

RESULTADOS

2T26



GRUPO **CASASBAHIA**

RESULTADOS DO 2T26

Prejuízo líquido de R\$ 10,1 Bi impactado por eventos não recorrentes e sem efeito caixa no tri de R\$ 9,1 Bi

DISCIPLINA DE EXECUÇÃO OPERACIONAL

Impacto do cenário macroeconômico

Receita Líquida
+1,6% a/a

GMV
R\$ 10,5 Bi total (+0,5% a/a)
R\$ 2,8 Bi 1P Online (+15,3% a/a)

EBITDA Ajustado
R\$ 518 MM
margem EBITDA
7,4% vs 8,3% no 2T25

Crediário com inadimplência
sob controle

LIQUIDEZ E FLUXO DE CAIXA

Gestão de liquidez e fluxo de caixa

Geração de fluxo de caixa livre
+R\$ 798 MM no tri
(+R\$ 625 MM a/a)

Redução de estoques
R\$ 685 MM a/a

Redução do pagamento de juros
-2% vs 1T26 ou -28% vs 4T25

ESTRUTURA DE CAPITAL

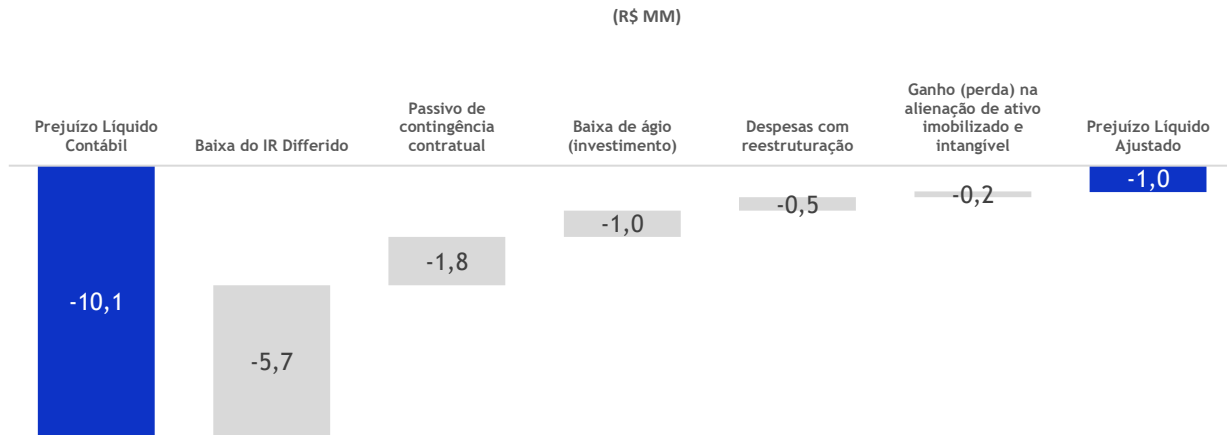
Estabilidade

Redução de R\$ 46 MM t/t
da Dívida Líquida

Alavancagem líquida
de 0,5x no 2T26
vs 0,5x no 1T26

Dívida de longo prazo
81% do total no 2T26
vs 75% do total no 1T26

IMPACTOS NÃO RECORRENTES DE R\$ 9,1 BI NO RESULTADO LÍQUIDO DO TRIMESTRE decorrente do redimensionamento da Cia na implementação da 2ª Fase do Plano de Transformação



PLANO DE TRANSFORMAÇÃO FASE 2



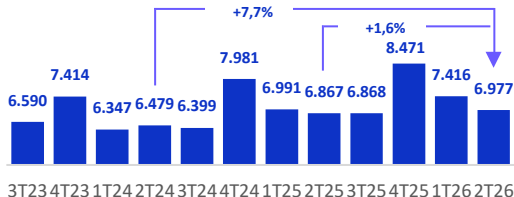
EVOLUÇÃO OPERACIONAL E MARGENS CONSISTENTES

GRUPO CASASBAHIA

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

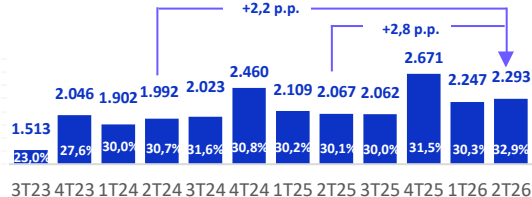
Receita Líquida - R\$ MM

Var (a/a)



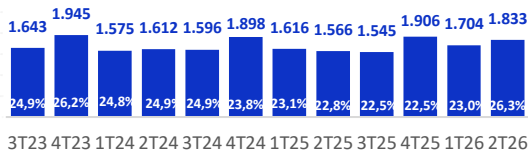
Avanço de GMV total de +0,5%, impulsionada pelo 1P online (+15,3%)

Lucro Bruto - R\$ MM



Mix de maior rentabilidade, parcerias estratégicas com margem comercial atrativa e aumento na receita de ADs

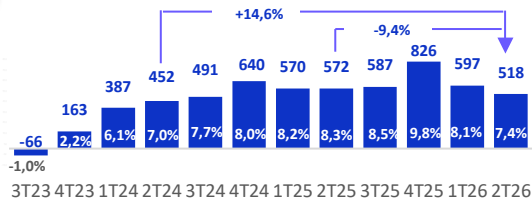
SG&A - R\$ MM



Crescimento da inflação no período e composição das despesas de comissão das parcerias estratégicas nos canais digitais

Disciplina e consistência do Plano de Transformação

EBITDA Ajustado - R\$ MM

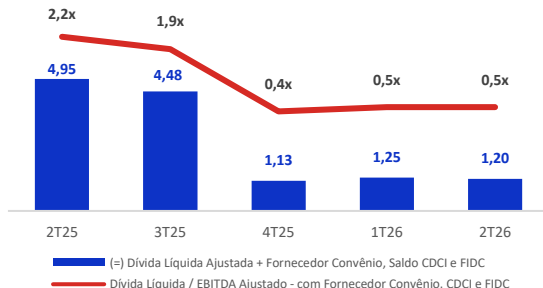


Desaceleração por conta do cenário macroeconômico

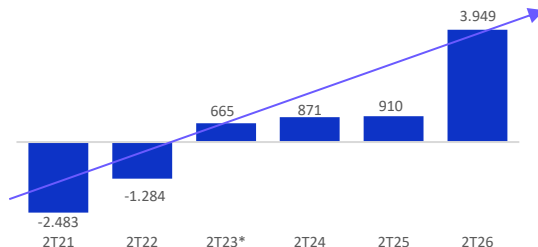
Profunda transformação do balanço e foco na geração de caixa livre da firma

Redução estrutural da dívida líquida em R\$ 3,8 Bi (-76% a/a)

Evolução do Endividamento (R\$ Bi) e Alavancagem (X)
R\$ MM



Fluxo de Caixa Livre da Firma
(Últimos 12 meses - R\$ MM)



FOCO EM FORTALECER O BALANÇO E NA GERAÇÃO DE CAIXA SUSTENTÁVEL

Algumas expectativas iniciais decorrentes da transformação do balanço não se concretizaram

em paralelo, o cenário macro apresentou deterioração

Expectativas iniciais



Ampliação do prazo com fornecedor

Melhoria de 19 dias de dias de fornecedores a/a



Aumento de limite com seguradoras de crédito

Houve redução de limite em alguns casos



Captações de novos recursos relevantes

Fechamento da janela de mercado de equity
Operação de dívida no mercado internacional não realizada



Cenário macro e geopolítico

Taxa Selic em patamar elevado, endividamento das famílias,
impacto das apostas em bets no consumo e impacto do
aumento do petróleo e guerras



Ajustes imediatos



Redução de estoques

Efeito no capital de giro de curto prazo e desafios de ruptura
para o 2º semestre



Plano de Transformação – Fase 2

Mesma estratégia, nova trajetória
Redimensionamento da Cia

Necessidade de ajustar a rota: mesma estratégia, nova trajetória

A BÚSSOLA É A MESMA

Disciplina de capital

Alocação por ROIC

Rentabilidade

Geração de caixa

Tamanho é consequência, não objetivo

Em um ambiente de maior custo de capital, a escala deve refletir a capacidade de gerar retorno. O redimensionamento garante uma operação sustentável e autofinanciável.

Muda a rota, não o destino

O plano previa uma fase de aceleração; o macro veio pior e retirou, por ora, suas condições. Voltamos à postura caixa-primeiro e redimensionamos priorizando geração de caixa e rentabilidade.

Antecipação, não reação

O balanço foi fortalecido, com redução relevante do risco de refinanciamento. Redimensionamos para proteger e defender os ganhos operacionais e de balanço já obtidos.

PLANO DE AÇÃO: Redimensionar a Companhia, priorizando canais e categorias de maior rentabilidade, reduzindo o capital empregado e o custo de financiamento, para fortalecer a geração de caixa e assegurar uma operação sustentável e autofinanciável.

PLANO DE TRANSFORMAÇÃO - FASE 2

Redimensionar a Cia, priorizando canais e categorias de maior rentabilidade, reduzindo o capital empregado e o custo de financiamento, para fortalecer a geração de caixa e assegurar uma operação sustentável e autofinanciável

Fechamento de Lojas Menos Rentáveis



Fechar lojas com pouca geração de caixa e proteger o físico rentável. Foram fechadas 298 lojas.

Rentabilidade em Canais Online



Priorizar margem e caixa sobre share. Redução de volume não rentável.

Venda de Participação em Ativos



Monetização de Ativos da Companhia.

Redução de Custo Estrutural



Redimensionar quadro e despesas ao volume menor.

Redução do Capex



Redimensionar os investimentos ao volume menor.

Redução do Custo Financeiro



Refinanciamento à custos mais competitivos.

Redimensionamento e Qualidade do Estoque



Otimizar o giro de estoque, redução de mostruário e aging.

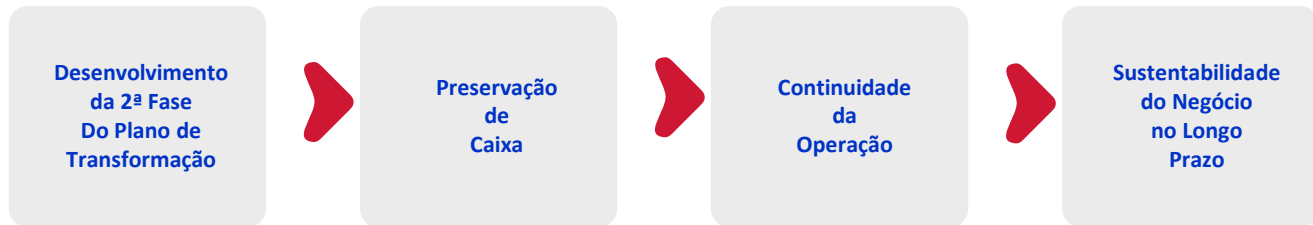
Reformulação dos Passivos da Cia



A fim de preservar os pilares da operação no curto prazo e a sustentabilidade da Cia no longo prazo.

Reformulação Total dos Passivos da Cia

Para viabilizar a Fase 2 do Plano de Transformação diante de um cenário macroeconômico desafiador



Necessidade de pedido de recuperação judicial a fim de preservar os pilares da operação no curto prazo e a sustentabilidade da Cia no longo prazo

FORTALEZAS E OPORTUNIDADES

Grupo Casas Bahia possui um ecossistema com vantagens competitivas únicas e com grande potencial de monetização futura



Plataforma Omnichannel líder no Brasil com 19% de participação de mercado em categorias core

Forte oferta de Soluções Financeiras promovendo a inclusão financeira

Rede Logística Nacional Malha logística estabelecida, sem necessidade de investimento adicional

Posicionamento de Mercado Único Marca amplamente conhecida, sendo "Top-of-mind" por 20 anos consecutivos

Oportunidades para destravar valor

Oportunidades:

- Monetização de ativos
- Escala e negociações comerciais
- CRM avançado

Oportunidades:

- Crediário digital crescente
- Maior participação nas vendas de loja física
- BNPL (Crediário As a Service)

Oportunidades:

- Fulfillment sellers 3P
- Fulfillment marketplace
- Transporte mar aberto
- Full Cross
- Fullcommerce

Oportunidades:

- Ads
- Store-in-store
- Formação de marca de novos entrantes no país

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 Q2'26



GRUPO **CASASBAHIA**

Q2'26 RESULTS

Net loss of R\$ 10.1 Bn, impacted by R\$ 9.1 Bn in non-recurring, non-cash items in the quarter

DISCIPLINE OF OPERATIONAL EXECUTION

Macroeconomic Impact

Net Revenue
+1.6% y/y

GMV
R\$ 10.5 Bn total (+0.5% y/y)
R\$ 2.8 B 1P Online (+15.3% y/y)

Adjusted EBITDA
R\$ 518 MM
EBITDA margin
7.4% vs 8.3% in Q2'25

BNPL with delinquency
under control

LIQUIDITY AND CASH FLOW

Liquidity management and cash flow

Free cash flow generation
+R\$ 798 MM in the quarter
(+R\$ 625 MM y/y)

Inventory reduction
R\$ 685 MM y/y

Reduction in interest payment
-2% vs Q1'26 or -28% vs Q4'25

STRUCTURE OF CAPITAL

Stability

Reduction of R\$ 46 MM q/q
of Net Debt

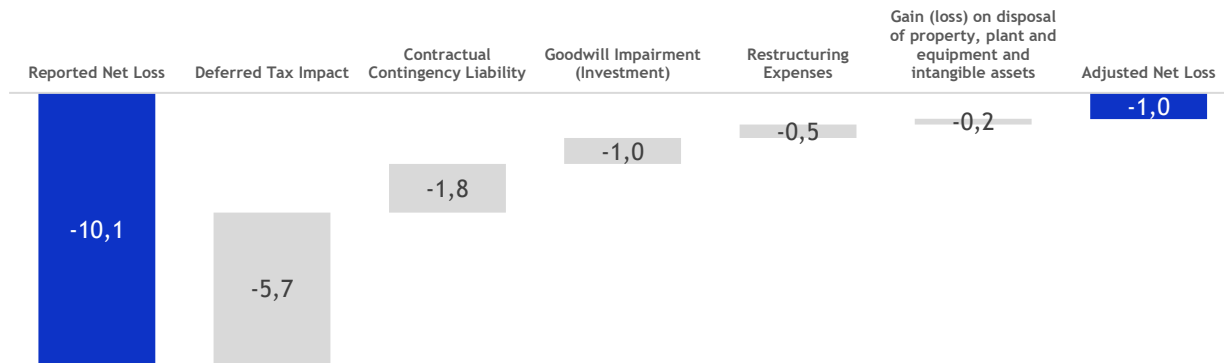
Net leverage
of 0.5x in Q2'26
vs 0.5x in Q1'26

Long-term debt
81% of total in Q2'26
vs 75% of total in Q1'26

R\$ 9.1 BN IN NON-RECURRING IMPACTS ON QUARTERLY NET INCOME

Driven by the Company's resizing as part of the implementation of the 2nd Phase of the Transformation Plan

(R\$ MM)



TRANSFORMATION PLAN PHASE 2

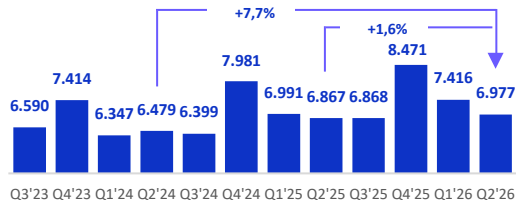


OPERATIONAL EVOLUTION AND CONSISTENT MARGINS

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

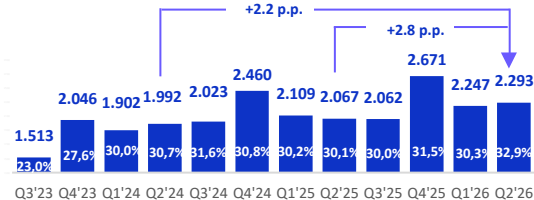
Net Revenue - R\$ MM

YoY Change



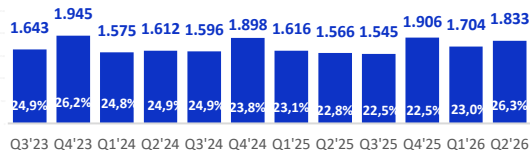
Total GMV growth of +0.5%, driven by 1P online (+15.3%)

Gross Profit - R\$ MM



Higher profitability mix, strategic partnerships with attractive commercial margin, and increase in ADs revenue

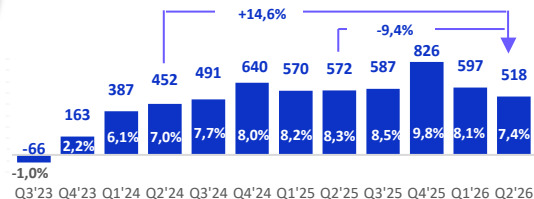
SG&A - R\$ MM



Inflation growth during the period and composition of commission expenses from strategic partnerships in digital channels

Discipline and consistency of the Transformation Plan

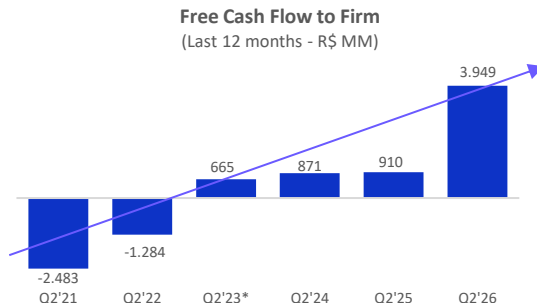
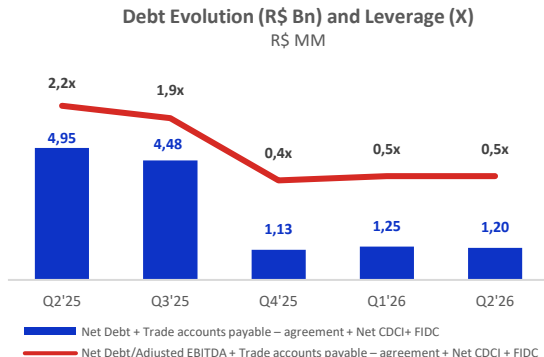
Adjusted EBITDA - R\$ MM



Slowdown Due to the Macroeconomic Environment

Deep transformation of the balance sheet and focus on free cash flow generation to firm

Structural reduction of net debt by R\$ 3.8 Bn (-76% y/y)



FOCUS ON STRENGTHENING THE BALANCE SHEET AND SUSTAINABLE CASH GENERATION

Some initial expectations resulting from the balance sheet transformation did not materialize

in parallel, the macro scenario showed deterioration

Initial expectations



Extension of supplier term

Improvement of 19 days in supplier days y/y



Increase in limit with credit insurers

There was a limit reduction in some cases



Raising of significant new funds

Closure of the Equity Market Window
International Debt Market Transaction Not Completed



Macro and geopolitical landscape

High Selic interest rates, high household indebtedness, impact of betting websites on consumer spending, impact of higher oil prices and geopolitical conflicts



Immediate adjustments



Reduction of inventory purchase

Short-Term Working Capital Impact and Inventory Stockout Challenges for 2H26



Transformation Plan – Phase 2

Same strategy, new trajectory
Resizing the Company

Need to adjust the course: same strategy, new trajectory

THE COMPASS IS THE SAME

Capital discipline

Allocation by ROIC

Profitability

Cash generation



Size is a consequence, not a goal

In an environment of higher cost of capital, scale must reflect the ability to generate return.
Resizing ensures a sustainable and self-financing operation.



Change the route, not the destination

The plan foresaw an acceleration phase; the macro environment worsened and, for now, removed its conditions.
We returned to a cash-first approach and resized prioritizing cash generation and profitability.



Anticipation, not reaction

The balance sheet was strengthened, with a significant reduction in refinancing risk.
We resized to protect and defend the operational and balance sheet gains already achieved.

ACTION PLAN: Resize the Company, prioritizing the most profitable channels and categories, reducing employed capital and financing costs, to strengthen cash generation and ensure a sustainable and self-financing operation.

TRANSFORMATION PLAN - PHASE 2

Resize the Company, prioritizing channels and categories with higher profitability, reducing employed capital and cost of financing, to strengthen cash generation and ensure a sustainable and self-financing operation

Closure of Less Profitable Physical Stores



Close stores with low cash generation and protect the profitable physical stores.
298 stores were closed.

Profitability in Online Channels



Prioritize margin and cash over share.
Reduction of unprofitable volume.

Sale of Stakes in Assets



Asset
Monetization.

Structural Cost Reduction



Resize staff, expenses
to lower volume.

Capex reduction



Resize investments
to a smaller volume.

Reduction of Financial Cost



Refinancing at more
competitive costs.

Resizing and Quality of Inventory



Optimize inventory turnover,
reduction of showcase and aging.

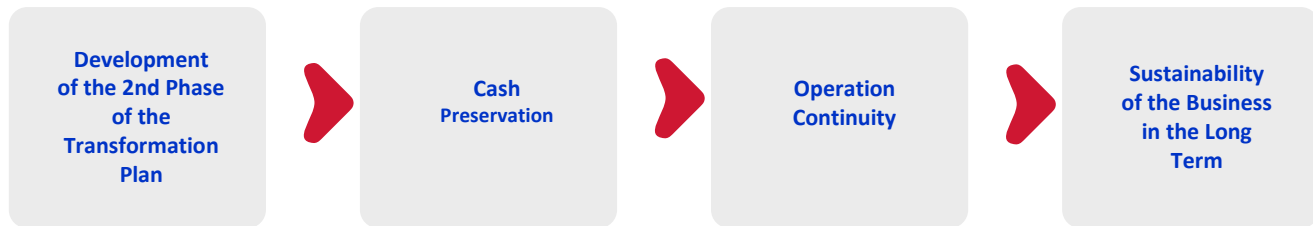
Restructuring of the Company's Liabilities



In order to preserve the pillars of the
operation in the short term and the
Company's sustainability in the long term.

Restructuring Total Liabilities of the Company

To enable Phase 2 of the Transformation Plan amidst a challenging macroeconomic scenario



Need to file for Judicial Reorganization in order to preserve the pillars of the operation in the short term and the sustainability of the Company in the long term

STRENGTHS AND OPPORTUNITIES

Grupo Casas Bahia has an ecosystem with unique competitive advantages and great potential for future monetization



Leading Omnichannel platform in Brazil with 19% market share in core categories

Strong Financial Solutions offering promoting financial inclusion

National Logistics Network
Established logistics network, no additional investment needed

Unique Market Positioning

Widely known brand, being “Top-of-mind” for 20 consecutive years

Opportunities to unlock value

Opportunities:

- Asset monetization
- Scale and commercial negotiations
- Advanced CRM

Opportunities:

- Growing digital credit
- Greater participation in physical store sales
- BNPL (Credíário As a Service)

Opportunities:

- Fulfillment sellers 3P
- Fulfillment marketplace
- Open sea transport
- Full Cross
- Fullcommerce

Opportunities:

- Ads
- Store-in-store
- Brand building of new entrants in the country

GRUPO CASASBAHIA

INVESTOR RELATIONS

Elcio Ito

CFO & DRI

Gabriel Succar

Investor Relations Director

Daniel Moraes

IR Specialist

Caio Gandolfi

IR Analyst

Ticker: BHIA3 (B3)

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