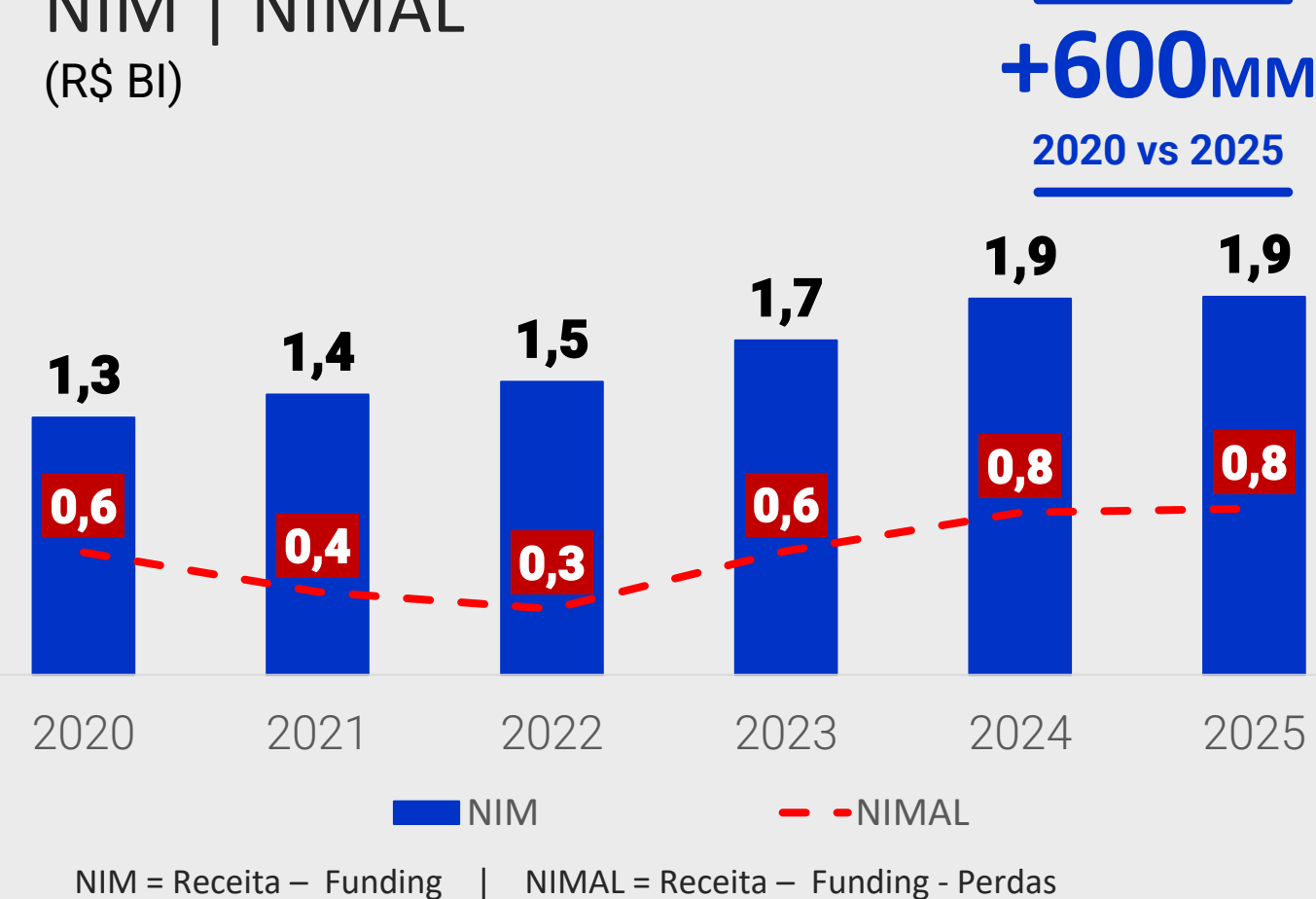
Evolução do Digital (R\$ BI)



Mercado (% Over90)



NIM | NIMAL (R\$ BI)





Crédito | Pilares Estratégicos do Crediário

A inteligência por trás do crescimento com controle: uma engrenagem de crédito de nova geração, movida por dados, modelos avançados e IA



Modelagem

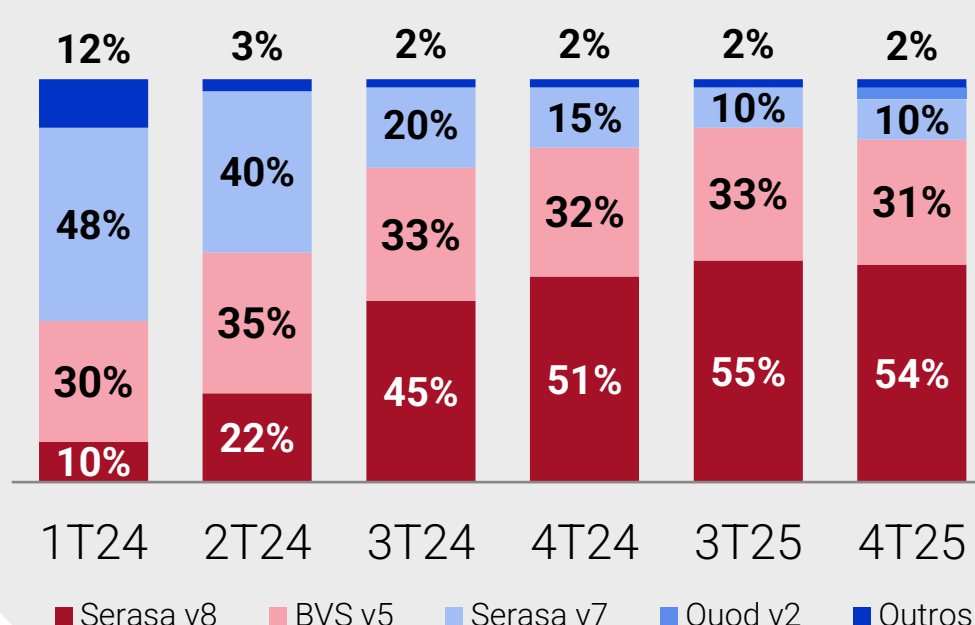
- **27 Modelos** em Produção
- **+4.000 Variáveis** internas e externas
- **+ 45 Combinações** de Modelo por Canal
- **9 MM de clientes PA**, com **R\$50 BI** de exposure
- Tempestividade no desenvolvimento de modelos
- Nova geração de modelos: **+10% de KS e 8% de redução** na inadimplência



Políticas Customizadas

- Categoria de Produtos e Regional
- 4 Segmentos e 10 Ratings
- Behavior Scores
- Novos Dados (testes contínuos)
- Precificação por Risco **+3 k combinações de taxas**

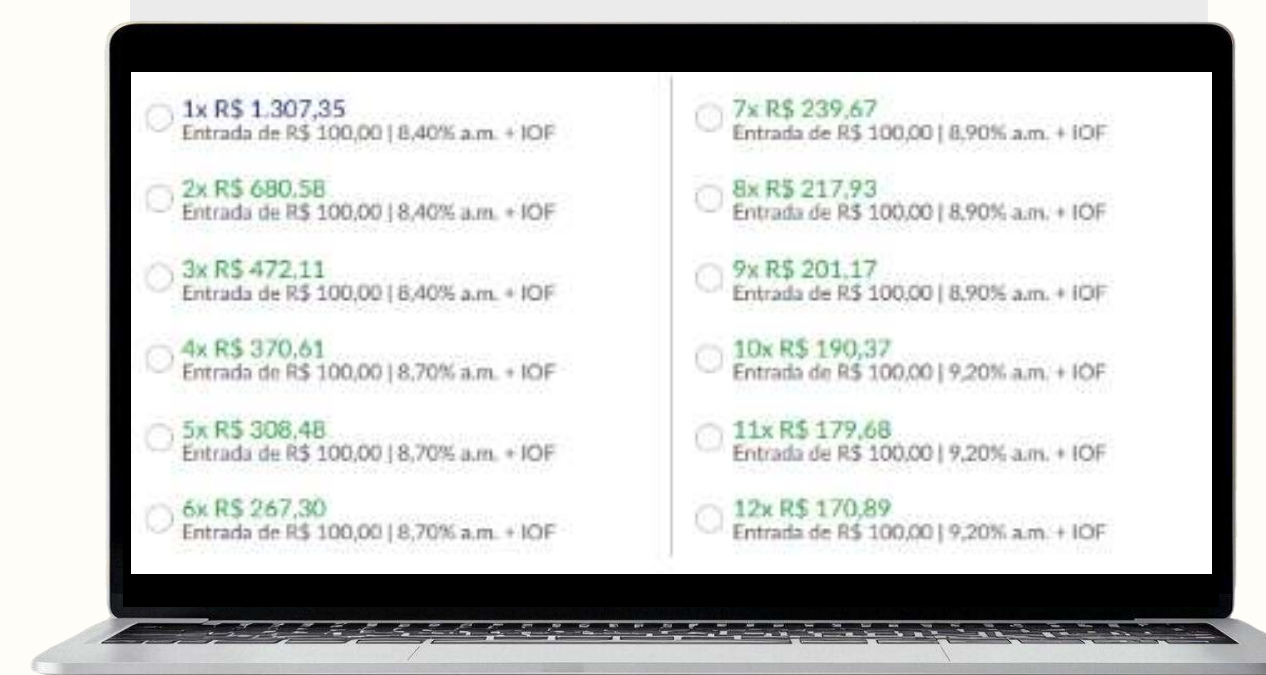
Mix Políticas – Cliente novo



Jornada

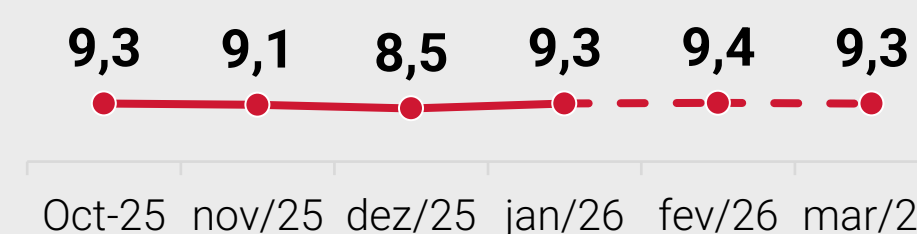
- Redução de 30 campos obrigatórios para 1 (CPF)
- **98%** Decisão Automática
- Biometria facial
- Assinatura **100% Digital**
- Gestão do Carnê no Banqi

Simulador de Crédito



Previsibilidade

- Alta Precisão nas Projeções de Inadimplência
- **Antecipação** de Pagamento e Mix (Após fechamento da Safra M0)
- **FPD 15** (15 dias após 1º vencimento)
- **FPD 30** (30 dias após 1º vencimento)
- **Over30 M2** (2 meses após a concessão)



Principais Parceiros



QUOD

Serasa

BoaVista

Fábrica de Pilotos

NEUROTECH

PowerOfData

klavi

STATISTICAL WISE INTELLIGENCE

ClearSai TransUnion

SPC BRASIL

GRANDATA

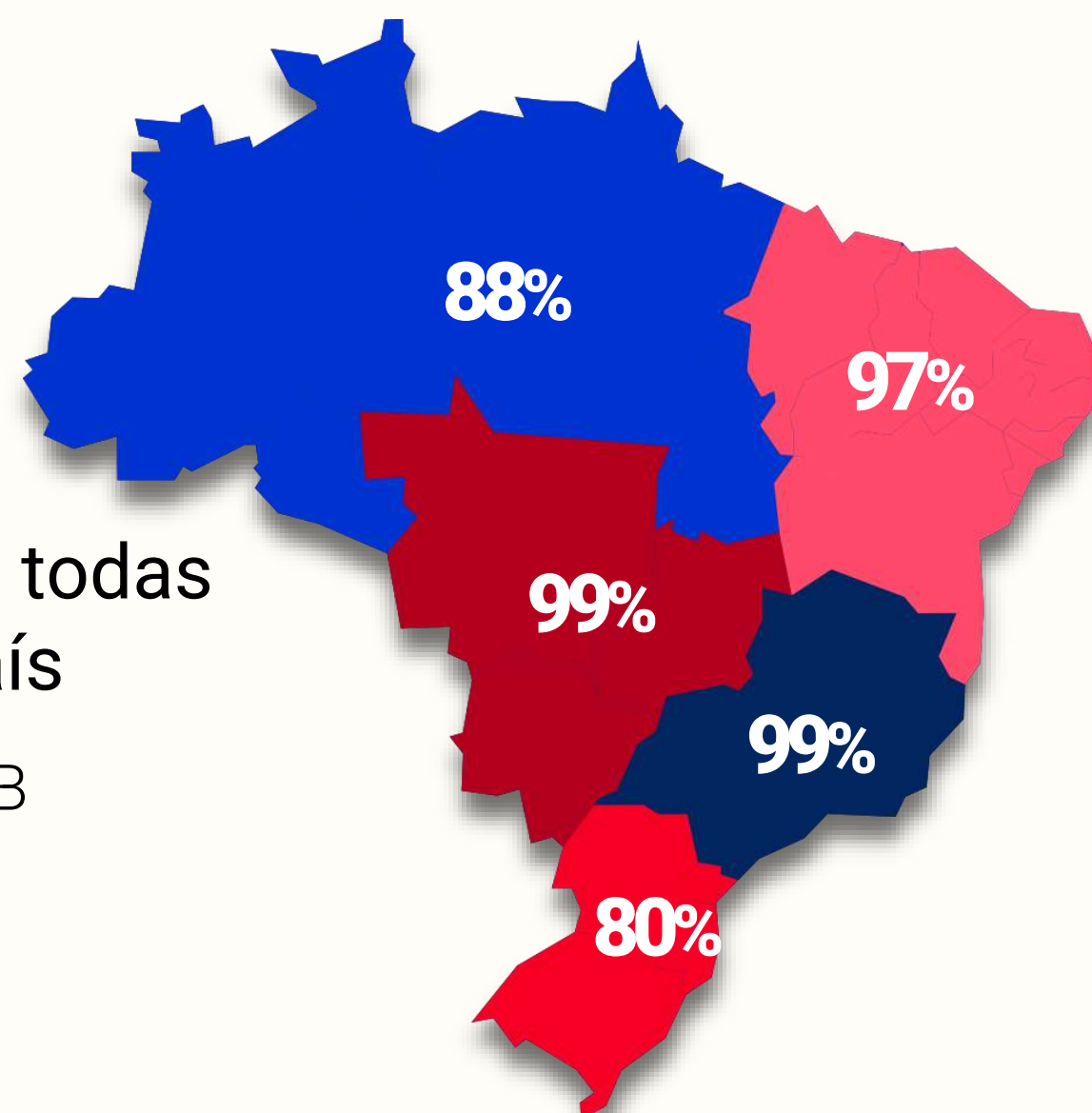


A distância entre a base atual de 2,3MM de clientes e o potencial de 64MM evidencia a magnitude da oportunidade de crescimento.

93%

de cobertura em todas
as regiões do país

Capilaridade CDC CB
(Por Município - %)



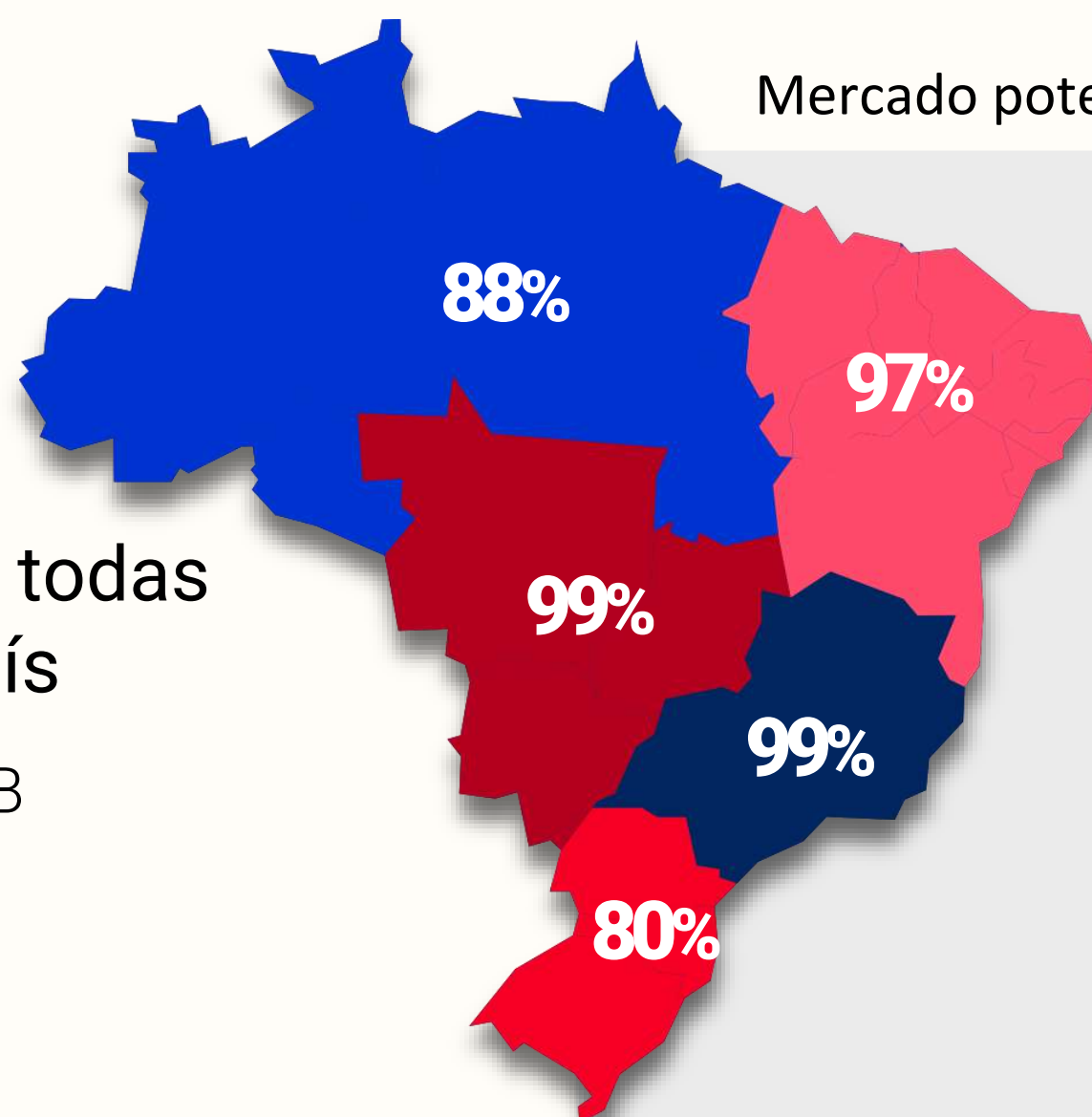


A distância entre a base atual de 2,3MM de clientes e o potencial de 64MM evidencia a magnitude da oportunidade de crescimento.

93%

de cobertura em todas as regiões do país

Capilaridade CDC CB
(Por Município - %)



Mercado potencial PEA Brasil | Oportunidade de crescimento sustentável em perfil já consolidado na carteira

Estratificação CDC GCB

Persona 1: 14%

Aposentados
+ 50 anos com Renda Mensal até R\$ 3K

Persona 2: 29%

Autônomos
30 a 70 anos com Renda Mensal até R\$ 3K

Persona 3: 28%

CLT
30 e 70 anos com Renda Mensal até R\$ 3K

Representatividade das Personas na Carteira GCB

70%

Penetração Público Potencial – Brasil

* (PEA Brasil + Aposentados ≈ 130MM)

Personas CDC PEA
(Milhões)

64

2,3

Representatividade das Personas GCB dentro da PEA

49%

Penetração GCB > Potencial PEA

3%

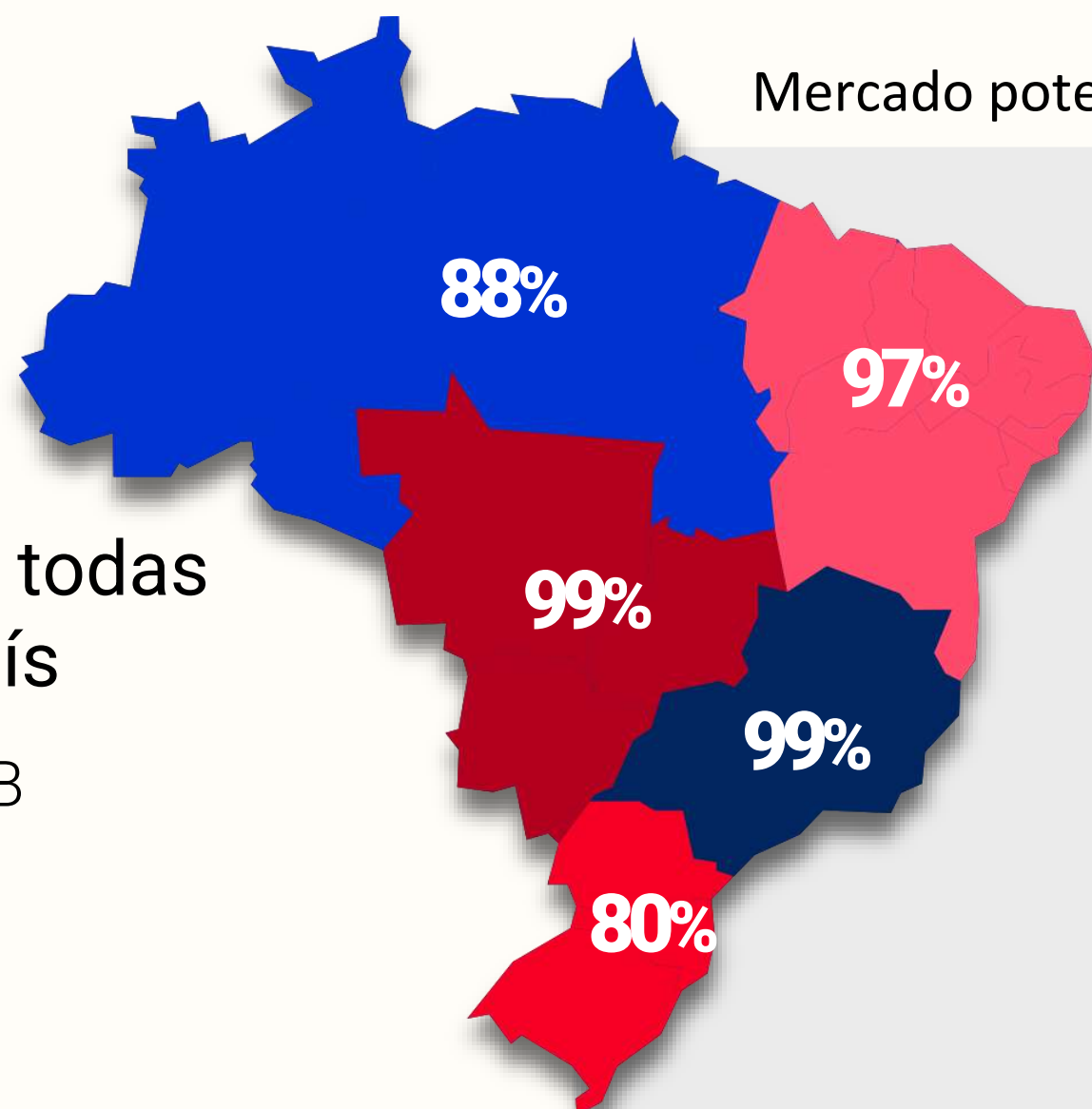


A distância entre a base atual de 2,3MM de clientes e o potencial de 64MM evidencia a magnitude da oportunidade de crescimento.

93%

de cobertura em todas as regiões do país

Capilaridade CDC CB
(Por Município - %)



Mercado potencial PEA Brasil | Oportunidade de crescimento sustentável em perfil já consolidado na carteira

Estratificação CDC GCB

- Persona 1: 14%**
Aposentados
+ 50 anos com Renda Mensal até R\$ 3K
- Persona 2: 29%**
Autônomos
30 a 70 anos com Renda Mensal até R\$ 3K
- Persona 3: 28%**
CLT
30 e 70 anos com Renda Mensal até R\$ 3K

Representatividade das Personas na Carteira GCB

70%

Penetração Público Potencial – Brasil

* (PEA Brasil + Aposentados ≈ 130MM)

Personas CDC PEA
(Milhões)

64

Representatividade das Personas GCB dentro da PEA

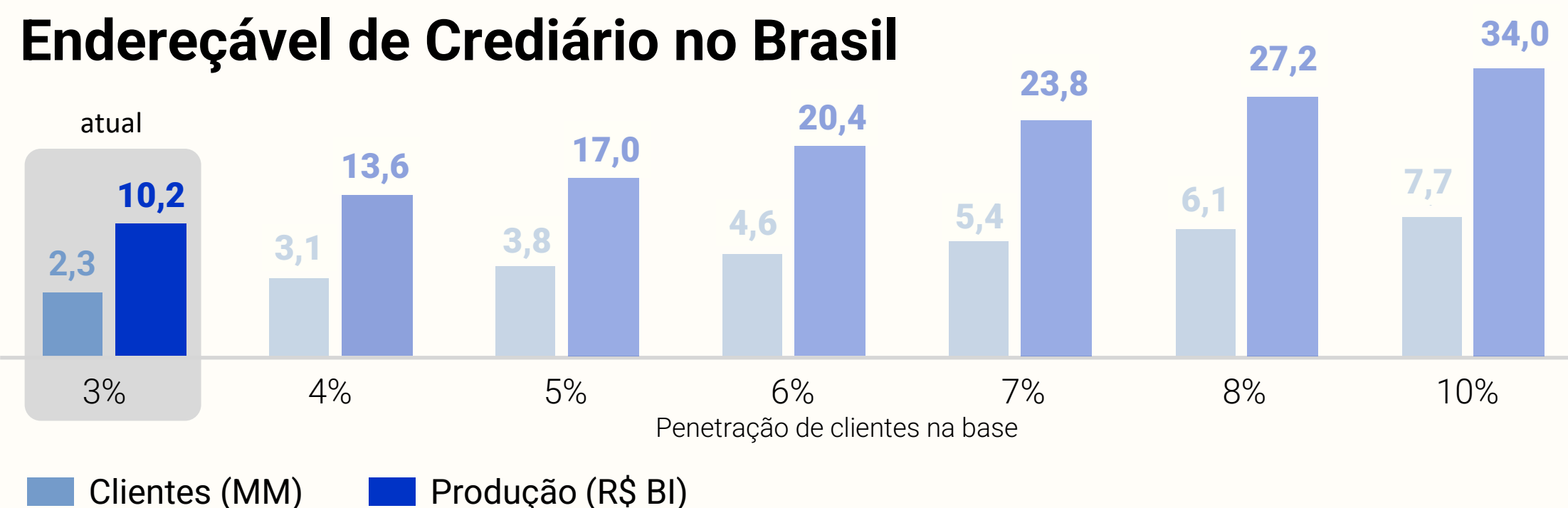
49%

2,3

Penetração GCB > Potencial PEA

3%

Análise de Sensibilidade do Mercado Endereçável de Crediário no Brasil



Market Share GCB
2025

	Telas	Linha Branca	Telefonia
SP + RJ + MG + ES	36%	35%	22%

Alavancas do Próximo Ciclo de Crescimento

Acelera CDC: crediário como alavanca central da estratégia de toda companhia

Segmentação avançada: decisões mais precisas por microregião e loja, aumentando aprovação com controle de risco

Nova geração de modelos de crédito: Modelos 2026 com novas variáveis selecionadas por IA, elevando o poder preditivo e a precisão da concessão.

Novos canais e jornada digital: expansão via WhatsApp com IA Generativa para aceleração da venda assistida

Orquestração de Crédito, Marketing e CRM: Ofertas hiperpersonalizadas que integram crédito e produto para maximizar conversão e ticket médio.



Crédito

Produto rentável com forte potencial de crescimento e alavanca de vendas

Crediário

Crédito parcelado no ponto de venda, integrado à jornada Casas Bahia, com foco em inclusão financeira e aumento de conversão.

Cartão de Crédito

Cartão com aceitação nacional, benefícios exclusivos no ecossistema Casas Bahia e Pontofrio, com forte estímulo à recorrência de uso.

Crédito para Fornecedores

Solução de capital de giro e antecipação de recebíveis para parceiros comerciais, fortalecendo a cadeia de suprimentos.

Consignado Privado

Com desconto em folha combinando taxas competitivas e previsibilidade de pagamento, para públicos com renda recorrente e disponível no balcão Casas Bahia, app banQi e WhatsApp

Consórcio

Produto de planejamento financeiro para aquisição de bens, sem juros, com forte apelo de longo prazo.

Empréstimo Pessoal

Crédito pessoal com contratação digital e rápida. Dinheiro livre na conta para qualquer necessidade. Parcelas previsíveis e prazos flexíveis.

BNPL (Crediário As a Service)

Solução de “Compre Agora, Pague Depois”, ampliando acesso ao crédito e impulsionando vendas no Varejo



Crédito | Cartão de Crédito

GRUPO CASASBAHIA

Parceiros

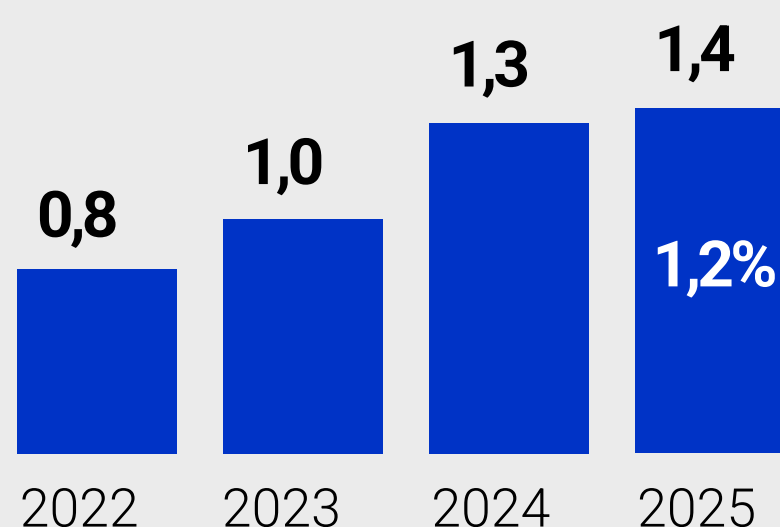


Cartões

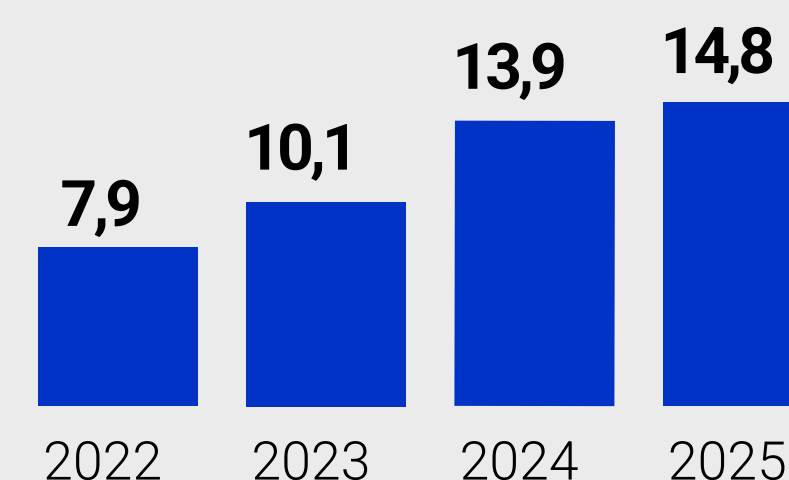


Alto potencial de crescimento trazendo escala, recorrência e vendas

Histórico de Produção
Cartões emitidos (MM)



Transações e Potencial
On-Us e Off-Us (R\$ BI)



Perfil e Público

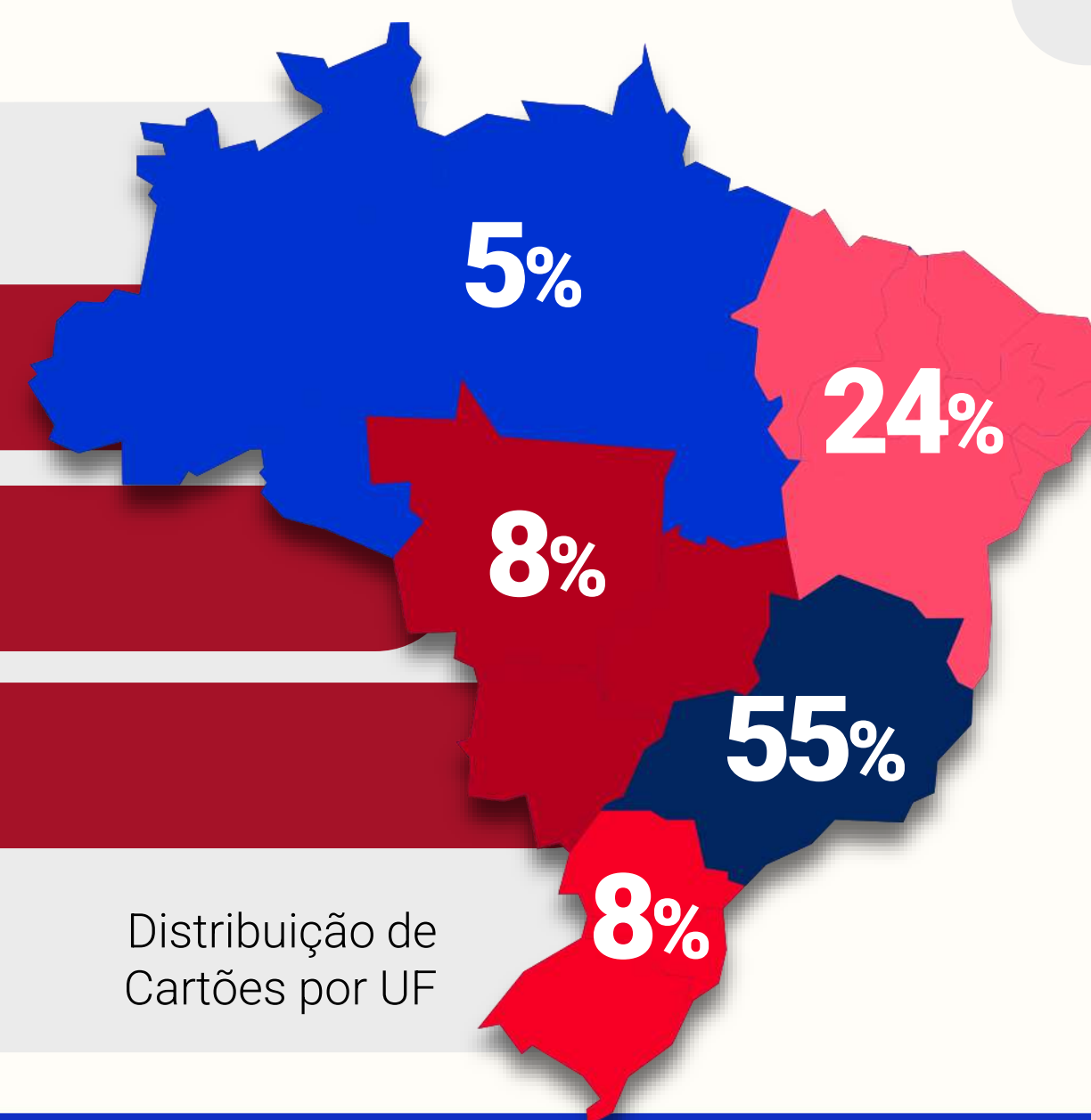
116MM Clientes Casas Bahia

40MM Clientes Pré Aprovados / mês

1,4MM Clientes com Cartão

Share 1,2% do Público Alvo
3,5% do Pré-Aprovado

Distribuição de
Cartões por UF





Crédito | Cartão de Crédito

GRUPO CASASBAHIA

Parceiros

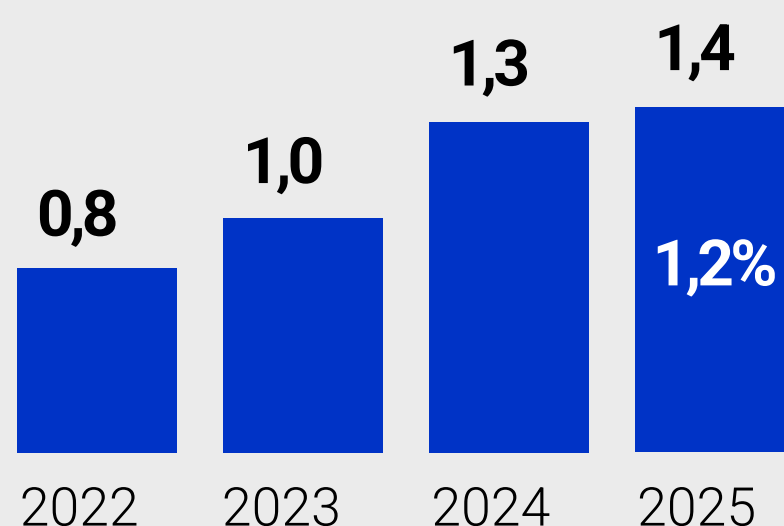


Cartões

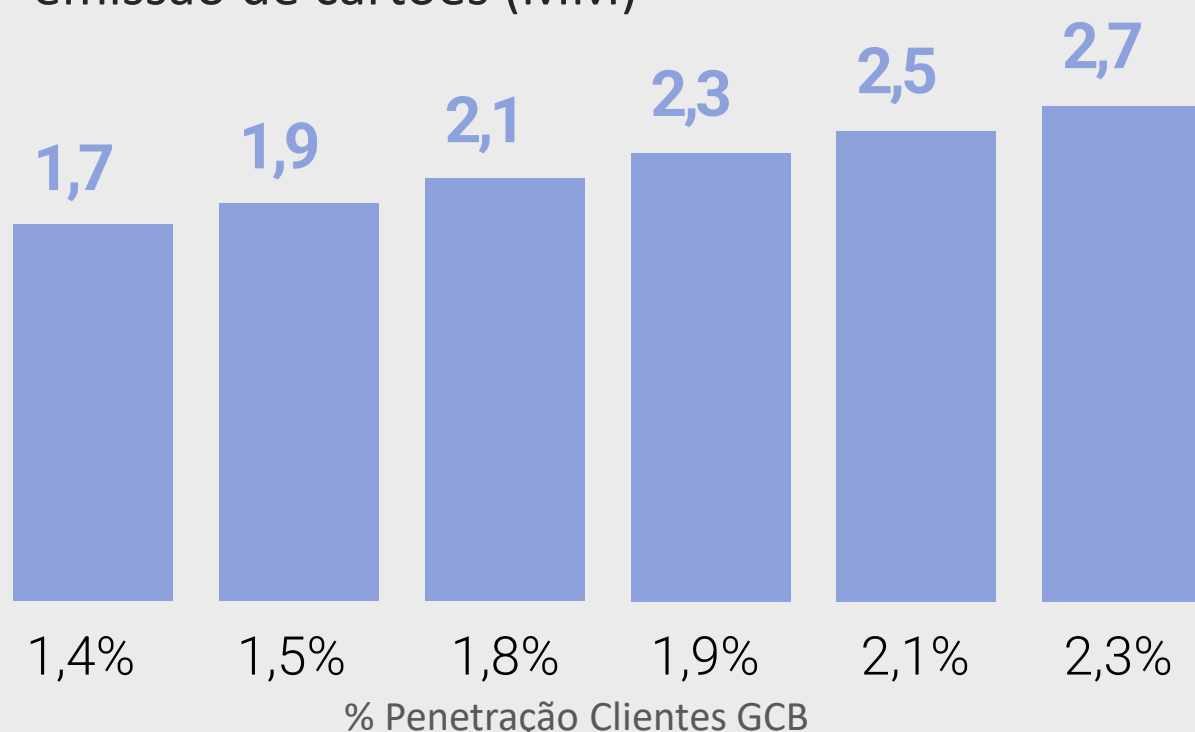


Alto potencial de crescimento trazendo escala, recorrência e vendas

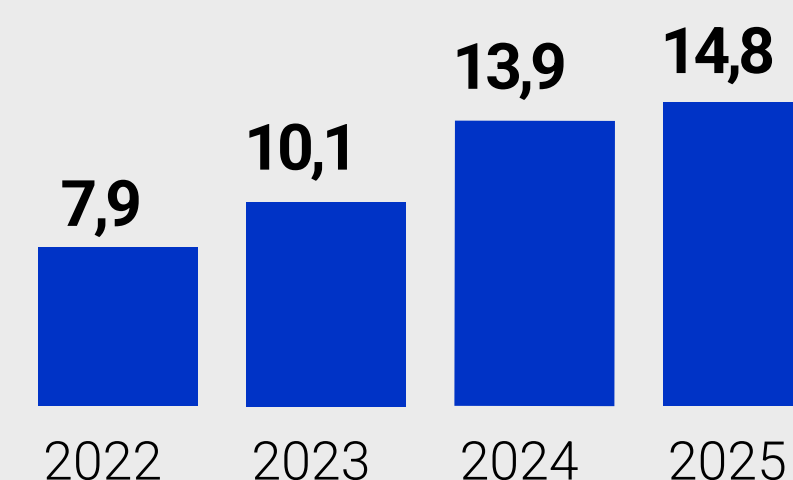
Histórico de Produção
Cartões emitidos (MM)



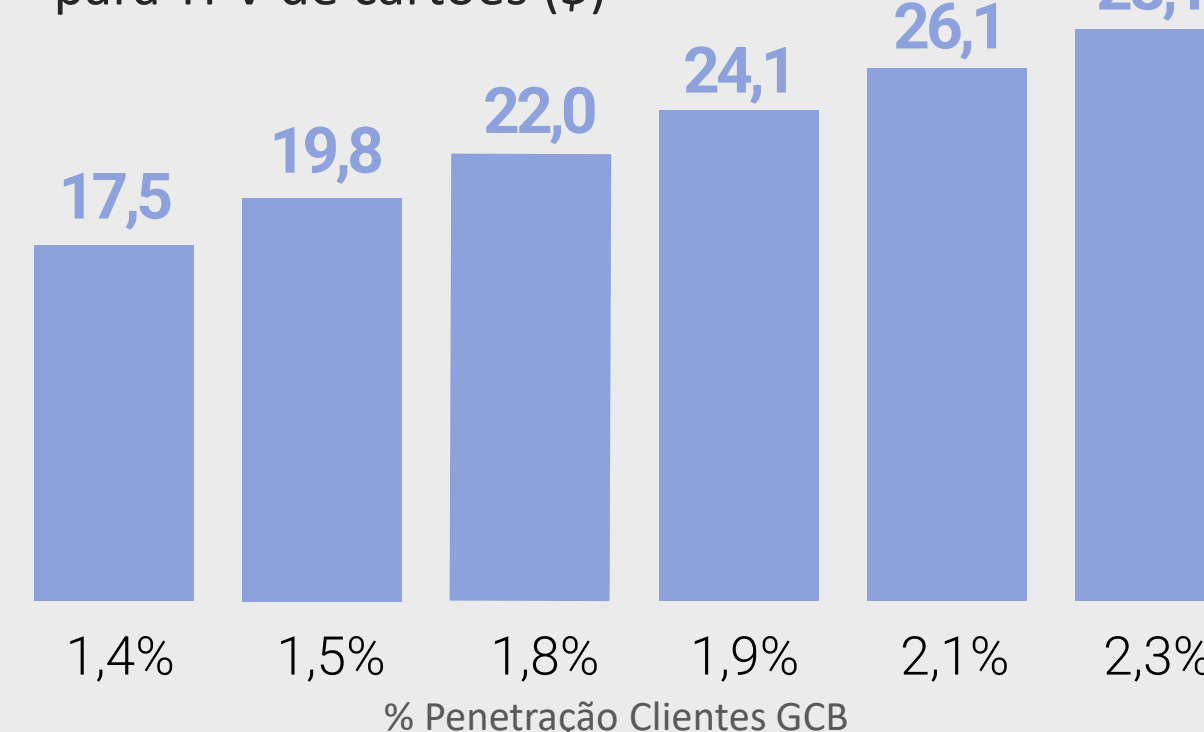
Análise sensibilidade do Mercado Potencial para
emissão de cartões (MM)



Transações e Potencial
On-Us e Off-Us (R\$ BI)



Análise sensibilidade do Mercado Potencial
para TPV de cartões (\$)



Perfil e Público

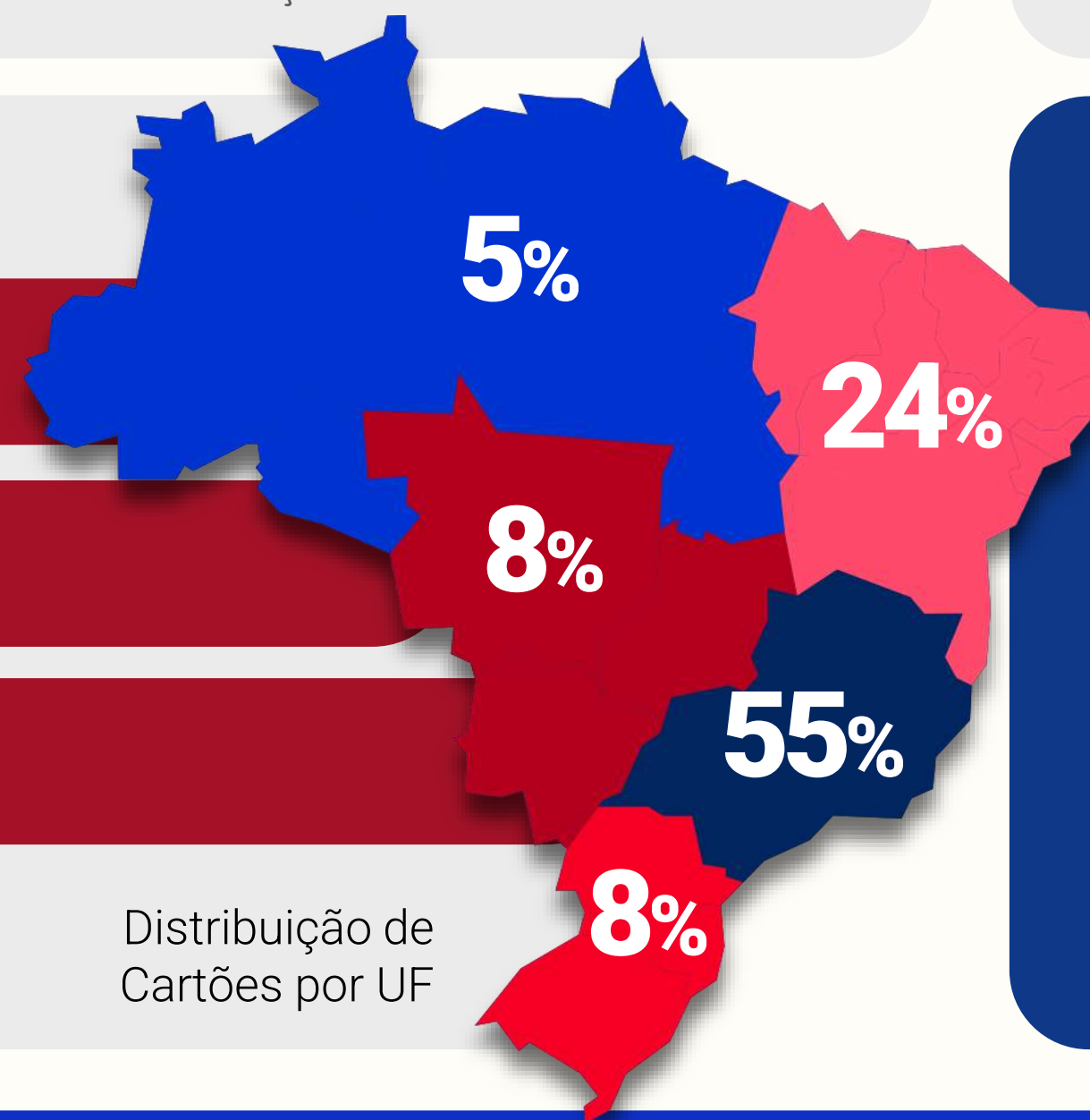
116MM Clientes Casas Bahia

40MM Clientes Pré Aprovados / mês

1,4MM Clientes com Cartão

Share 1,2% do Público Alvo
3,5% do Pré-Aprovado

Distribuição de
Cartões por UF



Expansão acelerada do cartão via distribuição própria, digitalização e inteligência de dados

- **Escala via Pontofrio:** 119 lojas com potencial de ~440 mil cartões/ano
- **IA ao longo do ciclo de vida:** aquisição, ativação e aumento de uso
- **Jornada frictionless:** contratação simplificada com biometria facial
- **Ganho de share:** expansão em regiões ainda subpenetradas



Crédito

Monetizando a cadeia de fornecedores Casas Bahia com crédito previsível e escalável

Crediário

Crédito parcelado no ponto de venda, integrado à jornada Casas Bahia, com foco em inclusão financeira e aumento de conversão.

Consignado Privado

Com desconto em folha combinando taxas competitivas e previsibilidade de pagamento, para públicos com renda recorrente e disponível no balcão Casas Bahia, app banQi e WhatsApp

Cartão de Crédito

Cartão com aceitação nacional, benefícios exclusivos no ecossistema Casas Bahia e Pontofrio, com forte estímulo à recorrência de uso.

Consórcio

Produto de planejamento financeiro para aquisição de bens, sem juros, com forte apelo de longo prazo.

Crédito para Fornecedores

Solução de capital de giro e antecipação de recebíveis para parceiros comerciais, fortalecendo a cadeia de suprimentos.

Empréstimo Pessoal

Crédito pessoal com contratação digital e rápida. Dinheiro livre na conta para qualquer necessidade. Parcelas previsíveis e prazos flexíveis.

BNPL (Crediário As a Service)

Solução de “Compre Agora, Pague Depois”, ampliando acesso ao crédito e impulsionando vendas no Varejo



Crédito | Crédito para Fornecedores

GRUPO CASASBAHIA

Solução que gera resultado financeiro para empresa, valor para fornecedores e investidores

Lançamento do produto em 2026

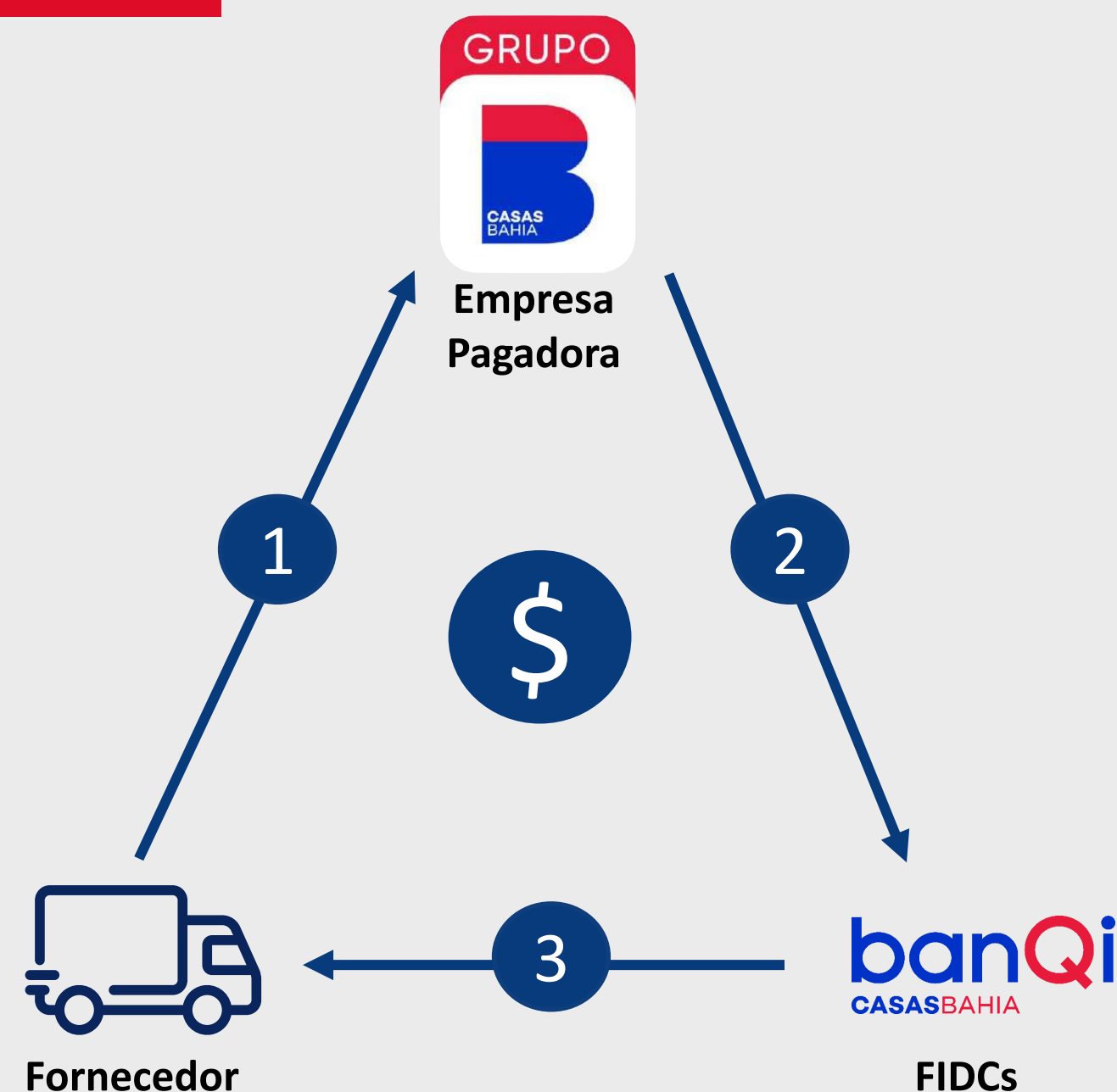
Liquidez imediata para fornecedores

Prazo mantido para o sacado

Retorno atrativo para o investidor



Conceito

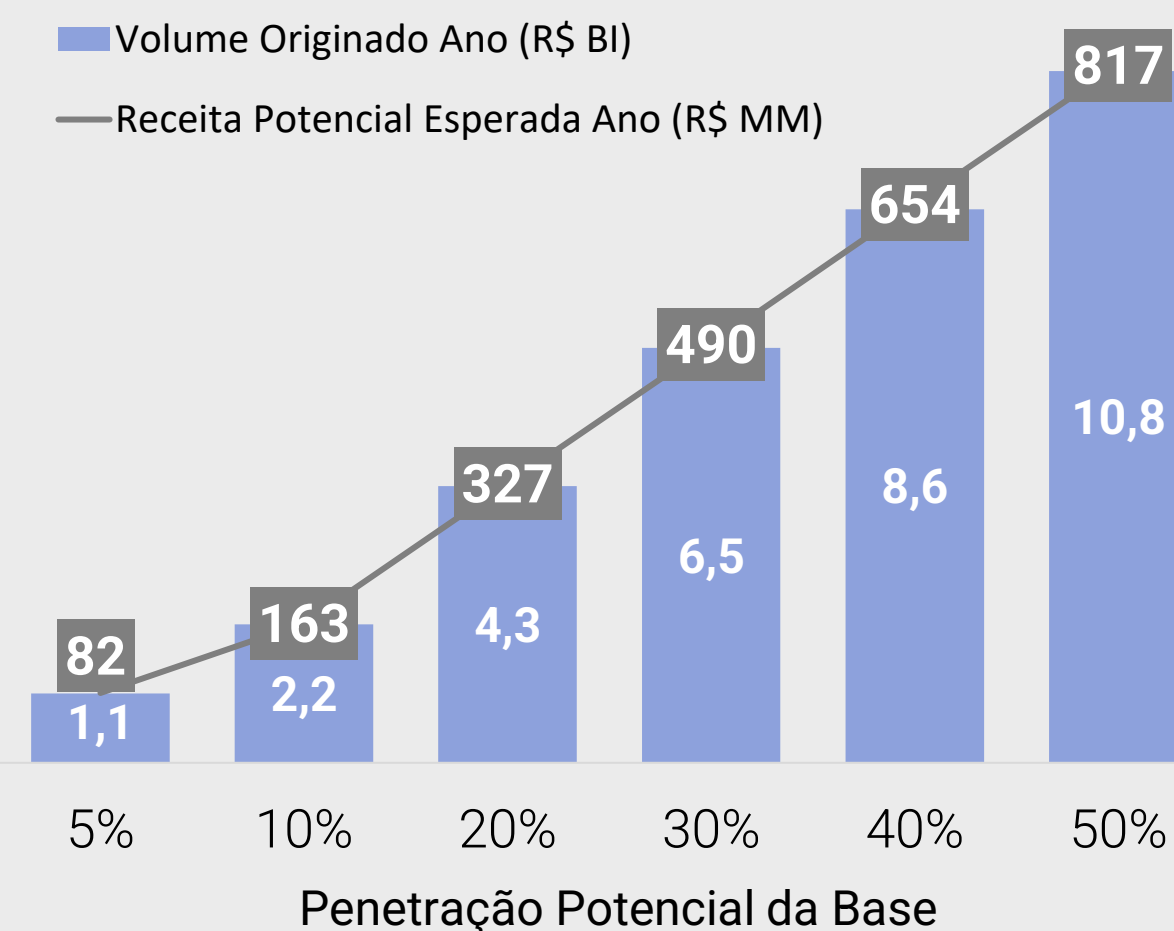


Potencial da Operação

Potenciais Números da Operação

- ~2,4k fornecedores atendidos
- Volume por ano: ~R\$ 22BI
- Prazo médio das operações: 90 dias

■ Volume Originado Ano (R\$ BI)
— Receita Potencial Esperada Ano (R\$ MM)



Modelo de Atuação

FIDC: Escala via Mercado de Capitais

- Captação com investidores institucionais
- Maior alavancagem e escalabilidade do programa

Benefícios da Operação

Fornecedor:

- Liquidez Imediata + Taxa menor que capital de giro + Processo 100% digital

Empresa (Sacado):

- Fortalece a cadeia de Fornecedores + Possibilidade de alongar prazos + Estabilidade de abastecimento

Investidor / Fundo:

- Crédito de curto prazo + Baixa volatilidade + Retorno Previsível



Convertemos a experiência de crédito da Casas Bahia em uma solução BNPL para outros balcões

Crediário

Crédito parcelado no ponto de venda, integrado à jornada Casas Bahia, com foco em inclusão financeira e aumento de conversão.

Cartão de Crédito

Cartão com aceitação nacional, benefícios exclusivos no ecossistema Casas Bahia e Pontofrio, com forte estímulo à recorrência de uso.

Crédito para Fornecedores

Solução de capital de giro e antecipação de recebíveis para parceiros comerciais, fortalecendo a cadeia de suprimentos.

Consignado Privado

Com desconto em folha combinando taxas competitivas e previsibilidade de pagamento, para públicos com renda recorrente e disponível no balcão Casas Bahia, app banQi e WhatsApp

Consórcio

Produto de planejamento financeiro para aquisição de bens, sem juros, com forte apelo de longo prazo.

Empréstimo Pessoal

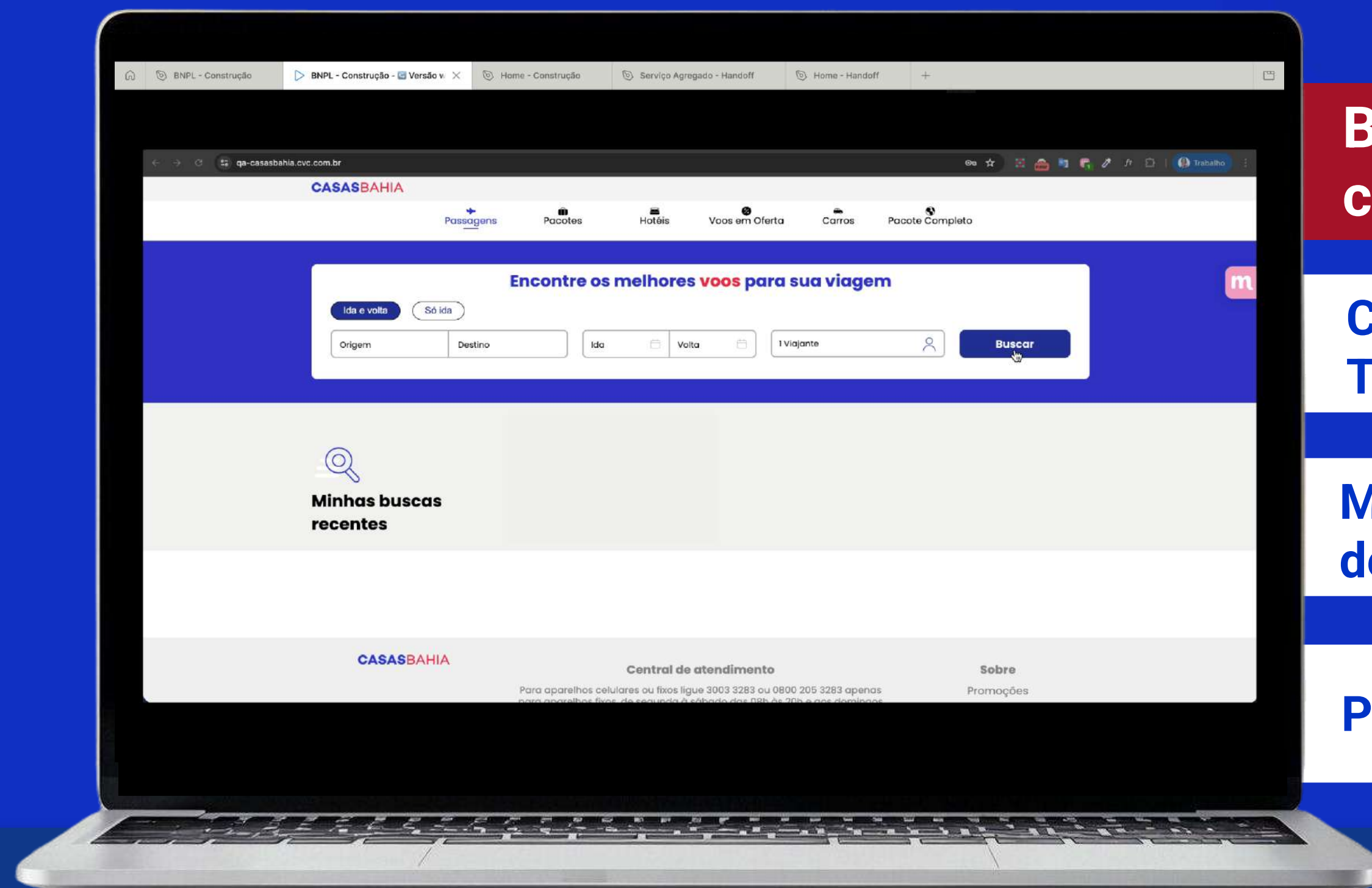
Crédito pessoal com contratação digital e rápida. Dinheiro livre na conta para qualquer necessidade. Parcelas previsíveis e prazos flexíveis.

BNPL (Crediário As a Service)

Solução de “Compre Agora, Pague Depois”, ampliando acesso ao crédito e impulsionando vendas no Varejo

O crediário Casas Bahia | Integrado ao ecossistema de parceiros!

Tecnologia BNPL que leva inclusão financeira



Base histórica de crédito
com capilaridade real

Checkout
Transparente

Maior Índice
de Aprovação

Plug and Play

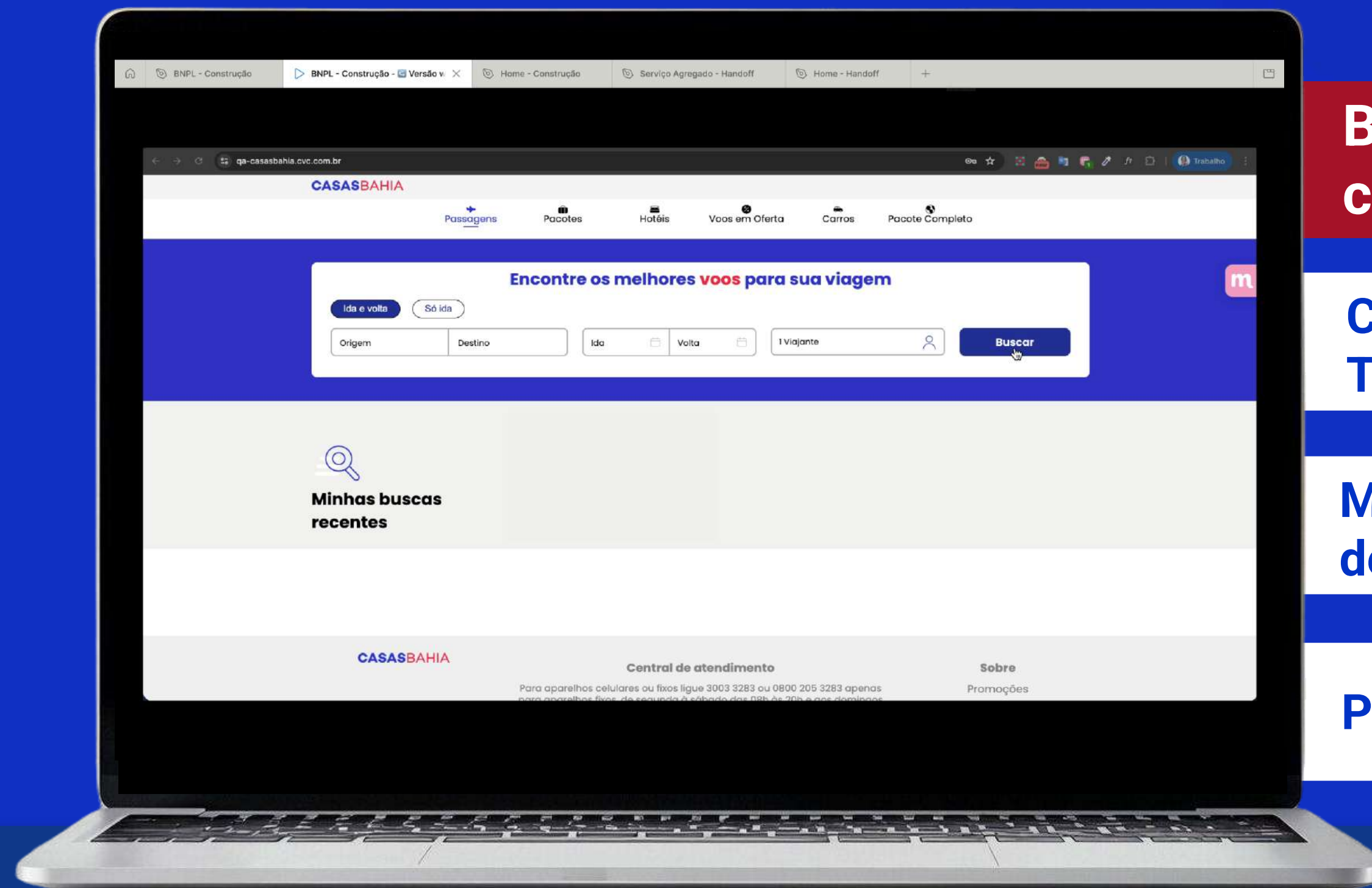
Mercado
Potencial

Grandes Varejistas
Casa&Construção

Turismo e Viagens
Marketplaces

O crediário Casas Bahia integrado ao ecossistema de parceiros!

Tecnologia BNPL que leva inclusão financeira



Base histórica de crédito
com capilaridade real

Checkout
Transparente

Maior Índice
de Aprovação

Plug and Play



Parceiro de
Lançamento

Mercado
Potencial

Grandes Varejistas
Casa&Construção

Turismo e Viagens
Marketplaces



Crédito

Entrada em um mercado potencial de R\$120 bilhões anuais com a força do balcão Casas Bahia

Crediário

Crédito parcelado no ponto de venda, integrado à jornada Casas Bahia, com foco em inclusão financeira e aumento de conversão.

Consignado Privado

Com desconto em folha combinando taxas competitivas e previsibilidade de pagamento, para públicos com renda recorrente e disponível no balcão Casas Bahia, app banQi e WhatsApp

Cartão de Crédito

Cartão com aceitação nacional, benefícios exclusivos no ecossistema Casas Bahia e Pontofrio, com forte estímulo à recorrência de uso.

Consórcio

Produto de planejamento financeiro para aquisição de bens, sem juros, com forte apelo de longo prazo.

Crédito para Fornecedores

Solução de capital de giro e antecipação de recebíveis para parceiros comerciais, fortalecendo a cadeia de suprimentos.

Empréstimo Pessoal

Crédito pessoal com contratação digital e rápida. Dinheiro livre na conta para qualquer necessidade. Parcelas previsíveis e prazos flexíveis.

BNPL (Crediário As a Service)

Solução de “Compre Agora, Pague Depois”, ampliando acesso ao crédito e impulsionando vendas no Varejo



Crédito I Consignado Privado

GRUPO CASASBAHIA

Entrada em um mercado potencial de R\$120 bilhões anuais com a força do balcão Casas Bahia

Lançamento do produto em abril/26

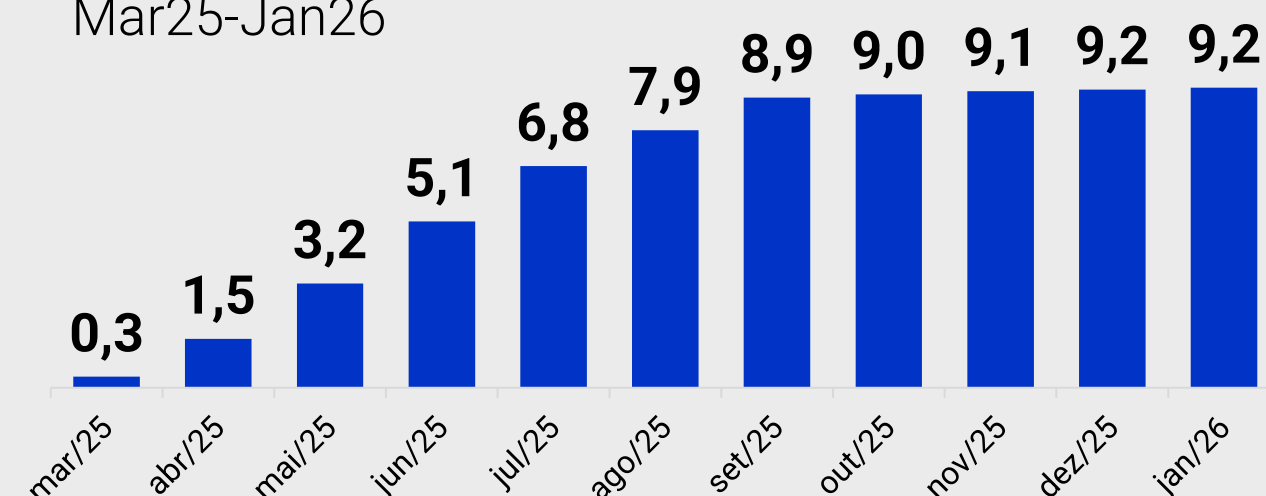


Mercado | Evolução da Produção

Crescimento consistente da produção sem juros

Produção Mensal (R\$ BI)

Mar25-Jan26



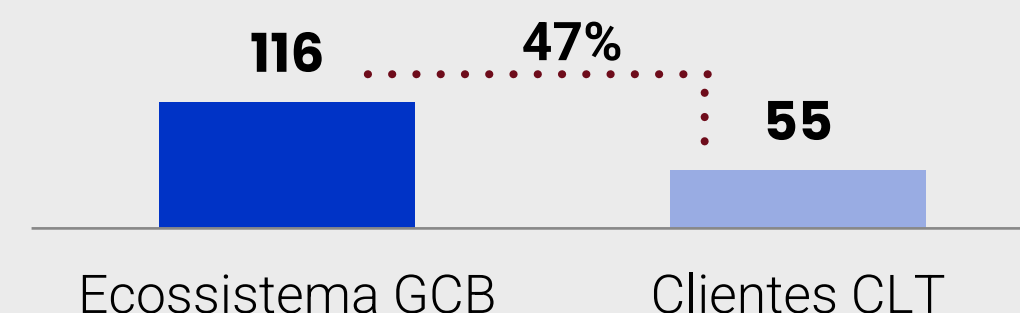
Estimativa de Mercado Atual R\$120 BI

i Espaço para novos entrantes com base qualificada. Produto de maior Ticket Médio (70% maior que o Empréstimo Pessoal), e com inadimplência menor.

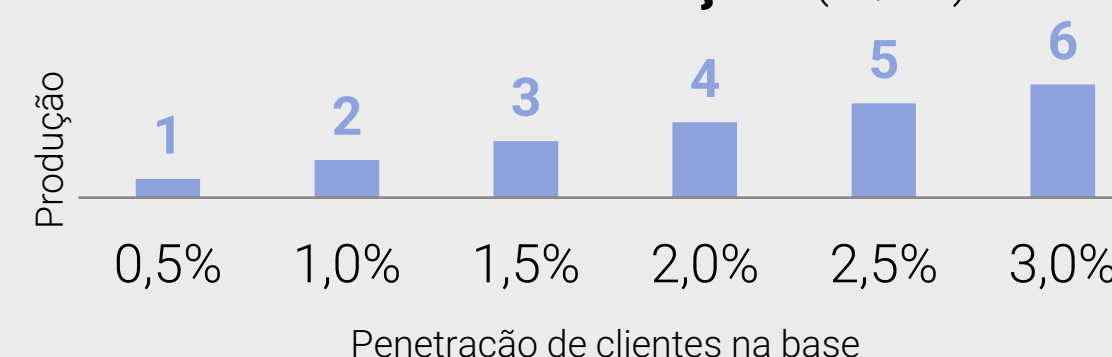


Potencial de Penetração

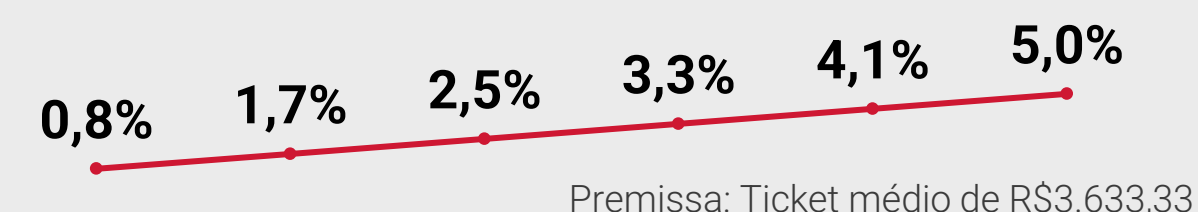
Clientes Elegíveis na Base GCB (MM)



Potencial de Penetração (R\$ BI)



Share de Mercado



Alavancas de Crescimento



Oferta no checkout da Loja

Utilização das lojas para conversão direta e assistida, aproveitando o fluxo diário.



Contratação via App banQi e CB

Jornada 100% digital e integrada à base ativa GCB e do banQi, com aprovação instantânea.



Jornada conversacional com IA

Assistente virtual inteligente, no WhatsApp, para oferta ativa e contratação simplificada via chat.



Cashback e Benefícios

Incentivos no varejo para os clientes que contratarem o consignado.



FIDCs

Escalabilidade por meio de FIDCs com parceiros estratégicos



Crédito

Portfólio completo para capturar valor em toda a jornada financeira do cliente

Crediário

Crédito parcelado no ponto de venda, integrado à jornada Casas Bahia, com foco em inclusão financeira e aumento de conversão.

Cartão de Crédito

Cartão com aceitação nacional, benefícios exclusivos no ecossistema Casas Bahia e Pontofrio, com forte estímulo à recorrência de uso.

Crédito para Fornecedores

Solução de capital de giro e antecipação de recebíveis para parceiros comerciais, fortalecendo a cadeia de suprimentos.

Consignado Privado

Com desconto em folha combinando taxas competitivas e previsibilidade de pagamento, para públicos com renda recorrente e disponível no balcão Casas Bahia, app banQi e WhatsApp

Consórcio

Produto de planejamento financeiro para aquisição de bens, sem juros, com forte apelo de longo prazo.

Empréstimo Pessoal

Crédito pessoal com contratação digital e rápida. Dinheiro livre na conta para qualquer necessidade. Parcelas previsíveis e prazos flexíveis.

BNPL (Crediário As a Service)

Solução de “Compre Agora, Pague Depois”, ampliando acesso ao crédito e impulsionando vendas no Varejo



Crédito

Portfólio completo para capturar valor em toda a jornada financeira do cliente

Crediário

Crédito parcelado no ponto de venda, integrado à jornada Casas Bahia, com foco em inclusão financeira e aumento de conversão.

Cartão de Crédito

Cartão com aceitação nacional, benefícios exclusivos no ecossistema Casas Bahia e Pontofrio, com forte estímulo à recorrência de uso.

Crédito para Fornecedores

Solução de capital de giro e antecipação de recebíveis para parceiros comerciais, fortalecendo a cadeia de suprimentos.

Consignado Privado

Com desconto em folha combinando taxas competitivas e previsibilidade de pagamento, para públicos com renda recorrente e disponível no balcão Casas Bahia, app banQi e WhatsApp

Consórcio

Produto de planejamento financeiro para aquisição de bens, sem juros, com forte apelo de longo prazo.

Empréstimo Pessoal

Crédito pessoal com contratação digital e rápida. Dinheiro livre na conta para qualquer necessidade. Parcelas previsíveis e prazos flexíveis.

BNPL (Crediário As a Service)

Solução de “Compre Agora, Pague Depois”, ampliando acesso ao crédito e impulsionando vendas no Varejo



Soluções Financeiras

Seguros e Serviços





Amplo portfólio de seguro e serviços, com alta margem alavancada pela base de crédito





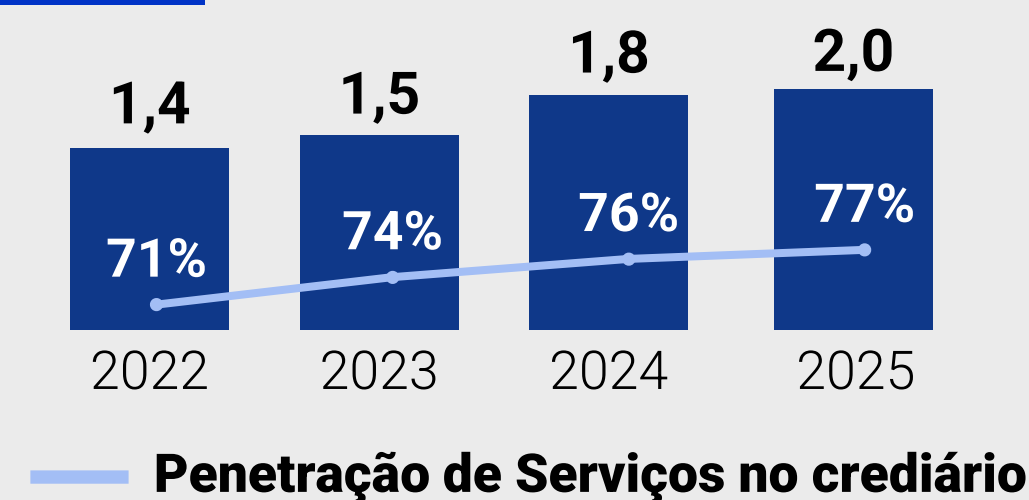
Soluções Financeiras | Seguros e Serviços

GRUPO CASASBAHIA

Produtos de alta margem impulsionada pela base de crédito e com forte potencial de expansão



Faturamento S&S (R\$ BI)



Seguros afinidades do Brasil

Relevância GCB
Simulação Grupo CB
como Seguradora:

Posição	Empresa	R\$ BI
1º	Grupo Casas Bahia	1,70
2º	Player 2	1,61
3º	Player 3	1,56
4º	Player 4	1,19
5º	Player 5	1,10
6º	Player 6	1,07
7º	Player 7	0,64
8º	Player 8	0,56
9º	Player 9	0,56
10º	Player 10	0,51

Fonte: SUSEP Jan – Nov 2025



O Grupo Casas Bahia
é a **maior operação
de varejo** em seguros
afinidades do Brasil



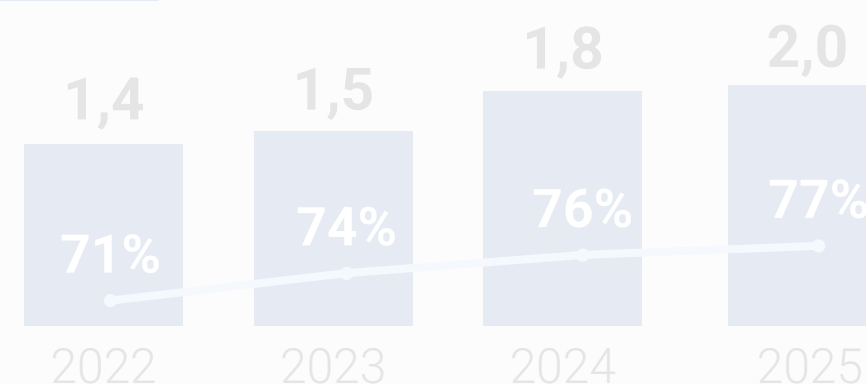
Soluções Financeiras | Seguros e Serviços

GRUPO CASASBAHIA

Produtos de alta margem impulsionada pela base de crédito e com forte potencial de expansão



Faturamento S&S (R\$ BI)



Penetração de Serviços no crediário



Seguros afinidades do Brasil

Relevância GCB

Simulação Grupo CB como Seguradora:

Posição	Empresa	R\$ BI
1º	Grupo Casas Bahia	1,70
2º	Player 2	1,61
3º	Player 3	1,56
4º	Player 4	1,19
5º	Player 5	1,10
6º	Player 6	1,07
7º	Player 7	0,64
8º	Player 8	0,56
9º	Player 9	0,56
10º	Player 10	0,51

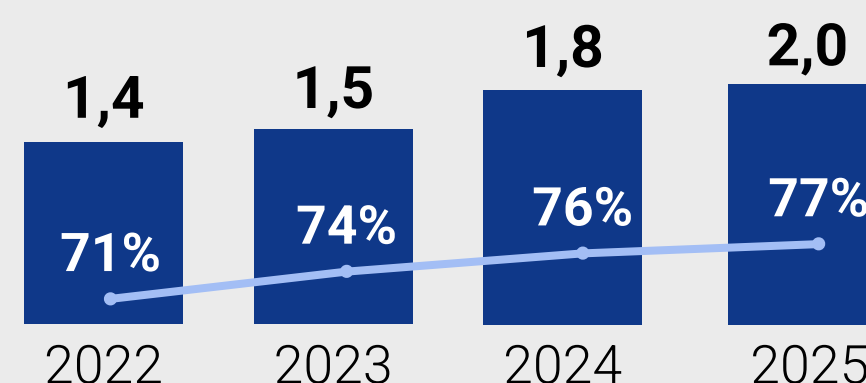
Fonte: SUSEP Jan – Nov 2025



O Grupo Casas Bahia é a **maior operação de varejo** em seguros afinidades do Brasil



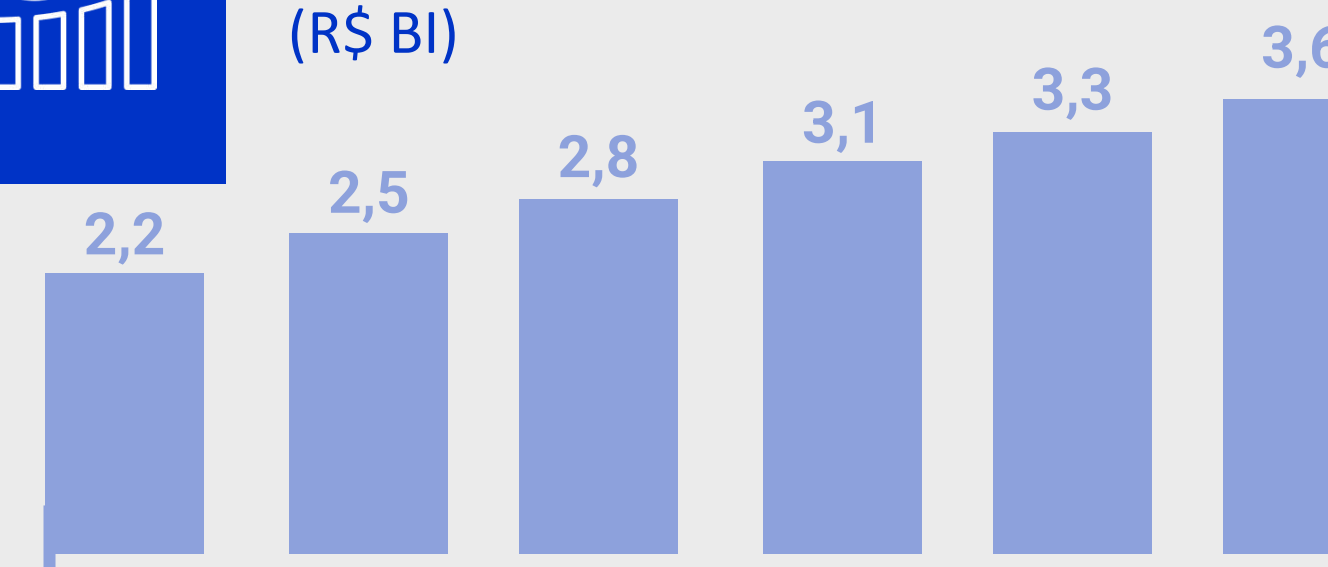
Faturamento S&S (R\$ BI)



Penetração de Serviços no crediário



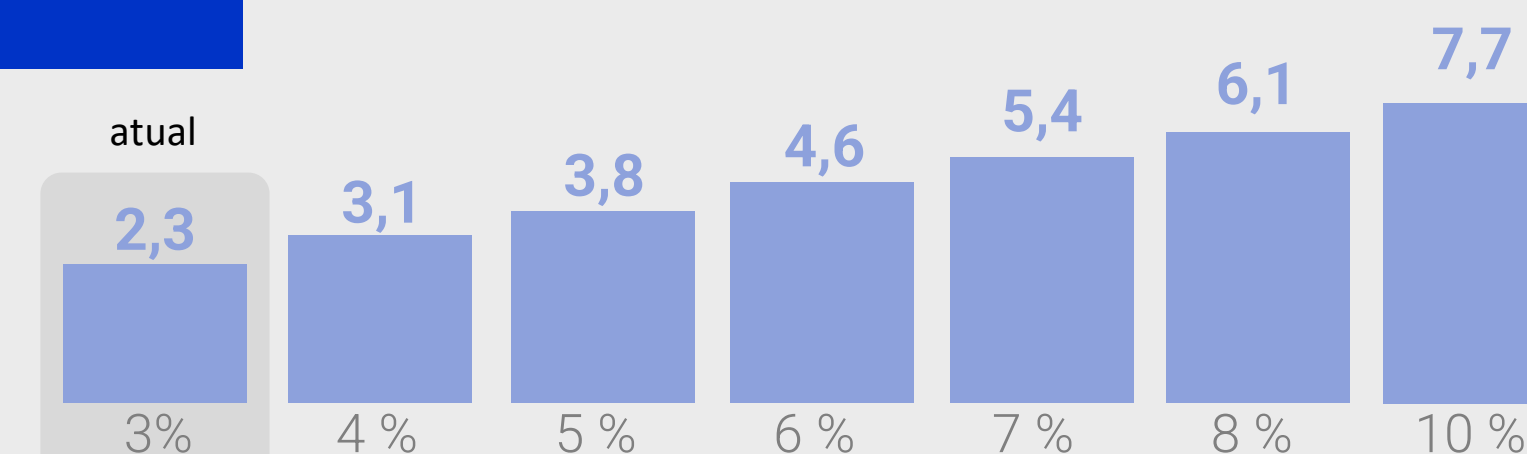
Faturamento S&S (R\$ BI)



Incremento em serviços, conforme ganho de share no CDC



Análise de sensibilidade com base no potencial carteira de CDC



Penetração de clientes na base



Soluções Financeiras

Infratech





✓ IP → ✓ SCD ↻ → SCFI¹

Bancarização

Emissão de CCBs para bancarização das operações de Crédito

+R\$ 10BI de crédito originado no Grupo em 2025

R\$ 2,4BI bancarizados via banQi em 2025 (24% do total)

76% de oportunidade sobre o volume total de crédito originado

Core Banking

Infraestrutura tecnológica que amplia o portfólio de produtos B2B do banQi, voltados para o ecossistema GCB

100M de boletos/ano de potencial no ecossistema do Grupo

+350K de boletos emitidos via banQi em 2025 (0,35% do total)

99% de oportunidade sobre o volume total de boletos emitidos

Adquirência

Infraestrutura para captura e processamento de pagamentos no Grupo Casas Bahia

R\$ 14BI/ano de volume potencial de pagamentos

R\$ 30MM de TPV em 6 lojas em 2025 (1% do total)

99% de oportunidade no volume total de antecipação

Investimentos

Estrutura regulatória e tecnológica **para ampliar a oferta de produtos financeiros do banQi, incluindo soluções de investimentos.**

Captação de Funding

Diversificação de funding para maior eficiência e redução do custo de capital.

6 veículos de FIDC estruturados desde o 3T24.

¹ Em processo de aprovação pelo Banco Central



Soluções Financeiras

Considerações Finais

Construímos um Ecossistema Financeiro Relevante, Rentável e Escalável!

GRUPO

CASASBAHIA

Os Números Atuais são Robustos e Representativos, porém, frente ao potencial do ecossistema, temos imensas possibilidades!

116MM

Clientes na base

Escala, recorrência e capilaridade já construídas no ecossistema !

Os números já são grandes, mas a penetração ainda é Pequena. É essa assimetria que define a oportunidade à frente !



Crediário

2,0%

2,3 MM Clientes 116MM

Penetração ainda baixa frente à PEA Brasil (~130MM) e ao potencial de expansão sobre perfis já validados na carteira.



Seguros & Serviços

1,5%

1,7 MM Clientes 116MM

77% De penetração no Crediário, líder em seguros afinidades no varejo e com grande intersecção com os meios de pagamento da companhia.



Cartão de Crédito

1,2%

1,4 MM Clientes 116MM

Com baixa penetração no público-alvo e na base de pré-aprovado, o produto representa uma camada importante de monetização e potencial de expansão.



Produtos Financeiros

0,2%

0,3 MM Clientes 116MM

EP, Consignado, BNPL, Crédito a Fornecedores, Consórcio e Pagamentos, ampliam as avenidas de monetização sobre infraestrutura já construída.



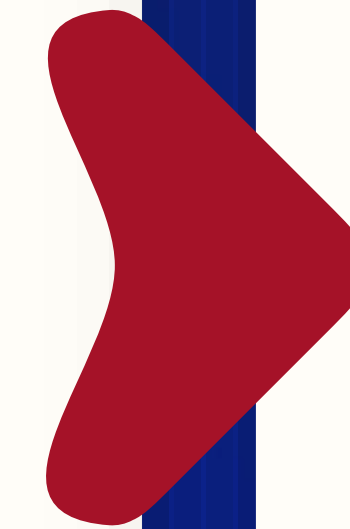
Margem de Contribuição

... um novo
momento.
Uma nova
marca.

2021

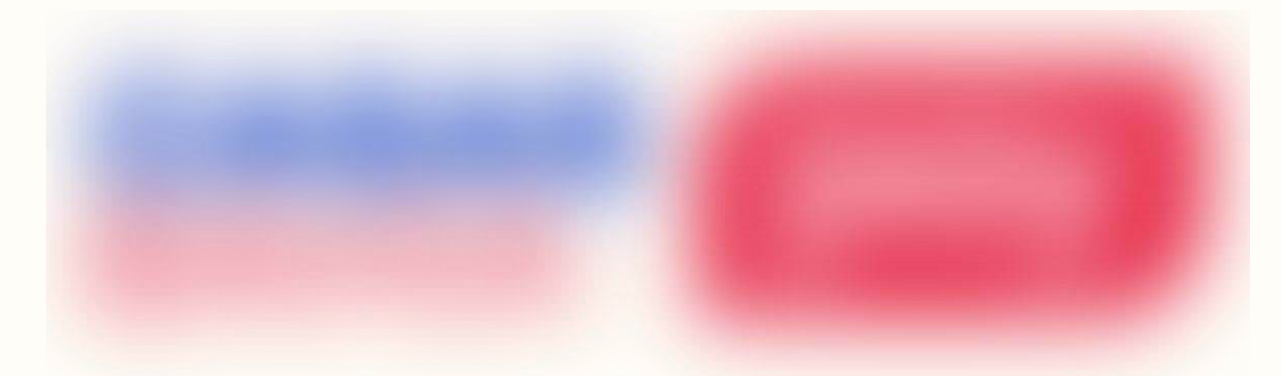
Primeiro,
você começa...

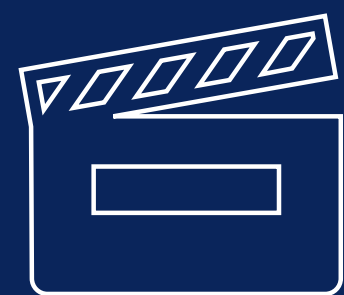
banQi
CASASBAHIA



2026

Depois,
você evolui!





Vídeo

Soluções Financeiras





Obrigado

CASAS
BAHIA

pay

CASAS
BAHIA

pay



Novas alavancas
já em movimento

Reforma Tributária



Reforma Tributária (RT) redefine o jogo competitivo do varejo

Fim das distorções tributárias e transição para uma lógica econômica de operação

Mudança estrutural do setor

Fim da arbitragem tributária como diferencial competitivo

Decisões deixam de ser fiscais e passam a ser econômicas

Simplificação do sistema reduz complexidade operacional e distorções

Impactos operacionais relevantes

Logística passa a ser definida pelo negócio (e não mais por incentivos fiscais)

Equalização de preços entre canais e concorrentes

Simplificação de processos e maior eficiência operacional

Impacto financeiro

Pressão estrutural em capital de giro com a introdução do split payment

Maior necessidade de eficiência operacional e disciplina financeira

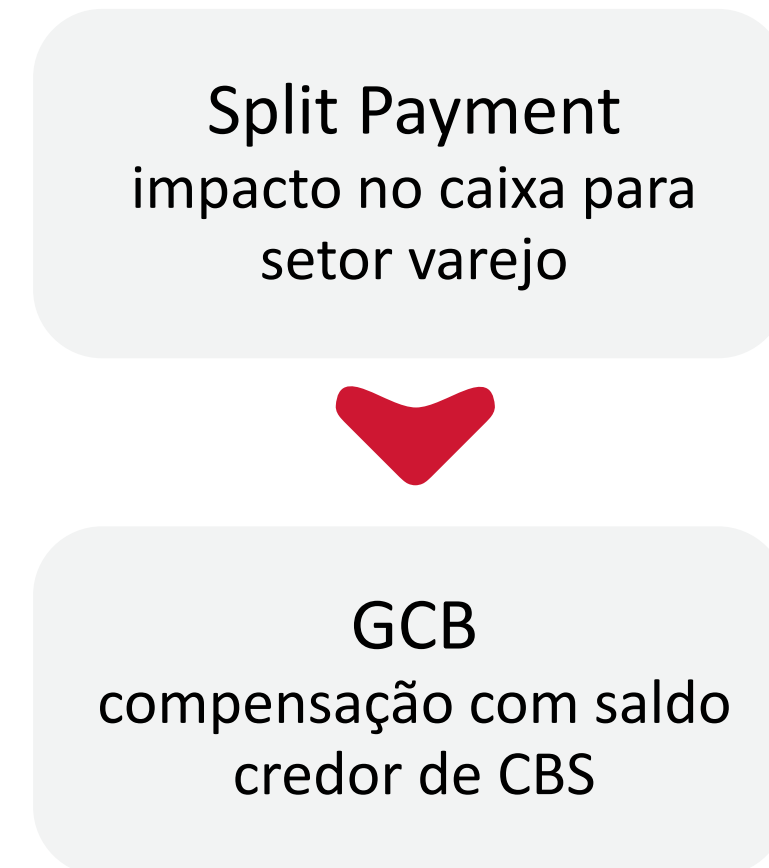
Redução da informalidade no setor

**A Reforma não é apenas tributária.
Redefine o modelo econômico e competitivo do varejo**



A Reforma Tributária reposiciona a competição — e favorece o nosso modelo

Loja Física ganha competitividade e nossa malha logística se torna uma vantagem importante





INVESTOR DAY 2026

From turnaround to value creation

GRUPO CASASBAHIA

Novas alavancas
já em movimento

Alocação de Capital



Alocação de Capital como Estratégia Central

Disciplina de capital incorporada à operação e às decisões do dia a dia



Fundamentos da Alocação de capital

Disseminação da cultura de retorno sobre capital empregado

Métricas operacionais vinculados ao conceito de ROIC (Margens 1-5)

Incentivos e remuneração alinhados à criação de valor



Decisões operacionais com lente de capital

Proxy de “ROIC” por categoria, canal, fornecedor

Integração do conceito com mix, pricing e estratégia comercial



Alocação real de capital

Capex, capital de giro e crédito (crediário e antecipação fornecedores) como principais alavancas

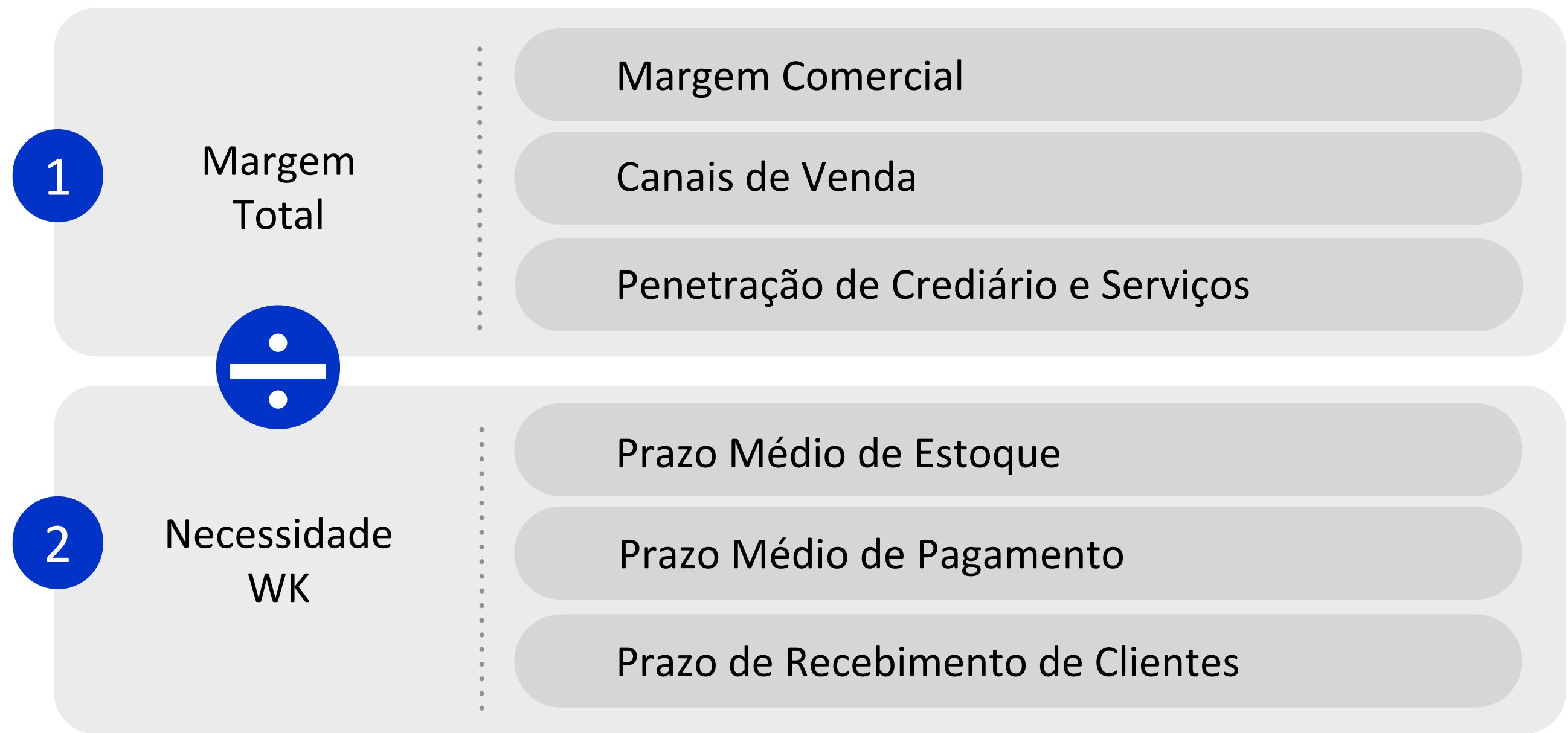
Cada real compete entre alternativas

Priorização baseada em retorno e geração de caixa



ROIC nas Decisões Comerciais

Alocação entre categorias e fornecedores baseada em retorno e capital empregado



Maior margem não implica maior retorno sobre capital

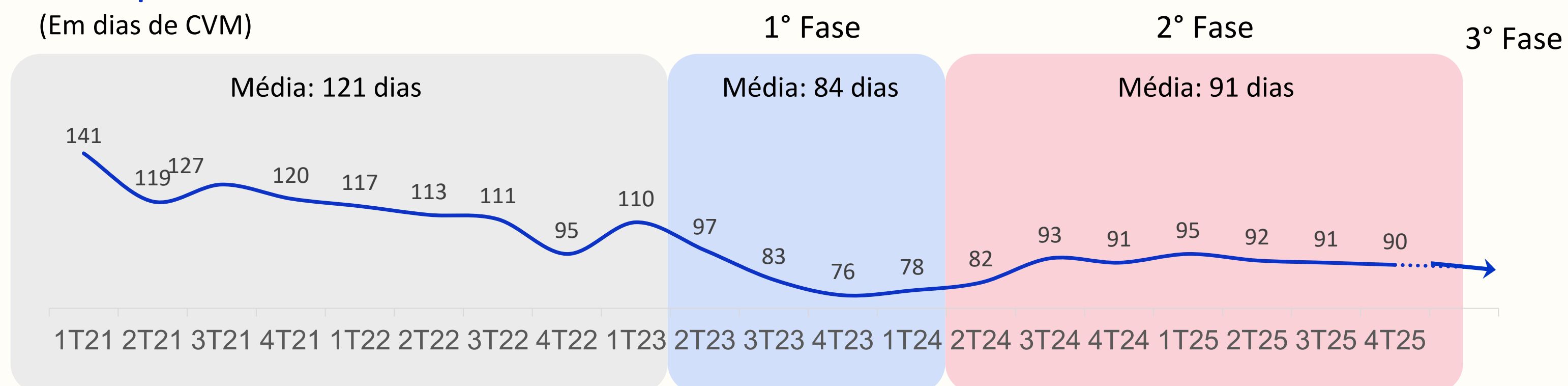
Categorias com menor margem podem gerar maior ROIC

Tamanho e custo de capital relevante na avaliação

	1	2				
	Margem Total	Dias de Estoque (dias)	Prazo Médio de Pagamento (dias)	Prazo Médio de Recebimento (dias)	Defasagem do WK (dias)	ROIC
Categoria 1	29,6%	105	186	116	-35	14,0%
Categoria 2	23,0%	95	160	95	-29	13,9%
Categoria 3	39,9%	68	137	173	-105	8,5%

Estoque

(Em dias de CVM)



1ª Fase

- Ajuste inicial na qualidade de estoque

2ª Fase

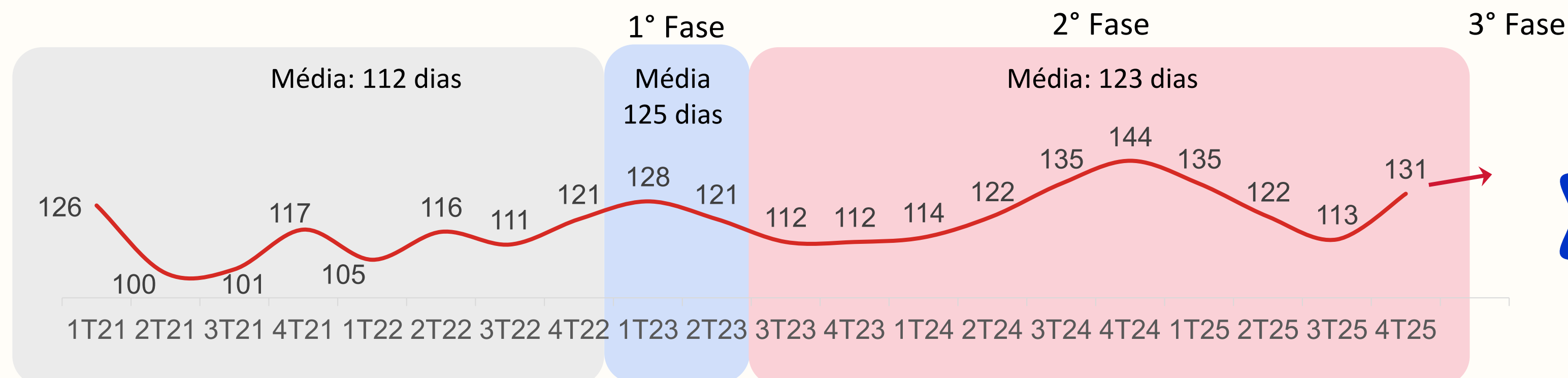
- Estabilidade ~90 dias

3ª Fase

- Processo de otimizar giro
- Aumento de vendas sem aumento de estoques – exemplo de parceria de e-commerce
- Eficiência em supply (cluster, distribuição, redução de aging)

Fornecedores

(Em dias de CVM)



1ª Fase (Até 2T23)

- Impacto relevante no setor

2ª Fase

- Restrição de prazo de fornecedores tradicionais
- Entrada de players com prazo mais alongado

3ª Fase

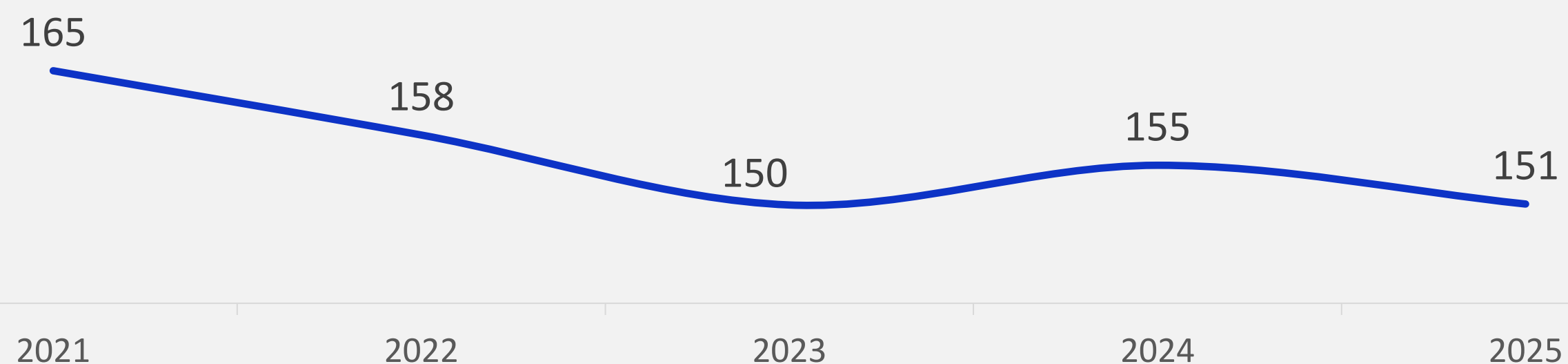
- Transformação do Balanço com a evolução do Plano de Transformação da Estrutura de Capital
- Recuperar prazo dos tradicionais e participação de novos players crescente



Capital de Giro

Clientes

(Em dias de CVM)

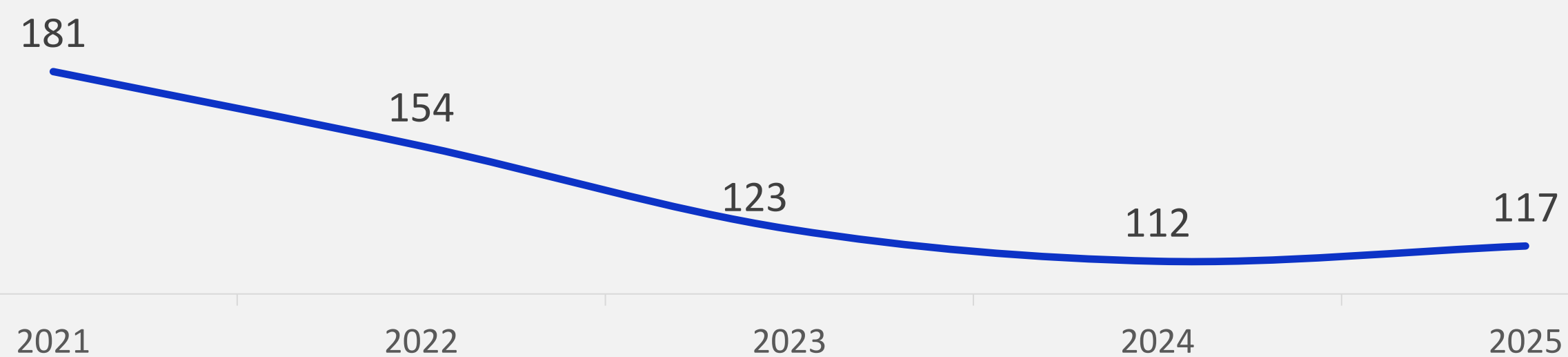


Clientes

- Estabilidade entre 150-160 dias ao longo dos últimos anos
- Alta sensibilidade do volume de vendas à redução do prazo médio

Ciclo de Caixa

(PME+PMR-PMP | Em dias)



Ciclo de Caixa

- Ciclo de caixa ainda negativo, em ~115–120 dias
- Foco na otimização do giro de estoques e alongamento de prazos com fornecedores - Redução adicional do gap como principal oportunidade de eficiência de capital

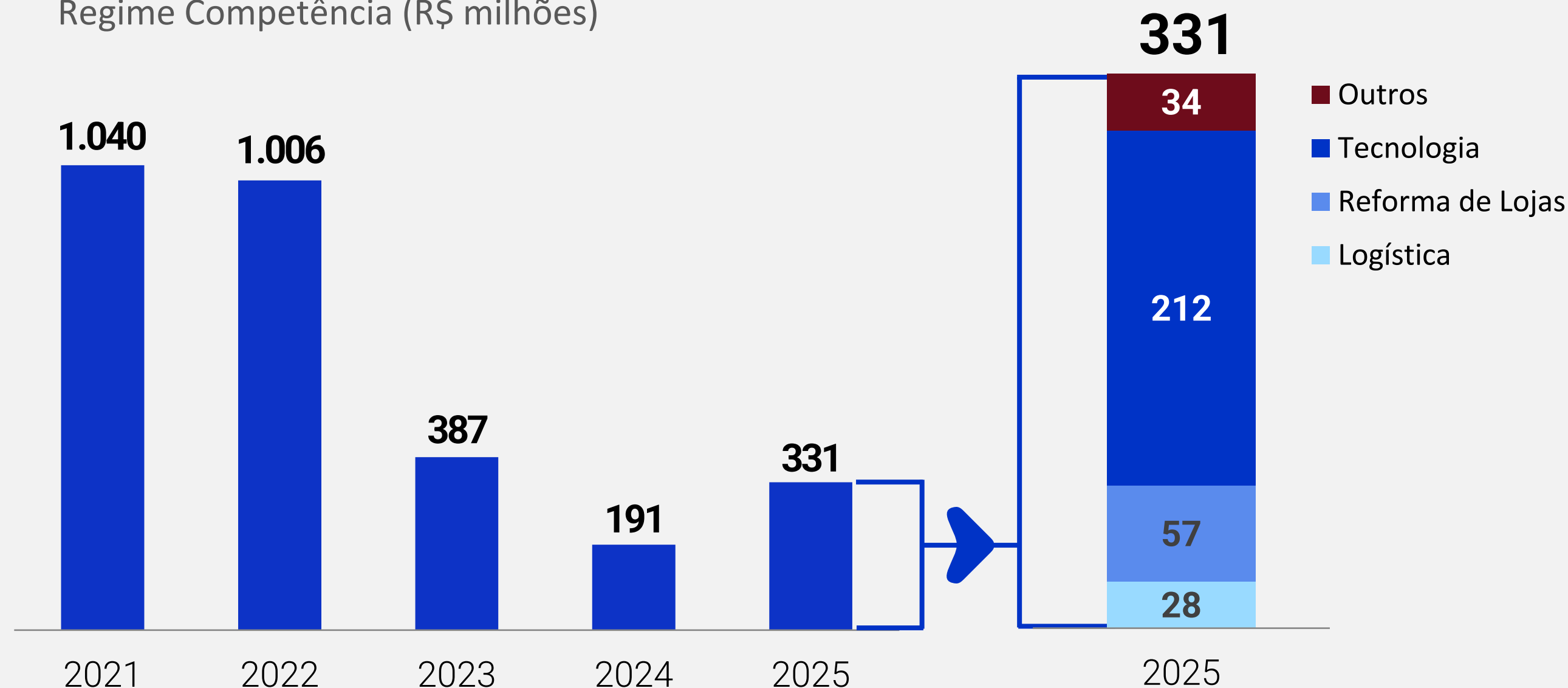


Maior Disciplina na Alocação de Recursos

Investimentos seletivos e orientados a produtividade, com disciplina, rigor de aprovação e acompanhamento. Concentração em tecnologia e projetos estruturantes.

Capex

Regime Competência (R\$ milhões)



- Saída de um ciclo intensivo em capex para um modelo mais leve e eficiente
- Alocação de capital direcionada a projetos com maior retorno e impacto operacional
- Foco em tecnologia, produtividade e projetos estruturantes, com ênfase em dados, IA e experiência do cliente

4 Crédito é um dos principais vetores de criação de valor, dado seu alto retorno sobre capital investido

Fortalecimento do crediário e expansão do crédito a fornecedores devem elevar a rentabilidade da Cia

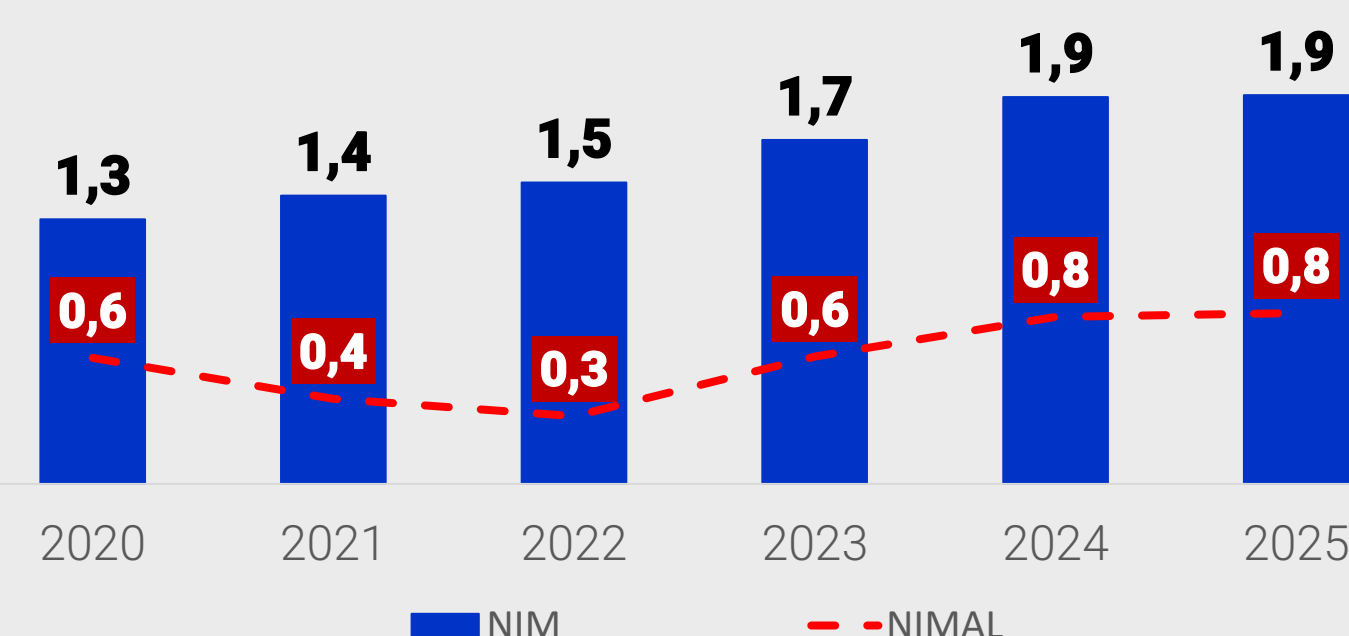
Crediário

- Produto financeiro de alta rentabilidade
- Redução de spread a ser capturado
- Expertise de 60 anos oferecendo crédito
- Forte histórico controle da inadimplência
- Redução de spread a ser capturado



NIM | NIMAL
(R\$ BI)

+600MM
2020 vs 2025



NIM = Receita – Funding | NIMAL = Receita – Funding – Perdas

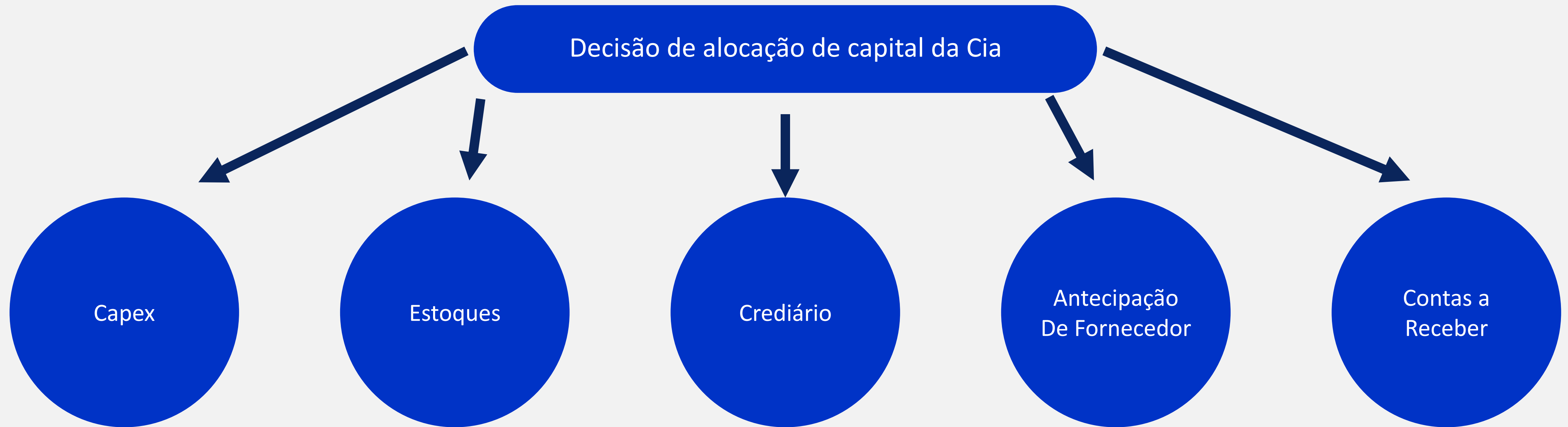
Antecipação a fornecedores

- Potencial de > 2 Bi de carteira
- Antecipar pagamentos a fornecedores com desconto (taxa implícita de juros)
- Ganho na diferença de taxas de juros



Potencial a ser capturado

4 Decisão de alocação de capital orientada pelo maior retorno sobre capital investido



DISCIPLINA DE CAPITAL

Cada recurso é direcionado para a oportunidade de maior retorno!



O caminho para o lucro

INVESTOR DAY 2026

From turnaround to value creation

GRUPO CASAS BAHIA





Caminho para o lucro

GRUPO CASASBAHIA

Grupo Casas Bahia concluiu uma profunda transformação do balanço e operações e agora entra em uma nova fase para geração de lucro

Eficiência Operacional

Foco: aumento de vendas e redução de despesas

O que foi feito:

- Melhorias sistêmicas prontas para rollout em 2026

Oportunidades:

- Aumento da eficiência operacional por meio do uso de IA
- CRM avançado
- Precificação dinâmica
- Logística e abastecimento

Melhoria de resultado financeiro

Foco: redução da Despesa financeira

O que foi feito:

- Transformação do balanço

Oportunidades:

- Redução de spreads
- Aumento de limites de crédito
- Monetização de ativos
- Aumento de prazos com fornecedores
- Otimização do giro dos estoques
- Queda de selic

Alavancagem Operacional

Foco: expansão de Cash margin

O que foi feito:

- 9 trimestres de crescimento de margem EBITDA

Oportunidades:

- Novas parcerias e aumento relevante no e-commerce
- Escala e negociações comerciais
- Novos entrantes na indústria

Crédito e Serviços

Foco: incremento da Rentabilidade

O que foi feito:

- Aumento da carteira para R\$ 6,6 bi e disponibilidade de funding para crescimento

Oportunidades:

- Crediário digital crescente
- Maior participação nas vendas de loja física
- Programa CDC 2027 - foco estruturado da cia

Estratégia bem definida, cultura sólida, execução consistente



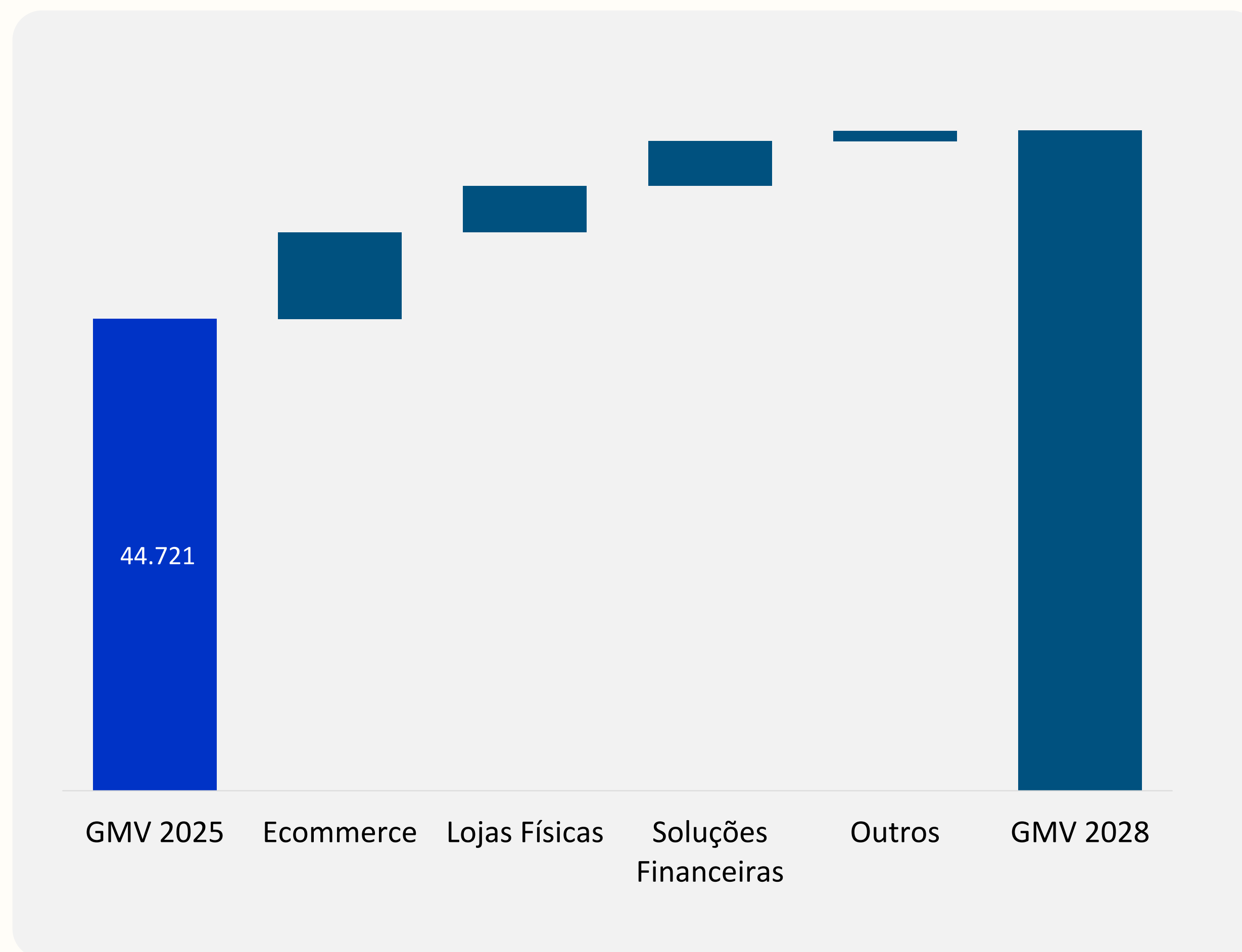
Visão de Futuro CB28





Evolução do GMV | Cenário 2028

GRUPO **CASASBAHIA**



Ecommerce

Impacto de incremento das vendas orgânicas, parcerias e ganho de mercado.

Lojas Físicas

Impacto de incremento de vendas devido ao aumento do SSS e o expansão do número de lojas.

Soluções Financeiras

Impacto de crescimento de vendas em razão do aumento de carteira de crédito e serviços dada a maior penetração, além de novos produtos.

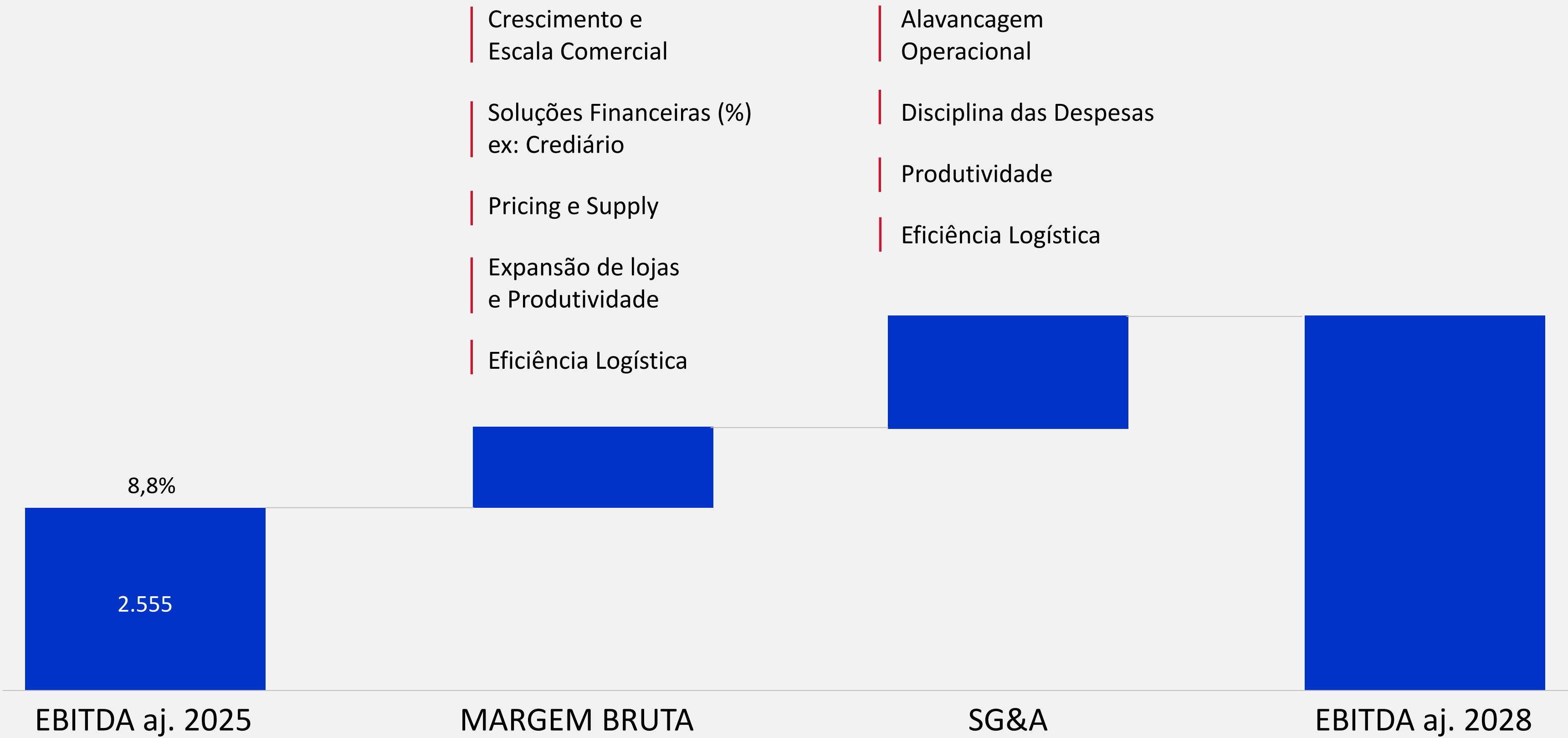
Outros

Demais empresas do Grupo, como CB Full e Bartira



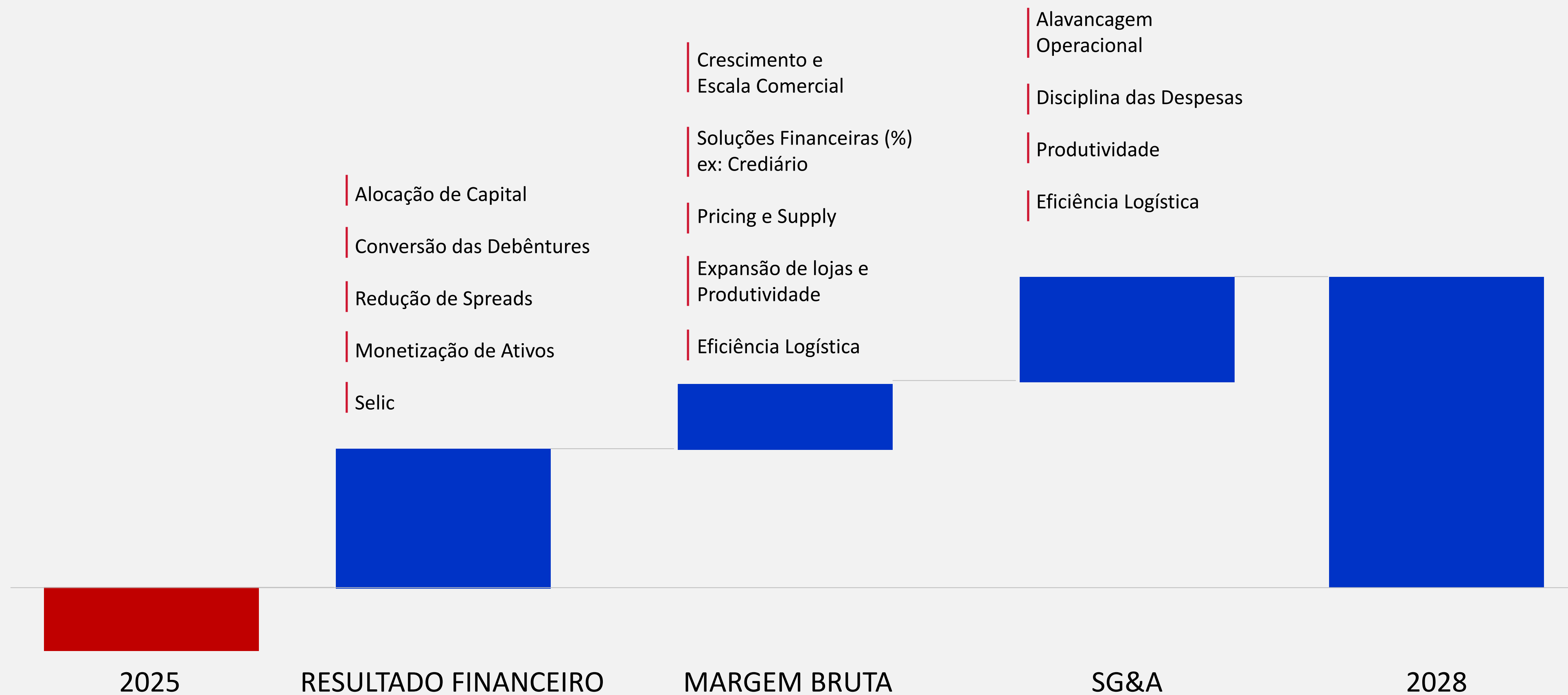
Evolução do EBITDA aj. | Cenário 2028

Valores em R\$ Bilhões





Evolução do LAIR | Cenário 2028





INVESTOR DAY 2026
From turnaround to value creation

GRUPO CASASBAHIA

Discussão Aberta



Mensagem Final: Assimetria e Geração de Valor





Concluimos **um profundo ajuste operacional** e de balanço e agora entramos numa nova fase focada em **monetizar escala, frequência e dados, com melhoria na qualidade do EBITDA e geração de caixa**

O risco estrutural foi removido

Riscos de liquidez e refinanciamento foram removidos

A alocação de capital agora é baseada em ROIC e disciplinada

O crescimento do GMV não é mais buscado às custas das margens ou do fluxo de caixa

Execução consistente

Expansão consistente do EBITDA e recuperação de margens

FCFF positivo e crescente antes mesmo da normalização das taxas

Crédito + serviços como motores de rentabilidade e caixa

Menor volatilidade nas margens

Alavancagem normalizada 0,4x
Dívida Líquida / EBITDA

Monetização da plataforma

O GCB ainda é percebido primariamente como um varejista cíclico dependente de taxas

A mudança para uma plataforma de consumo em escala com múltiplos alavancadores de monetização não está refletida no valor de mercado

O risco de execução diminuiu materialmente após múltiplos trimestres de entrega

Geração de Valor

Balanço patrimonial normalizado e permitindo flexibilidade estratégica

Qualidade do EBITDA e conversão de caixa visíveis e melhorando sequencialmente

Assimetria atraente: queda protegida com potencial de valorização significativo a partir da reavaliação conforme o risco de legado desaparece

Do reparo do balanço patrimonial para a monetização da plataforma



Renato Horta Franklin
CEO do Grupo Casas
Bahia

in [Linkedincom/in/renato-franklin](https://www.linkedin.com/in/renato-franklin)
 [@renatofranklin](https://www.instagram.com/renatofranklin)



Elcio Mitsuhiro Ito
CFO do Grupo
Casas Bahia

in [Linkedincom/in/elcio-ito](https://www.linkedin.com/in/elcio-ito)

