

RESULTADOS

3T25

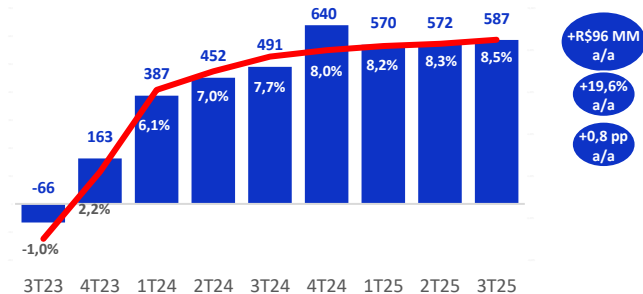


GRUPO **CASASBAHIA**



8 TRIMESTRES CONSECUTIVOS DE MELHORA SEQUENCIAL DE MARGEM EBITDA

EBITDA Ajustado - R\$ MM



DESTAQUES 3T25

8º tri consecutivo de melhora sequencial de margem EBITDA

Crescimento de GMV em todos os canais (+8,5% a/a)

Geração de R\$ 488 MM de fluxo de caixa livre

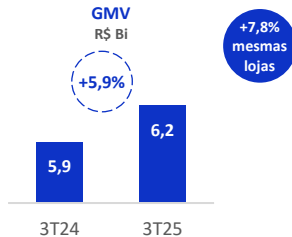
Lançamento da parceria com Mercado Livre

- 8 trimestres consecutivos de melhoria de margem EBITDA: 8,5% (+0,8 p.p. vs 3T24 e +0,2 p.p. vs 2T25)
- Geração de R\$ 488 MM de fluxo de caixa livre (+R\$ 667 MM a/a) e saldo de liquidez de R\$ 3,0 Bi
- Lançamento da parceria com Mercado Livre, expandindo a presença digital e fortalecendo a Casas Bahia como o maior 1P do Brasil
- Crescimento do GMV online (+12,7% a/a), com continuidade do avanço no 3P (+17,7% a/a) e 1P online (+9,2% a/a)
- Ganho de market share offline nas principais categorias (+0,7 p.p. a/a) com avanço mesmas lojas de +7,8%
- Conversão de R\$ 1,6 Bi da 2ª série das debêntures em ações
- Emissão do FIDC de risco sacado de R\$ 555 MM, que amplia as fontes de crédito e reduz o custo de financiamento da Cia
- Carteira de crediário em R\$ 6,2 Bi (+R\$ 463 MM a/a), com aumento de +6,5% na receita de soluções financeiras e inadimplência sob controle (over 90 de 8,4%, estável t/t e a/a)

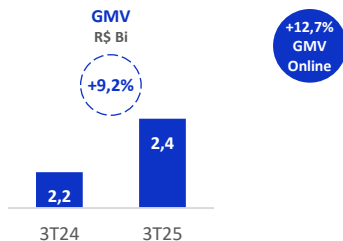
POSICIONAMENTO ESPECIALISTA OMNISCANAL

Venda mesmas lojas crescendo +7,8% com captura das iniciativas do Plano de Transformação

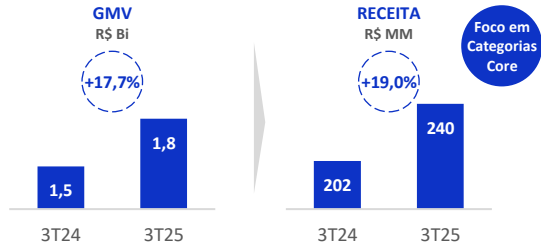
Loja Física



1P Online



3P



Ganho de +0,7 pp no market share da loja física

Linha Branca



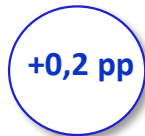
Informática



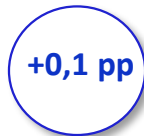
Telefonia



Eletroportáteis e Sazonal



TVs



2 LÍDERES DE MERCADO SE UNINDO!

Parceria Casas Bahia e Mercado Livre para acelerar o e-commerce no Brasil



CRESCIMENTO E RENTABILIZAÇÃO DO ECOSSISTEMA



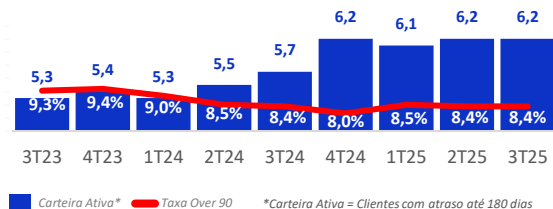
1

CREDIÁRIO: AUMENTO DE CARTEIRA COM INADIMPLÊNCIA SOB CONTROLE

Produção +5% maior a/a, com foco na melhor qualidade de risco de crédito

Evolução da carteira ativa de crédito

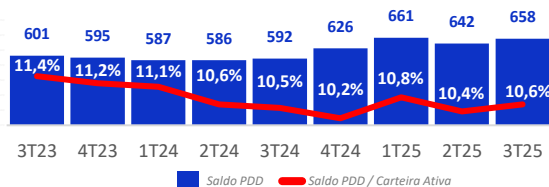
(R\$ bilhões)



A maior
carteira de
crediário do
Brasil

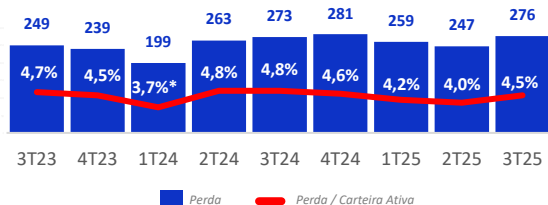
PDD

(R\$ milhões)



Perda líquida trimestral sobre carteira

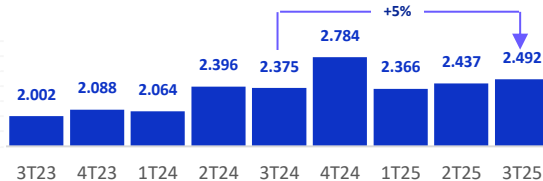
(R\$ milhões)



Indicadores
saudáveis de
inadimplência

Produção

(R\$ milhões)



1

CREDIÁRIO: INADIMPLÊNCIA DO GRUPO CASAS BAHIA SE MANTEVE SOB CONTROLE

Enquanto a inadimplência do mercado apresentou piora diante do cenário macroeconômico desafiador desde 3T24



Concessão sustentável, com níveis de inadimplência sob controle



Profundo conhecimento da nossa base de clientes



Foco na qualidade do risco de crédito



Concessão conservadora diante do cenário macro atual



Taxas customizadas para diferentes perfis de risco



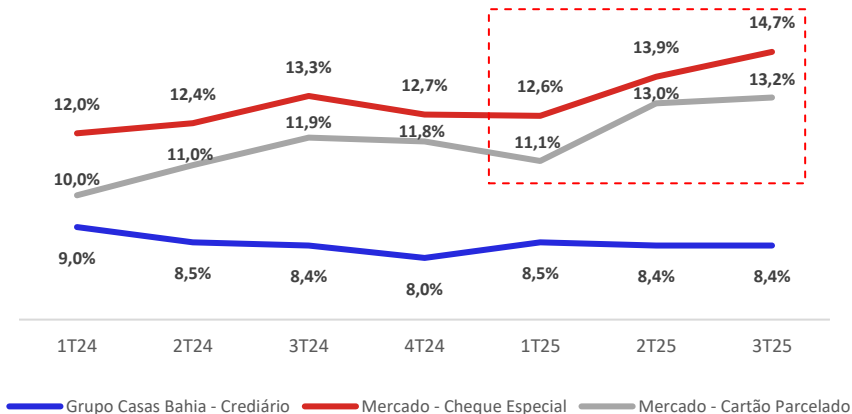
Decisão de crédito proprietária



Fidelidade do consumidor à Casas Bahia

Inadimplência Over 90

(%)



2

CBfullGRUPO **CASASBAHIA**

PLATAFORMA LOGÍSTICA INTEGRANDO A EXPERTISE INTERNA E AQUISIÇÕES, ATENDENDO A CLIENTES B2C, B2B e D2C

**25**

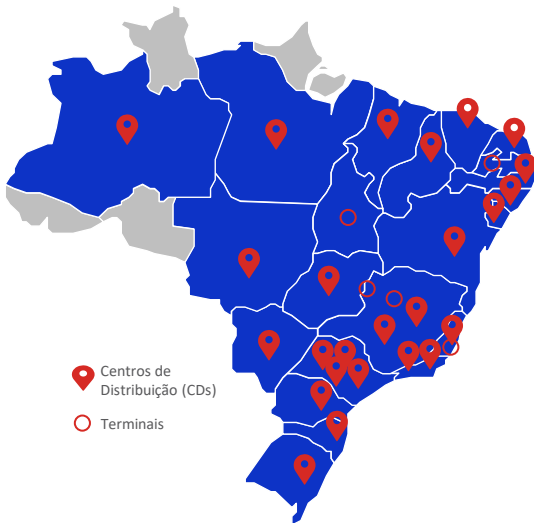
Centros de Distribuição

**2,6 MM m²**Capacidade de
armazenamento**TOTAL****64%**Pedidos 1P entregues
no mesmo dia**72%**

Até 24 horas

81%

Até 45 horas

Centros de
Distribuição (CDs)

Terminais

**100%**

Cidades cobertas pelas entregas

**1.044**Lojas Físicas
(Retira Rápido)**ONLINE****15%**Pedidos 1P entregues
no mesmo dia**40%**

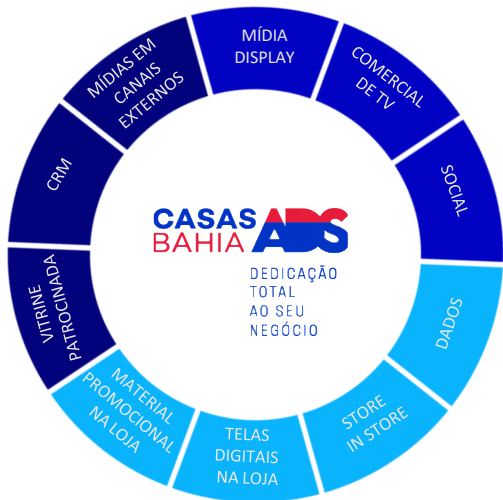
Até 24 horas

65%

Até 45 horas

**1.600+**Estações cross docking
(ex. Correios)

*Mapa não inclui cinco terminais utilizados na operação



DESTAQUES 3T25

+62%Receita bruta¹
a/a**+24%**ROAS² médio na
plataforma digital

INOVAÇÃO EM FORMATOS DE VÍDEO ADS E INTEGRAÇÃO DE VITRINES



Video Ads: lançamento do novo formato para campanhas de awareness e consideração, com exibição em áreas de alto tráfego (home, busca e páginas de produto) e potencial de +50MM impressões/mês.



Produtos Patrocinados: integração do algoritmo às vitrines de recomendação, ampliando o inventário em +15% e melhorando a entrega de itens mais relevantes ao consumidor.

1) Considera todo o ecossistema de mídia do Casas Bahia Ads

2) ROAS do anunciante é a sigla de "Return on advertising spend", ou "retorno sobre gasto com anúncios"

ESG



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

SUSTENTABILIDADE PROGRAMA DE RECICLAGEM REVIVA E ENERGIA RENOVÁVEL

89% do Uso de Energia

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

+748 Ton

resíduos destinados para reciclagem

755 Coletores

eletroeletrônicos distribuídos nas lojas e operações

1 Ton de Eletrônicos

encaminhados para descarte e reciclagem

Economia Circular

Recuperamos 96,3% das mercadorias devolvidas (2.933 ton), que passaram por manutenção e foram revendidas em lojas de saldo - prolongando a vida útil dos produtos e reduzindo resíduos

SOCIAL FUNDAÇÃO CASAS BAHIA

Protagonismo Jovem

Contratação de 51 jovens do Ins. Proa.
5.701 alunos formados na modalidade Plataforma Proa e 145 formados no projeto “Proprofissão”

Fomento ao Empreendedorismo

Formação de 1.500 mulheres empreendedoras nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Bahia e no DF

Criação de canal de atração e seleção para candidatura nas áreas corporativas, lojas e logística do Grupo Casas Bahia

GOVERNANÇA CORPORATIVA

Robustas Práticas de Governança

- Listagem no Novo Mercado
- Conselheiros independentes
- Executivos distintos para CEO e Presidente do Conselho
- Comitê Estatutário de Auditoria, Riscos e Compliance

Avaliação do Auditor Externo

Desde 2020, não há fraquezas materiais ou deficiências significativas nos controles internos

Programa de Integridade

- Fortalecimento da cultura de Auditoria, Riscos e Compliance:
 - Parceria com a ABTA no combate à pirataria
 - Reconhecimento do IIA Brasil e finalista no Leaders League Compliance Summit & Awards
- Lançamento do programa Ecos de Integridade e da agente de IA Sofia para disseminação de conhecimento em GRC

Dupla Materialidade

Início do estudo com envolvimento da liderança, conselheiros e demais partes

Índices de Mercado

Reporte ao CDP Clima e ao ICO2 B3, garantindo a transparência das informações sobre mudanças climáticas

DESTAQUES FINANCEIROS



DESTAQUES FINANCEIROS

Evolução do Plano de Transformação

DISCIPLINA DE EXECUÇÃO OPERACIONAL

Melhora sequencial das margens operacionais

8 trimestres consecutivos de
melhoria de margem EBITDA:
8,5%
(+0,8 p.p. vs 3T24 e
+0,2 p.p. vs 2T25)

Crescimento de GMV em
todos os canais:
+8,5% a/a

Melhoria de SG&A:
-2,4 p.p. a/a sob a receita

Credciário com inadimplência
sob controle

LIQUIDEZ E FLUXO DE CAIXA

Gestão de liquidez e fluxo de caixa

Geração de fluxo de caixa livre
+R\$ 488 MM no tri
(+R\$ 667 MM a/a)

Geração de fluxo de caixa livre
+R\$ 1,6 Bi LTM
(+R\$ 1,1 Bi a/a)

Saldo de liquidez
R\$ 3,0 Bi
(+R\$ 60 MM t/t)

ESTRUTURA DE CAPITAL

Avanço estrutural na alavancagem da Cia

Antecipação da conversão de
R\$ 1,6 Bi da 2ª série das
debentures em ações

Preservação de fluxo de caixa de
R\$400 MM nos próximos 2 anos
com reperfilamento da 1ª série
(nov/26 → nov/27)

Conclusão da emissão do FIDC de
risco sacado de R\$ 555 MM

Ampliação das fontes de crédito e
na redução do custo de
financiamento



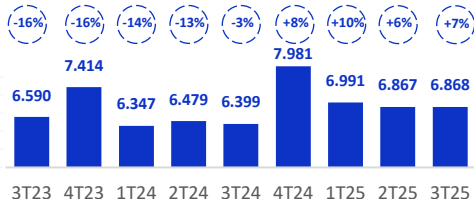
8º TRIMESTRE CONSECUTIVO DE MELHORIA DA MARGEM EBITDA

GRUPO CASASBAHIA

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

Receita Líquida - R\$ MM

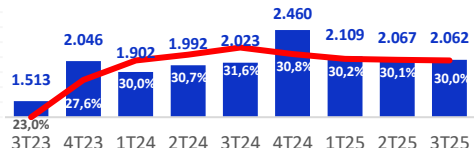
Var (a/a)



+7,3%
a/a

Avanço de GMV em todos os canais (+8,5%), impulsionada pelo online (+12,7%), com continuidade do 1P online (+9,2%) e do 3P (+17,7%)

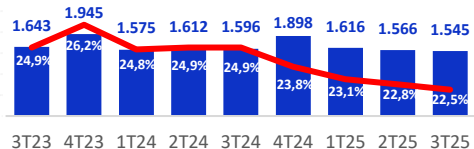
Lucro Bruto - R\$ MM



+1,9%
a/a

Maior penetração do crediário e serviços, mix de maior rentabilidade e qualidade adequada dos estoques

SG&A - R\$ MM

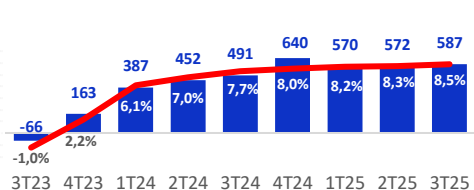


-2,4 pp
a/a

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

Disciplina e consistência do Plano de Transformação

EBITDA Ajustado - R\$ MM



+R\$96 MM
a/a

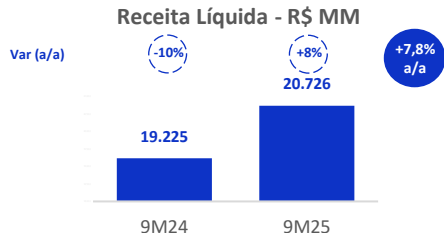
+19,6%
a/a

+0,8 pp
a/a

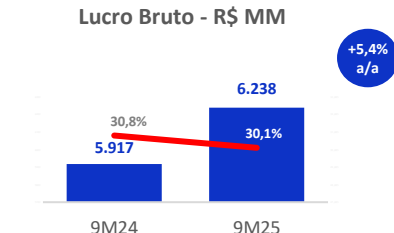
Crescimento gradual dado o amadurecimento das iniciativas de aumento de receita e redução de custos / despesas em curso

9M25 – CRESCIMENTO COM RENTABILIDADE

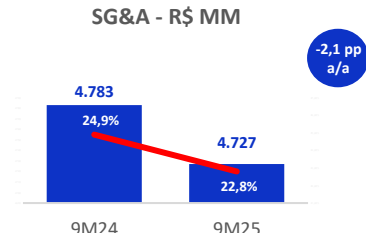
Crescimento de 30% a/a no EBITDA Ajustado



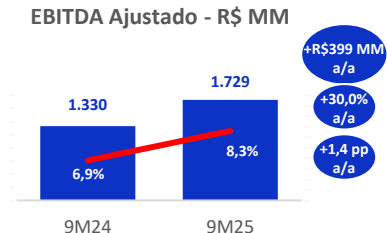
Avanço de GMV em todos os canais (+8,8%), impulsionada pela loja física (9,1%) e o 3P (16,1%)



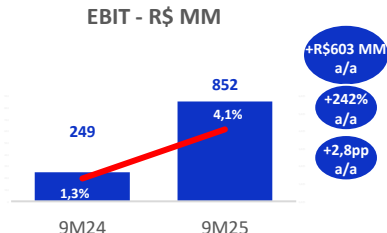
Maior penetração do crediário e serviços, mix de maior rentabilidade e qualidade adequada dos estoques



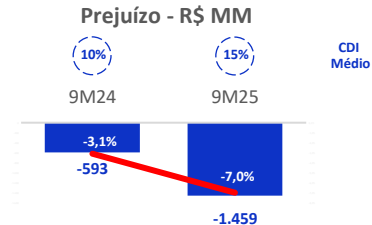
Captura dos ajustes realizados desde 2023, com maior eficiência operacional e disciplina nas despesas



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



Melhoria operacional e menor impacto na linha Outros por fatores não recorrentes



Pressão no resultado financeiro com aumento no CDI médio e sem capturar as melhorias recentes da estrutura de capital

8º TRIMESTRE CONSECUTIVO DE MELHORIA DA MARGEM EBITDA

Evolução operacional e aumento das despesas financeiras

Melhoria gradual
das margens operacionais

(R\$ Milhões)	3T24	4T24	1T25	2T25	3T25	Var. a/a	9M24	9M25	Var. a/a
Receita Bruta	7.628	9.520	8.299	8.186	8.172	7,1%	22.894	24.657	7,7%
Receita Líquida	6.399	7.981	6.991	6.867	6.868	7,3%	19.225	20.726	7,8%
Lucro Bruto	2.023	2.460	2.109	2.067	2.062	1,9%	5.917	6.238	5,4%
Margem Bruta	31,6%	30,8%	30,2%	30,1%	30,0%	(1,6p.p.)	30,8%	30,1%	(0,7p.p.)
SG&A	-1.596	-1.898	-1.616	-1.566	-1.545	-3,2%	-4.783	-4.727	-1,2%
EBITDA Ajustado	491	640	570	572	587	19,6%	1.330	1.729	30,0%
Margem EBITDA Ajustada	7,7%	8,0%	8,2%	8,3%	8,5%	0,8p.p.	6,9%	8,3%	1,4p.p.
Outras Despesas	-40	-119	-18	-49	-51	27,5%	-269	-118	-56,1%
EBIT (LAJIR)	180	261	287	283	282	56,7%	249	852	242,2%
Resultado financeiro	-738	-921	-922	-1147	-1.061	43,8%	-1.266	-3.130	147,2%
LAIR	-558	-660	-635	-864	-779	n/a	-1.017	-2.278	124,0%
IR/CS	189	208	227	309	283	n/a	424	819	93,2%
Lucro Líquido (Prejuízo)	-369	-452	-408	-555	-496	n/a	-593	-1.459	146,0%

Destaques 3T25

8 trimestres consecutivos de melhoria de margem EBITDA:
8,5% (+0,8 p.p. vs 3T24 e +0,2 p.p. vs 2T25)

Receita:

- Lojas: Crescimento mesmas lojas de +7,8% a/a
- Soluções financeiras: Crescimento de +6,5% a/a
- Serviços: Crescimento de +19,5% a/a

Despesas:

- Redução de -3,2%, mesmo com crescimento de receita de +7,3% e inflação +5,17%
- Redução de 2,4 p.p. a/a na despesa sobre receita
- Novas ações para redução: 1 loja fechada no 3T25, 92 lojas fechadas desde de 2023

Resultado financeiro e LAIR:

- A despeito da melhora operacional, aumento relevante das despesas financeiras em razão do maior patamar da Selic

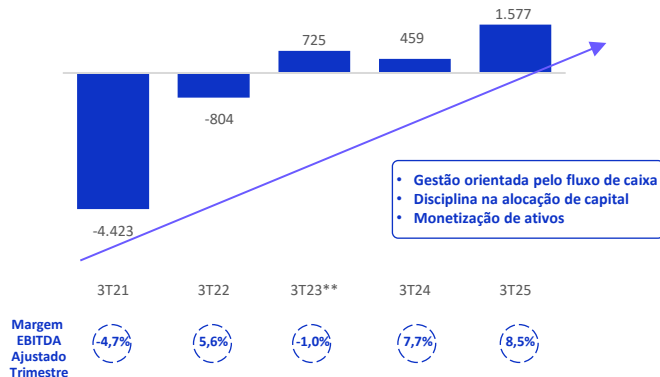
FLUXO DE CAIXA LIVRE EM R\$ 488 MM

Aumento de R\$ 60 MM de liquidez vs. 2T25

R\$ Milhões	3T21	3T22	3T23	3T24	3T25
Lucro (prejuízo) do período	(638)	(203)	(836)	(369)	(496)
Lucro caixa pós ajustes	968	905	606	797	1.073
Variação capital de giro	(555)	(255)	179	(45)	(413)
Estoque	(531)	214	759	(367)	(113)
Fornecedores	(24)	(469)	(580)	322	(300)
Perdas	(223)	(311)	(252)	(279)	(273)
Demandas judiciais	(431)	(283)	(367)	(212)	(77)
Repasso a terceiros	(64)	(39)	(46)	(81)	207
Tributos a recuperar/pagar	(472)	(200)	409	206	163
Outros Ativos e Passivos	254	65	31	(264)	119
Caixa Líquido das atividades operacionais	(523)	(118)	560	122	799
Caixa Líquido das atividades de arrendamento	(262)	(293)	(263)	(255)	(227)
Caixa Líquido das atividades de investimento	(273)	(167)	(63)	(46)	(84)
Fluxo de Caixa Livre	(1.058)	(578)	234	(179)	488
Captações Líquidas	636	330	(189)	883	309
Pagamento de Juros	(200)	(624)	(635)	(471)	(737)
Follow-on, líquido dos custos de captação	1	-	602	(1)	
Outros		1	-		
Caixa Líquido das atividades de financiamento	437	(293)	(222)	411	(428)
Saldo Inicial de Caixa e Equivalentes de Caixa*	6.907	4.302	2.788	2.879	2.969
Saldo Final de Caixa e Equivalentes de Caixa*	6.286	3.431	2.800	3.111	3.029
Variação Saldo Inicial - Saldo Final	(621)	(871)	12	232	60
EBITDA Ajustado	(342)	390	(66)	491	587
Fluxo de Caixa Livre	(1.058)	(578)	234	(179)	488

Fluxo de Caixa Livre¹

(Últimos 12 meses - R\$ milhões)



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

3T25

- Melhora gradual do EBITDA deve gerar uma evolução positiva de fluxo de caixa livre ao longo do tempo

* Considera caixa, recebíveis de cartão de crédito e outros recebíveis

** Excluindo R\$ 1,75 Bi decorrente da renovação da parceria de cartões co-branded do 4T22 e R\$ 752 MM de redução de estoque na implementação do Plano de Transformação no 3T23

ESTRUTURA DE CAPITAL

R\$ milhões

GRUPO CASASBAHIA

R\$ milhões	3T25	2T25	1T25	4T24	3T24	vs. 3T24
(+) Carnês - CDCI - Total Ativo	6.142	6.202	6.120	6.178	5.728	414
(-) Carnês - CDCI - Total Passivo	(5.791)	(6.074)	(5.871)	(5.834)	(5.673)	(118)
(=) Saldo líquido Carnês - CDCI	350	128	249	344	54	296
(-) Empréstimos e Financiamentos circulante	(1.218)	(704)	(447)	(359)	(699)	(519)
(-) Empréstimos e Financiamentos não circulante	(2.695)	(4.162)	(3.912)	(3.711)	(3.579)	884
(=) Endividamento Bruto	(3.913)	(4.866)	(4.359)	(4.070)	(4.279)	365
Fornecedor Convênio	(2.370)	(2.281)	(1.730)	(2.446)	(2.040)	(330)
Cotas de Terceiros FIDC	(1.578)	(903)	(538)	(269)	-	(1.578)
(=) Endividamento Bruto + Fornecedor Convênio + Saldo CDCI + FIDC	(7.512)	(7.922)	(6.377)	(6.440)	(6.265)	(1.247)
(+) Caixa e aplicações financeiras	2.114	1.883	1.201	2.413	2.119	(5)
(+) Cartões de Crédito	276	295	371	532	280	(4)
(+) Outros contas a receber	639	791	895	1.047	712	(73)
(=) Caixa, Aplicações, Cartões de Crédito e Outros Contas a Receber	3.029	2.968	2.466	3.992	3.111	(82)
(=) Dívida Líquida Ajustada + Fornecedor Convênio, Saldo CDCI e Cotas de Terceiros FIDC	(4.483)	(4.954)	(3.911)	(2.448)	(3.154)	(1.329)
Endividamento de Curto Prazo / Total	31%	14%	10%	9%	16%	
Endividamento de Longo Prazo / Total	69%	86%	90%	91%	84%	
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	2.369	2.273	2.153	1.971	1.494	
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado - com Fornecedor Convênio, CDCI e Cotas de Terceiros FIDC	1,9x	2,2x	1,8x	1,2x	2,1x	
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado - Covenant 10ª Emissão de Debêntures¹	0,5x	1,1x	1,2x	0,4x	1,3x	

PRINCIPAIS MENSAGENS



⚡ SUPER ⚡

BLACK

(((AO VIVO)))

CASASBAHIA

ESTAMOS PREPARADOS PARA A BLACK FRIDAY 2025!

- Adição de novos canais de venda (parceria com Mercado Livre)
- Crediário: Oferta de R\$ 1,2 Bi ao longo do mês de novembro
- Estoque: Nível adequado para aproveitar a sazonalidade do período
- Sortimento: Foco nas categorias core
- Omnicanal: Explorando ao máximo nossos ativos (online, offline, logística, crediário, serviços)
- Foco em **Rentabilidade**

Bia âncora
na Central Black



Blitz ao vivo do Canuto
nas lojas físicas



Lockers com cupons
de desconto



Diversas ativações
On e Off



DESTAQUES 9M25

Crescimento R\$ 2,5 Bi no GMV e +8% na receita



MELHORIA DE MARGENS

- ❖ 8 trimestres consecutivos de melhoria de margem EBITDA
 - ❖ Despesas
-2,1 p.p. a/a (SG&A/receita)
 - ❖ Margem EBITDA
8,3% (+1,4 p.p. a/a)

RENTABILIDADE DO ECOSISTEMA



- ❖ Carteira ativa de crediário
R\$ 6,2 Bi, com melhoria dos indicadores de inadimplência
- ❖ Evolução na receita de 3P
+17,4% a/a
 - ❖ ADs
Integração de vitrines com itens patrocinados
Novos formatos de Vídeo Ads



FLUXO DE CAIXA

- ❖ Melhora gradual do EBITDA e evolução positiva de fluxo de caixa livre ao longo do tempo
 - ❖ Fluxo de Caixa Livre
incremento de +R\$ 602 MM 9M25 vs 9M24
 - ❖ Posição de liquidez
R\$ 3,0 Bi

GRUPO



ESTRUTURA DE CAPITAL



- ❖ Conversão de R\$ 1,6 Bi da 2ª série das debentures em ações
- ❖ Fluxo de caixa adicional de R\$400 MM em 2 anos com reperfilamento da 1ª série das debentures (nov/26 → nov/27)
- ❖ Emissão do FIDC de risco sacado de R\$ 555 MM, nova fonte de crédito e redução do custo de financiamento

VISÃO DE CURTO PRAZO

Melhora sequencial das margens operacionais, crescimento sustentável e aumento de liquidez

DISCIPLINA NA
EXECUÇÃO DO
PLANO DE
TRANSFORMAÇÃO



2025+

Crescimento sustentado e captura de valor



Crescimento gradual das lojas físicas, com foco na experiência e rentabilidade



Digital mais rentável, impulsionado pelo crediário, retail media e demais serviços



Eficiência operacional aprimorada – uso de IA, CRM avançado e pricing dinâmico



Expansão estratégica do crediário mais clientes, mais recorrência



Rigor no controle de custos e despesas da Cia



Novas oportunidades de melhoria na estrutura de capital

GRUPO CASASBAHIA

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Elcio Ito

CFO & DRI

Gabriel Succar

Diretor de RI

Daniel Moraes

Especialista de RI

Caio Gandolfi

Analista de RI

Ticker: BHIA3 (B3)

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

RESULTS

Q3'25

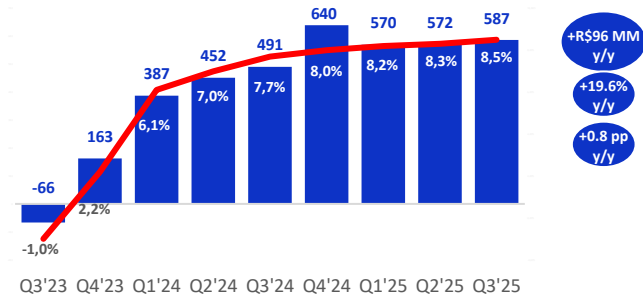


GRUPO **CASASBAHIA**



8 CONSECUTIVE QUARTERS OF SEQUENTIAL IMPROVEMENT IN EBITDA MARGIN

Adjusted EBITDA - R\$ MM



Q3'25 HIGHLIGHTS

8th consecutive quarter of sequential improvement in EBITDA margin

GMV growth across all channels (+8.5% y/y)

Generation of R\$488 million in free cash flow

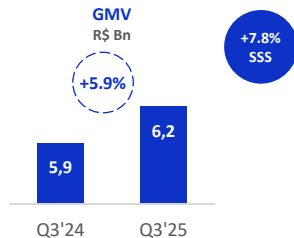
Launch of the partnership with Mercado Livre

- 8 consecutive quarters of EBITDA margin improvement: 8.5% (+0.8 pp.vs Q3'24 and +0.2 pp.vs Q2'25)
- Free Cash Flow Generation of R\$488 MM (+R\$667 MM y/y) and liquidity balance of R\$3.0 Bn
- Launch of the partnership with Mercado Livre, expanding digital presence and strengthening Casas Bahia as the largest 1P player in Brazil
- Growth in online GMV (+12.7% y/y), with continued progress in 3P (+17.7% y/y) and 1P online (+9.2% y/y)
- Gain of market share offline in the main categories (+0.7 pp. y/y), with SSS of +7.8%
- Conversion of R\$1.6 Bn from the 2nd series of debentures into shares
- Issuance of a R\$555 MM FIDC (receivables-backed fund), expanding credit sources and reducing the Company's financing cost
- BNPL portfolio in R\$6.2 Bn (+R\$ 463 MM y/y), with a +6.5% increase in revenue from financial solutions and default under control (8.4% of over 90, stable q/q and y/y)

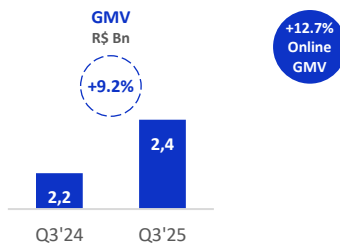
OMNICHANNEL SPECIALIST POSITIONING

+7.8% of same-store sales growth, with the capture of the Transformation Plan initiatives

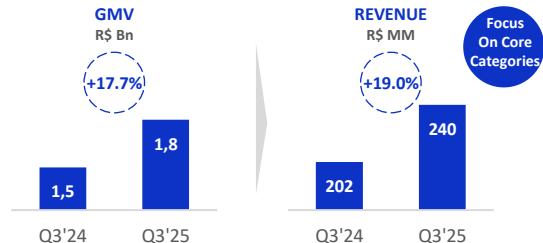
B&M STORES



1P Online



3P



Gain of +0.7 p.p. in B&M stores market share

White Goods



Computer



Smartphones



Small Appliances and Seasonal

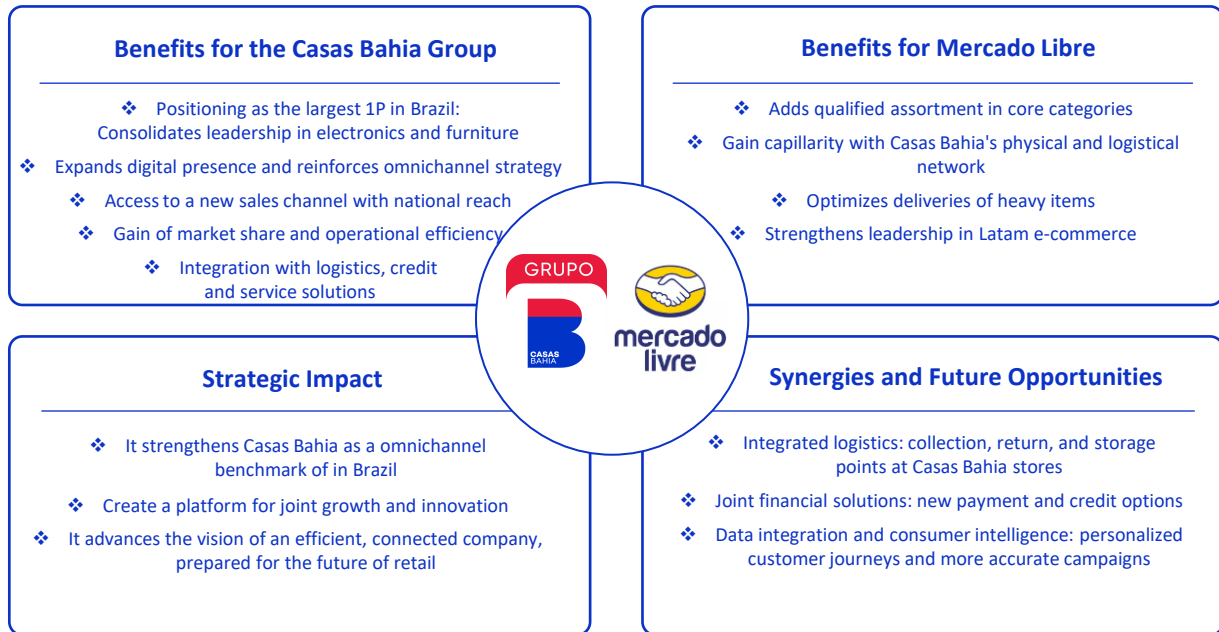


TVs



Two market leaders joining forces!

Partnership between Casas Bahia and Mercado Livre to boost e-commerce in Brazil



GROWTH AND PROFITABILITY OF THE ECOSYSTEM



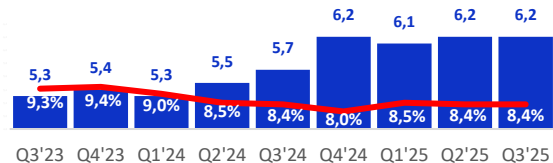
1

BNPL: PORTFOLIO GROWTH WITH DELIQUENCY UNDER CONTROL

Production 5% higher y/y, with a focus on better credit risk quality

Active Portfolio Evolution

(R\$ billion)



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

The largest
BNPL
portfolio in
Brazil

ADA (Allowance for Doubtful Accounts)

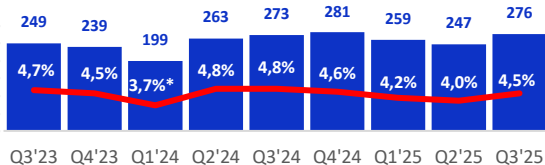
(R\$ million)



ADA Balance ADA Balance / Active Portfolio

Quarterly Net Loss

(R\$ million)

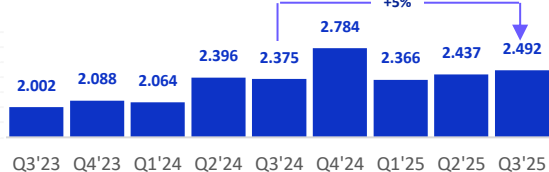


Loss Loss / Active Portfolio

Healthy
Delinquency
Indicators

Production

(R\$ million)



1

BNPL: GRUPO CASAS BAHIA'S DELIQUENCY REMAINED UNDER CONTROL

While market delinquency have worsened in the face of the challenging macroeconomic scenario since Q3'24



Sustainable concession, with default levels under control



Deep knowledge of our customer base



Focus on quality credit risk



Conservative concession given the current macro scenario



Customized rates for different risk profiles



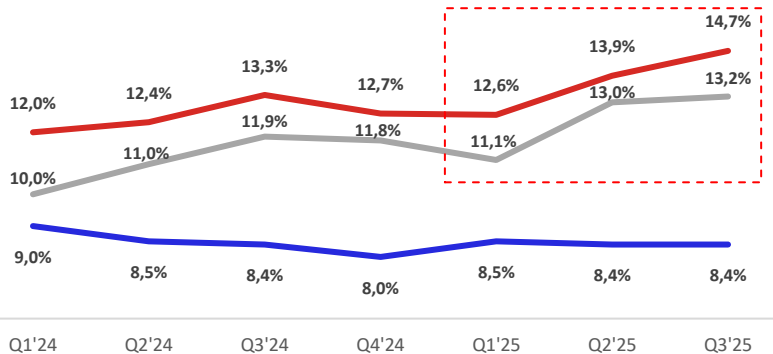
Credit decision owner



Consumer loyalty to Casas Bahia

Over 90 Rate

(%)



— Grupo Casas Bahia - BNPL

— Market - Installment Credit Card

— Market - Overdraft "Cheque Especial"

2

CBfull

GRUPO CASASBAHIA

LOGISTICS PLATFORM INTEGRATING INTERNAL EXPERTISE AND ACQUISITIONS, SERVING B2C, B2B AND D2C CUSTOMERS

**25**

Centers of Distribution

**2.6 MM m²**

Capacity of storage



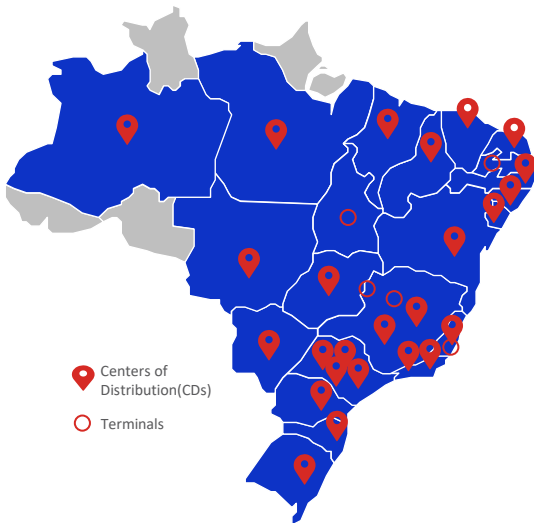
TOTAL

64%1P orders delivered
on the same day**72%**

Up to 24 hours

81%

Up to 45 hours

Centers of
Distribution(CDs)

Terminals

**100%**

Cities covered by deliveries

**1,044**B&M Stores
(Click and Collect)

ONLINE

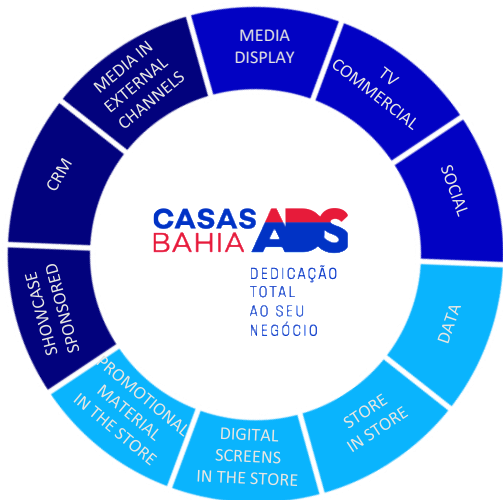
15%1P orders delivered
on the same day**40%**

Up to 24 hours

65%

Up to 45 hours

**1,600+**Station cross docking
(e.g. Post Office)



Q3'25 HIGHLIGHTS

+62%
Gross revenue¹
y/y

+24%
ROAS² average in
digital platform

INNOVATION IN VIDEOS ADS FORMATS AND SHOWCASE INTEGRATION



Video Ads: launch of a new format for awareness and consideration campaigns, displayed in high-traffic areas (home, search, and product pages) with potential for over 50 million impressions per month.



Sponsored Products: integration of the algorithm into recommendation showcases, increasing inventory by 15% and improving delivery of more relevant items to consumers.

1) Considers the entire Casas Bahia media ecosystem Ads

2) Advertiser ROAS is the acronym for "Return on advertising spend"

ESG



Ambition: To be Brazil's leading specialist in electronics and furniture retail, recognized for our strong physical and digital presence, empowered by credit solutions, and delivering a complete, seamless, and personalized shopping journey that creates lasting value for our customers, shareholders, employees, and suppliers

SUSTAINABILITY REVIVA RECYCLING AND RENEWABLE ENERGY PROGRAM

89% of Energy Usage

from renewable sources in operations.
Our goal is to reach 90% by 2025

+748 Ton

destined waste
for recycling

755 Collectors

distributed electronics
in stores and operations

1 Ton of Electronics

forwarded to
disposal and recycling

Circular Economy

We recovered 96.3% of returned goods (2,933 tons), which underwent maintenance and were resold in outlet stores — extending product lifespan and reducing waste

SOCIAL CASAS BAHIA FOUNDATION

Young Protagonism

Hiring of 51 young professionals from Instituto Proa.
5,701 students graduated through the Proa Platform and 145 through the “Proprofissão” project

Fostering Entrepreneurship

Training of 1,500 women entrepreneurs in the states of São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Bahia, and the Federal District

Creation of a recruitment and selection channel for corporate, store, and logistics positions at Grupo Casas Bahia

GOVERNANCE CORPORATE

Robust practices

- Listing on Novo Mercado
- Independent Board members
- Different executives for CEO and Chairman of the Board
- Statutory Audit, Risk and Compliance Committee

External Auditor's Assessment

Since 2020, there have been no material weaknesses or significant deficiencies in internal controls

Integrity Program

- Strengthening the culture of Audit, Risk, and Compliance:
 - Partnership with ABTA to combat piracy
- Recognition from IIA Brazil and finalist at the Leaders League Compliance Summit & Awards
- Launch of the Ecos de Integridade ambassador program and AI agent SofiA to promote knowledge in GRC

Double Materiality

Study initiated with the involvement of leadership, board members, and other stakeholders

Market Indices

Reporting to CDP Climate and ICD B3, ensuring transparency of information related to climate change

FINANCIAL HIGHLIGHTS



FINANCIAL HIGHLIGHTS

Evolution of the Transformation Plan

DISCIPLINE OF OPERATIONAL EXECUTION

Sequential improvement of operating margins

8 consecutive quarters of EBITDA
margin improvement:
8.5%

(+0.8 pp.vs Q3'24 and
+0.2 pp.vs Q2'25)

GMV growth in
all channels:
+8.5% y/y

SG&A Improvement:
-2.4 pp. y/y over revenue

Credit with delinquency
under control

LIQUIDITY AND CASH FLOW

Liquidity management and cash flow

Free cash flow generation
+R\$ 488 MM in Q3
(+R\$ 667 MM y/y)

Free cash flow generation
+R\$ 1.6 Bn in LTM
(+R\$ 1.1 Bn y/y)

Liquidity balance
R\$ 3.0 Bn
(+R\$ 60 MM q/q)

STRUCTURE OF CAPITAL

Structural advancement in the Company's leverage

Conversion of R\$ 1.6 Bn
from the 2nd series of
debentures into shares

Cash flow preservation
R\$400 MM in the next 2 years
with reprofiling of the 1st series
of debentures
(Nov/26 → Nov/27)

Conclusion of the issuance of a
R\$555 million receivables-backed
fund (FIDC)

Expansion of credit sources and
reduction in financing costs

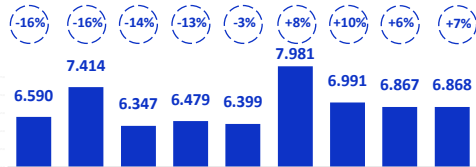


8TH CONSECUTIVE QUARTER OF EBITDA MARGIN IMPROVEMENT

Revenue growth, efficiency and operational leverage resulting from the Plan's structural adjustments

Net Revenue - R\$ MM

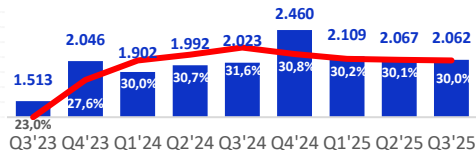
Var (y/y)

+7.3%
y/y

Q3'23 Q4'23 Q1'24 Q2'24 Q3'24 Q4'24 Q1'25 Q2'25 Q3'25

GMV growth across all channels (+8.5%), driven by online (+12.7%), with continuity of online 1P (+9.2%) and 3P (+17.7%)

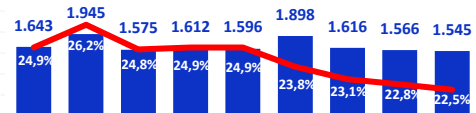
Gross Profit - R\$ MM

+1.9%
y/y

Higher penetration of installment payments and services, a more profitable mix, and proper inventory quality

SG&A - R\$ MM

Var (y/y)

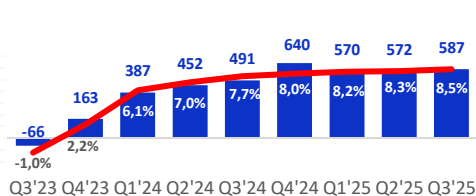
-2.4 pp
y/y

Q3'23 Q4'23 Q1'24 Q2'24 Q3'24 Q4'24 Q1'25 Q2'25 Q3'25

Capture of adjustments made since 2023, with greater operational efficiency and expense discipline

Discipline and consistency of the Transformation Plan

Adjusted EBITDA - R\$ MM

+R\$96 MM
y/y+19.6%
y/y+0.8 pp
y/y

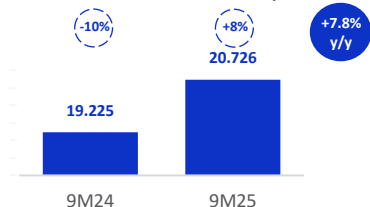
Gradual growth due to the maturation of ongoing revenue growth and cost/expense reduction initiatives

9M25 – GROWTH WITH PROFITABILITY

30% y/y growth on Adjusted EBITDA

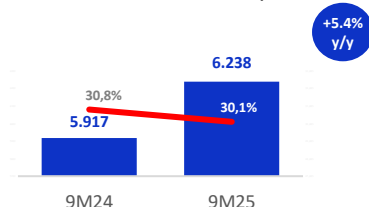
Net Revenue - R\$ MM

Var (y/y)



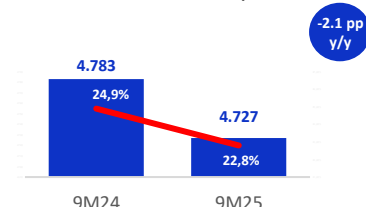
GMV growth across all channels (+8.8%), driven by B&M stores (9.1%) and 3P (16.1%)

Gross Profit - R\$ MM



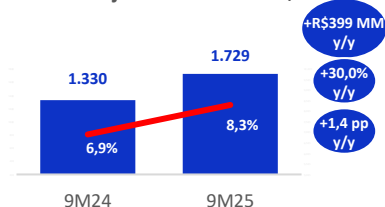
Higher penetration of installment payments and services, a more profitable mix, and proper inventory quality

SG&A - R\$ MM



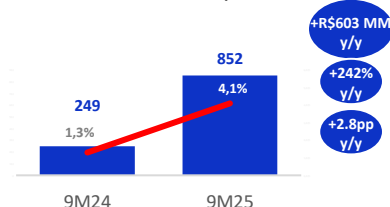
Capture of adjustments made since 2023, with greater operational efficiency and expense discipline

Adjusted EBITDA - R\$ MM



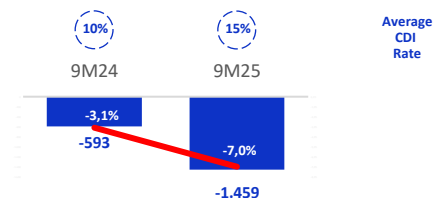
Gradual growth due to the maturation of ongoing revenue growth and cost/expense reduction initiatives

EBIT - R\$ MM



Operational improvement and reduced impact on the line Others due to non-recurring factors

Loss - R\$ MM



Average CDI Rate

Pressure on financial results due to higher average CDI and without capturing recent improvements in the capital structure

8TH CONSECUTIVE QUARTER OF EBITDA MARGIN IMPROVEMENT

Operational evolution and increase in financial expenses

Gradual improvement
of operational margins

Q3'25 Highlights

8 consecutive quarters of EBITDA margin improvement:
8.5% (+0.8 p.p. vs. Q3'24 and +0.2 p.p. vs. Q2'25)

Revenue

- Stores: Same-store sales growth of +7.8% y/y
- Financial solutions: Growth of +6.5% y/y
- Services: Growth of +19.5% y/y

SG&A:

- Decrease of -3.2%, even with revenue growth of +7.3% and inflation of +5.17%
- 2.4 p.p. reduction on SG&A/revenue
- New actions for reduction: 1 store closed in Q3'25, 92 stores closed since 2023

Financial result and EBT:

- Despite the operational improvement, financial expenses increased significantly due to the higher Selic rate

(R\$ Million)	Q3'24	Q4'24	Q1'25	Q2'25	Q3'25	Var. YoY	9M24	9M25	Var. YoY
Gross Revenue	7.628	9.520	8.299	8.186	8.172	7,1%	22.894	24.657	7,7%
Net Revenue	6.399	7.981	6.991	6.867	6.868	7,3%	19.225	20.726	7,8%
Gross Profit	2.023	2.460	2.109	2.067	2.062	1,9%	5.917	6.238	5,4%
Gross Margin	31,6%	30,8%	30,2%	30,1%	30,0%	(1,6p.p.)	30,8%	30,1%	(0,7p.p.)
SG&A	-1.596	-1.898	-1.616	-1.566	-1.545	-3,2%	-4.783	-4.727	-1,2%
Adjusted EBITDA	491	640	570	572	587	19,6%	1.330	1.729	30,0%
Adjusted EBITDA Margin	7,7%	8,0%	8,2%	8,3%	8,5%	0,8p.p.	6,9%	8,3%	1,4p.p.
Other Expenses	-40	-119	-18	-49	-51	27,5%	-269	-118	-56,1%
EBIT	180	261	287	283	282	56,7%	249	852	242,2%
Financial Results	-738	-921	-922	-1147	-1.061	43,8%	-1.266	-3.130	147,2%
EBT	-558	-660	-635	-864	-779	n/a	-1.017	-2.278	124,0%
Income Tax & Social Contribu	189	208	227	309	283	n/a	424	819	93,2%
Net Income (Loss)	-369	-452	-408	-555	-496	n/a	-593	-1.459	146,0%

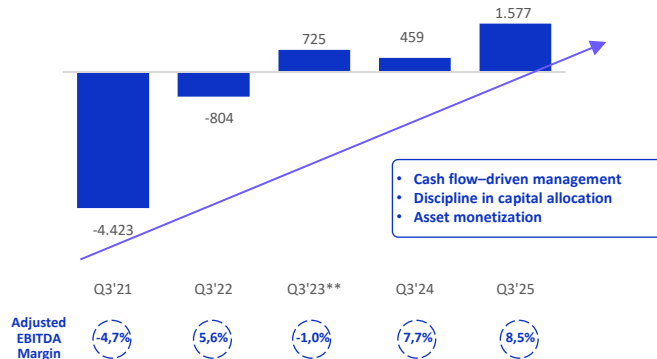
R\$ 488 MM OF FREE CASH FLOW GENERATION

R\$ 60 MM of liquidity increase vs Q2'25

R\$ Million	Q3'21	Q3'22	Q3'23	Q3'24	Q3'25
Net income (loss)	(638)	(203)	(836)	(369)	(496)
Adjusted net income (loss)	968	905	606	797	1.073
Working Capital Variation	(555)	(255)	179	(45)	(413)
Inventory	(531)	214	759	(367)	(113)
Suppliers	(24)	(469)	(580)	322	(300)
Losses	(223)	(311)	(252)	(279)	(273)
Lawsuits	(431)	(283)	(367)	(212)	(77)
Onlending of third parties	(64)	(39)	(46)	(81)	207
Taxes to Recover/Obligations	(472)	(200)	409	206	163
Other assets and liabilities	254	65	31	(264)	119
Net Cash (used) in Operating Activities	(523)	(118)	560	122	799
Net Cash (used) in Leasing Activities	(262)	(293)	(263)	(255)	(227)
Net Cash (used) in Investments Activities	(273)	(167)	(63)	(46)	(84)
Free Cash Flow	(1.058)	(578)	234	(179)	488
Net proceeds	636	330	(189)	883	309
Payments of Interest	(200)	(624)	(635)	(471)	(737)
Follow-on, net of costs	1	-	602	(1)	-
Others	-	1	-	-	-
Cash Flow from Financing Activities	437	(293)	(222)	411	(428)
Cash and cash equivalents of the Opening balance*	6.907	4.302	2.788	2.879	2.969
Cash and Cash equivalents at the End of the Period*	6.286	3.431	2.800	3.111	3.029
Variation Opening Balance - End of the Period	(621)	(871)	12	232	60
Adjusted EBITDA	(342)	390	(66)	491	587
Free Cash Flow	(1.058)	(578)	234	(179)	488

Free Cash Flow¹

(Last 12 months - R\$ MM)



1) Free Cash Flow = cash flow available for paying debts (principal and interests) and shareholders

Q3'25

- Gradual improvement in EBITDA should generate a positive evolution of free cash flow over time.

*Considers cash, credit card receivable and other receivables

**Excluding R\$1.75 billion resulting from the renewal of the co-branded card partnership and R\$752 million inventory reduction during the implementation of the Transformation Plan in Q3'23

CAPITAL STRUCTURE

R\$ million

R\$ million	3Q'25	2Q'25	1Q'25	4Q'24	3Q'24	vs. 3Q'24
(+) Payment Book (CDCI) - Assets	6.142	6.202	6.120	6.178	5.728	414
(-) Payment Book (CDCI) - Liabilities	(5.791)	(6.074)	(5.871)	(5.834)	(5.673)	(118)
(=) Net Payment Book (CDCI)	350	128	249	344	54	296
(-) Current Loans and Financing	(1.218)	(704)	(447)	(359)	(699)	(519)
(-) Noncurrent Loans and Financing	(2.695)	(4.162)	(3.912)	(3.711)	(3.579)	884
(=) Gross Debt	(3.913)	(4.866)	(4.359)	(4.070)	(4.279)	365
Trade accounts payable – agreement	(2.370)	(2.281)	(1.730)	(2.446)	(2.040)	(330)
Receivables Investment Fund ("FIDC" senior shares)	(1.578)	(903)	(538)	(269)	-	(1.578)
(=) Gross Debt + Trade accounts payable – agreement + Net CDCI	(7.512)	(7.922)	(6.377)	(6.440)	(6.265)	(1.247)
(+) Cash and financial investments	2.114	1.883	1.201	2.413	2.119	(5)
(+) Accounts Receivable - Credit Cards	276	295	371	532	280	(4)
(+) Other Accounts Receivable	639	791	895	1.047	712	(73)
Cash, Investments, Credit Cards, Advances and Others	3.029	2.968	2.466	3.992	3.111	(82)
(=) Net Debt + Trade accounts payable – agreement + Net CDCI	(4.483)	(4.954)	(3.911)	(2.448)	(3.154)	(1.329)
Short-term Debt/Total Debt	31%	14%	10%	9%	16%	
Long-term Debt/Total Debt	69%	86%	90%	91%	84%	
Reported Adjusted EBITDA (LTM)	2.369	2.273	2.153	1.971	1.494	
Net Debt/Adjusted EBITDA + Trade accounts payable – agreement + Net CDCI	1,9x	2,2x	1,8x	1,2x	2,1x	
Net Debt / Adjusted EBITDA - Covenant 10th Debenture Issuance¹	0,5x	-1,1x	-1,2x	-0,4x	-1,2x	

KEY MESSAGES



⚡ SUPER ⚡

BLACK

(((AO VIVO)))

CASASBAHIA

WE ARE READY FOR BLACK FRIDAY 2025!

- Addition of new sales channels (partnership with Mercado Libre)
- BNPL: Offer of R\$ 1.2 Bn throughout the month of November
- Inventory: Adequate level to capture opportunities of the seasonality
- Assortment: Focus on core categories
- Omnichannel: Making the most of our assets (online, offline, logistics, credit, services)
- Focus on **Profitability**

Bia anchor
at Central Black



Canuto's live blitz
in B&M stores



Lockers with
coupons



Various activations
On and Off



HIGHLIGHTS 9M25

Growth of R\$2.5 billion in GMV and +8% in revenue.



IMPROVING MARGINS

- ❖ 8 consecutive quarters of EBITDA margin improvement
 - ❖ Expenses
-2.1 pp. a/a (SG&A/revenue)
- ❖ EBITDA Margin 8.3% (+1.4pp y/y)

ECOSYSTEM PROFITABILITY



- ❖ Active credit portfolio R\$ 6.2 Bn, with improvement in delinquency indicators
 - ❖ Evolution in 3P revenue
+17.4% y/y
 - ❖ ADs
Integration of storefronts with sponsored items
New Video Formats Ads



CASH FLOW

- ❖ Better EBITDA conversion to cash.
- ❖ Free Cash Flow increased by +R\$ 602 MM in 9M25 vs 9M24
 - ❖ Liquidity Position
R\$ 3.0 Bn

CAPITAL STRUCTURE



- ❖ Conversion of R\$ 1.6 billion from the 2nd series of debentures into shares
- ❖ Additional cash flow of R\$400 MM over 2 years with the refinancing of the 1st series of debentures (Nov/26 → Nov/27)
 - ❖ Issuance of a FIDC of R\$ 555 MM
new source of credit and reduction in financing costs

GRUPO



SHORT-TERM VISION

Sequential improvement in operating margins, sustained growth, and increased liquidity

**DISCIPLINE IN
EXECUTION OF THE
TRANSFORMATION
PLAN**



2025+

Sustained growth and value capture



Gradual growth of B&M stores, focusing on experience and profitability



More profitable digital, driven by credit, retail media and other services



Improved operational efficiency – use of AI, advanced CRM and dynamic pricing



Strategic expansion of credit: more customers, more recurrence



Rigor in controlling the Company's costs and expenses



New opportunities for improvement in the capital structure

GRUPO CASASBAHIA

INVESTOR RELATIONS

Elcio Ito

CFO & IRO

Gabriel Succar

IR Director

Daniel Moraes

IR Specialist

Caio Gandolfi

IR Analyst

Ticker: BHIA3 (B3)

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