

RESULTADOS

1T26



GRUPO **CASASBAHIA**

DESTAQUES 1T26

Geração de R\$ 852 MM de Fluxo de Caixa Livre da Firma (+R\$ 1,2 Bi a/a)

Continuidade do avanço do GMV online (+14,6% a/a)

Ganho de market share online (+1,7 p.p.), com foco no core

- EBITDA Ajustado de R\$ 597 MM (+4,7% a/a) e margem de 8,1%
- Geração de R\$ 852 MM de fluxo de caixa livre da firma no tri (+R\$ 1,2 Bi a/a) e R\$ 2,7 Bi de fluxo de caixa livre da firma últimos 6 meses (+R\$ 1,7 Bi a/a)
- GMV total de R\$ 11,2 Bi (+5,0% a/a), impulsionado pela continuidade do avanço no 1P online (+27,4% a/a)
- Ganho total de market share online (+1,7 p.p. a/a), com destaque para TVs (+7,3 p.p. a/a) e Linha Branca (+5,5 p.p. a/a)
- Redução de R\$ 2,7 Bi ou 68% a/a na dívida líquida
- Redução da alavancagem de 1,8x no 1T25 para 0,5x no 1T26
- Carteira de crediário de R\$ 6,3 Bi (+3% a/a) e inadimplência estável

POSICIONAMENTO ESPECIALISTA OMNICANAL

Sexto trimestre de avanço no GMV online (+14,6%) e ganho de market share online nas categorias core (+1,7 pp)

Loja Física

GMV
R\$ Bi

-1,6%

6,3

6,2

1T25

1T26

Base
+16,2% no 1T25
29 fechamentos
em 1 ano

1P Online

GMV
R\$ Bi

+27,4%

2,5

3,2

1T25

1T26

+14,6%
1P+3P
Tri

3P

GMV
R\$ Bi

-3,0%

1,8

1,8

1T25

1T26

Aumento de
take rate
de 12,7%
para 13,0%

Foco em
Categorias
Core

Ganho de +1,7 pp no market share online do 1T26

TVs

+7,3 pp

Linha Branca

+5,5 pp

Eletroportáteis e Sazonal

+1,3 pp

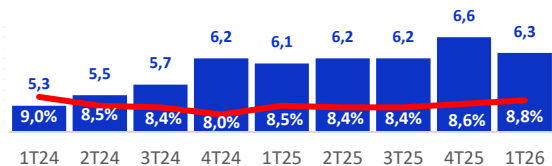
1

CREDIÁRIO: AUMENTO DE CARTEIRA COM INADIMPLÊNCIA SOB CONTROLE

R\$ 2,2 Bi de produção, com foco na melhor qualidade de risco de crédito

Evolução da carteira ativa de crédito

(R\$ bilhões)

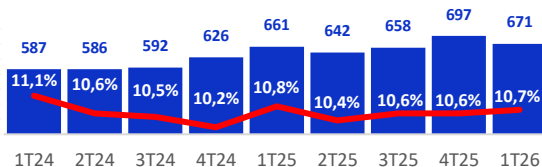


■ Carteira Ativa* ● Taxa Over 90 *Carteira Ativa = Clientes com atraso até 180 dias

A maior
carteira de
crediário do
Brasil

PDD

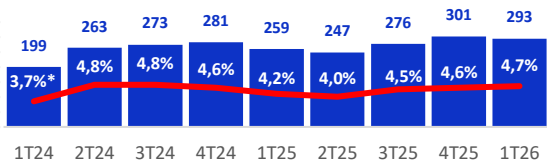
(R\$ milhões)



■ Saldo PDD ● Saldo PDD / Carteira Ativa

Perda líquida trimestral sobre carteira

(R\$ milhões)

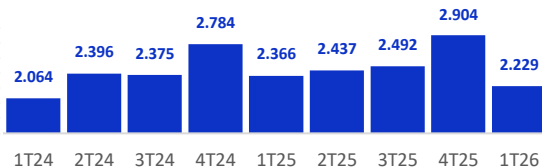


■ Perda ● Perda / Carteira Ativa

Indicadores
saudáveis de
inadimplência

Produção

(R\$ milhões)

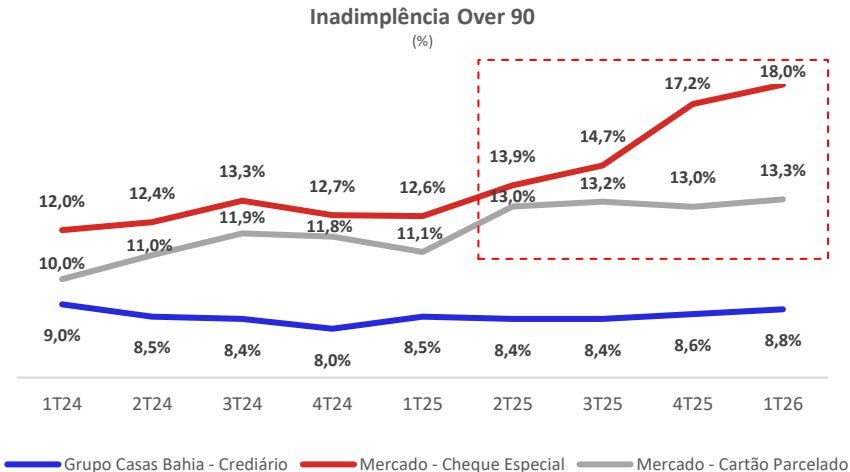


1

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



2 | CBfull

Plataforma logística integrada que atende clientes B2C, B2B e D2C



GRUPO **CASASBAHIA**



24
Centros de Distribuição



2,6 MM m²
Capacidade de armazenamento



100%
Cidades cobertas pelas entregas



1.039
Lojas Físicas (Retira Rápido)



1.600+
Estações cross docking (ex. Correios)



38%
Pedidos 1P entregues até 24 horas



55%
Pedidos 1P entregues até 45 horas



43%
Pedidos 1P Online entregues até 24 horas



58%
Pedidos 1P Online entregues até 45 horas

+ LOGISTICS AS A SERVICE

✓
FULLFULLMENT SELLERS 3P

✓
FULLFULLMENT MULTIMARKETPLACE

✓
TRANSPORTE MAR ABERTO

✓
FULL CROSS

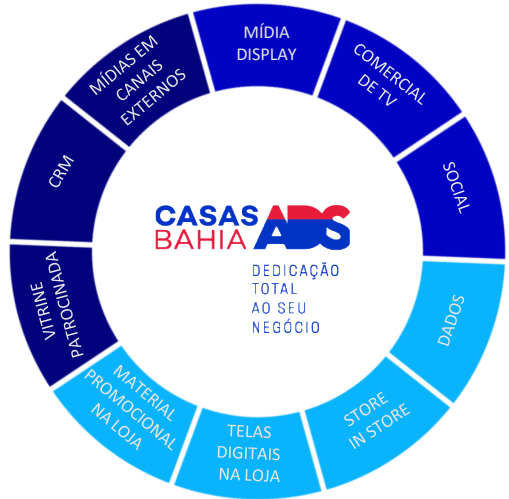
✓
FULLCOMMERCE

PLATAFORMA COMPLETA DE SERVIÇOS DE ARMAZENAMENTO, E TRANSPORTE PARA FORNECEDORES, SELLERS E MAR ABERTO

DESTAQUES

1T26

+27%
Receita bruta¹
a/a



Crescimento acelerado de Retail Media em loja e digital



Soluções In Store
Receita de Retail media em lojas físicas cresceu +180% vs. 2025, impulsionado pelo aumento no volume (maior alcance e capilaridade) de lojas com soluções digital signage, que ultrapassa 330 lojas, diversificação de formatos de MPDV* e venda de patrocínios em campanhas hardsell.



Digital
GMV transacionado aumentou +21%, com ROAS +15% a/a, refletindo maior inventário em páginas estratégicas (busca e novas vitrines com triggers comportamentais), elevando a relevância na jornada. Base de anunciantes aumentou +38% a/a

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

*Materiais promocionais e de comunicação visual aplicados fisicamente nas lojas.

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**

90% do Uso de Energia
de fontes renováveis nas operações

+595,5 Ton
resíduos destinados
para reciclagem

747 Coletores
eletroeletrônicos possibilitaram a coleta de 560 kg de resíduos para descarte adequado, em parceria com a GreenEletron

Economia Circular
Mais de 99% das mercadorias devolvidas recuperadas no 1T26, totalizando 4.131 toneladas.
Itens passaram por manutenção e testes de qualidade, sendo revendidos ou destinados ao reaproveitamento de componentes, prolongando o ciclo de vida e reduzindo a geração de resíduos

**SOCIAL
FUNDAÇÃO CASAS BAHIA
DIVERSIDADE GRUPO CASAS BAHIA**

Protagonismo Jovem

Iniciamos o ano com mais de 11.600 inscritos no PROA e 2.348 aprovados para as turmas do primeiro trimestre de 2026

Fomento ao Empreendedorismo

Fomento ao Empreendedorismo: lançamento do projeto Dona de Si 2026, com inscrições abertas para 1.500 vagas.
Já contamos com 1.000 empreendedoras inscritas: 427 no RJ, 204 no RS, 146 em SP, 131 na BA e 92 no DF

Prioridades de Diversidade em 2026

Equidade de Gênero: meta de 36% de mulheres na liderança
Equidade Racial: meta de 40% de negros na liderança

**Programa de combate ao
assédio e discriminação**

Dedicação Também é Respeitar: ação de sensibilização dos gestores de loja com +300 líderes impactados

**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

Programa de Integridade

Fortalecimento de comunicação, treinamentos e cultura em Auditoria, Riscos e Compliance, com destaque para os Ecos de Integridade e a IA SoFia para disseminação de GRC

Matriz de Riscos Corporativa

Revisão em andamento com entrevistas executivas e consolidação de riscos; calibração com C-Level a partir de abr/26 e apresentação ao Conselho e Comitê

Eleição do Conselho de Administração e Fiscal

Reeleição dos membros do CA e instalação e eleição dos membros do CF para o exercício social de 2026, conforme assembleia geral de 30/04

Comitê Independente de Investigação

Instalação de comitê independente de investigação para apurar alegadas liberações indevidas de créditos

DESTAQUES FINANCEIROS

Evolução do Plano de Transformação

DISCIPLINA DE EXECUÇÃO OPERACIONAL

Melhora sequencial das margens operacionais

EBITDA Ajustado
R\$ 597 MM (+4,7% a/a)
margem EBITDA
8,1%

GMV
R\$ 11,2 Bi total (+5,0% a/a)
R\$ 3,2 Bi 1P Online (+27,4% a/a)

Melhoria de SG&A/receita:
-0,1 p.p. a/a no tri

Credidiário com inadimplência
sob controle

LIQUIDEZ E FLUXO DE CAIXA

Gestão de liquidez e fluxo de caixa

Geração de fluxo de caixa livre
+R\$ 852 Bi no tri
(+R\$ 1,2 Bi a/a)

Geração de fluxo de caixa livre
+R\$ 2,7 Bi último 6 meses
(+R\$ 1,7 Bi a/a)

Saldo de liquidez
R\$ 3,2 Bi

ESTRUTURA DE CAPITAL

Foco constante de otimização

Redução de R\$ 2,7 Bi ou 68% a/a
da Dívida Líquida

Redução de R\$ 2,0 Bi ou 31% a/a
da Dívida Bruta

Alavancagem líquida
de 0,5x no 1T26
vs 1,8x no 1T25

Dívida de longo prazo
75% do total no 1T26
vs 41% do total no 4T25

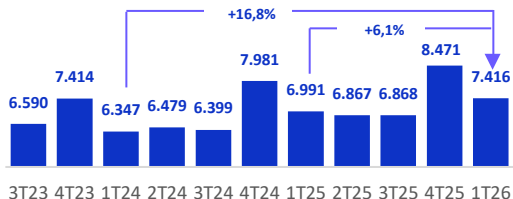


EVOLUÇÃO OPERACIONAL E MARGENS CONSISTENTES

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

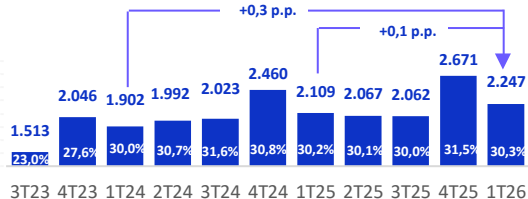
Receita Líquida - R\$ MM

Var (a/a)



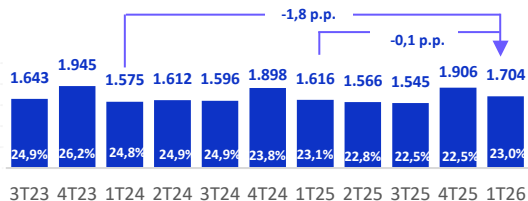
Avanço de GMV total de +5,0%, impulsionada pelo 1P online (+27,4%)

Lucro Bruto - R\$ MM



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

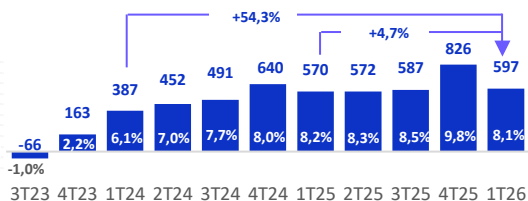
SG&A - R\$ MM



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

Disciplina e consistência do Plano de Transformação

EBITDA Ajustado - R\$ MM



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

EVOLUÇÃO OPERACIONAL E MARGENS CONSISTENTES

Evolução operacional e aumento das despesas financeiras

Melhoria gradual
das margens operacionais

(R\$ Milhões)	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26	Var. a/a
Receita Bruta	8.299	8.186	8.172	10.141	8.830	6,4%
Receita Líquida	6.991	6.867	6.868	8.471	7.416	6,1%
Lucro Bruto	2.109	2.067	2.062	2.671	2.247	6,5%
Margem Bruta	30,2%	30,1%	30,0%	31,5%	30,3%	0,1p.p.
SG&A	-1.616	-1.566	-1.545	-1.906	-1.704	5,4%
EBITDA Ajustado	570	572	587	826	597	4,7%
Margem EBITDA Ajustada	8,2%	8,3%	8,5%	9,8%	8,1%	(0,1p.p.)
Outras Despesas	-18	-49	-51	-57	-88	388,9%
EBIT (LAJIR)	287	283	282	491	250	-12,9%
Resultado financeiro	-922	-1147	-1.061	-557	-1.259	36,6%
LAIR	-635	-864	-779	-66	-921	45,0%
IR/CS	227	309	283	-1463	-143	n/a
Resultado Líquido	-408	-555	-496	-1529	-1.064	n/a

Destaques 1T26

EBITDA Ajustado de R\$ 597 MM (+4,7% a/a)
e margem de 8,1%

Receita:

- Soluções Financeiras: Crescimento de +8,7% a/a
- Mercadorias: Crescimento de +6,5% a/a

Despesas:

- Despesa praticamente estável, mesmo com crescimento de receita de +6,1% e inflação +4,14%
- Redução de 0,1 p.p. a/a na despesa sobre receita
- Novas ações para redução: 3 loja fechada no 1T26, 98 lojas fechadas desde de 2023

Resultado financeiro e IR/CS:

- A despeito da melhora operacional, aumento relevante das despesas financeiras em razão do maior patamar da Selic (1,9 p.p. maior que no 1T25)
- Não constituição do imposto de renda diferido

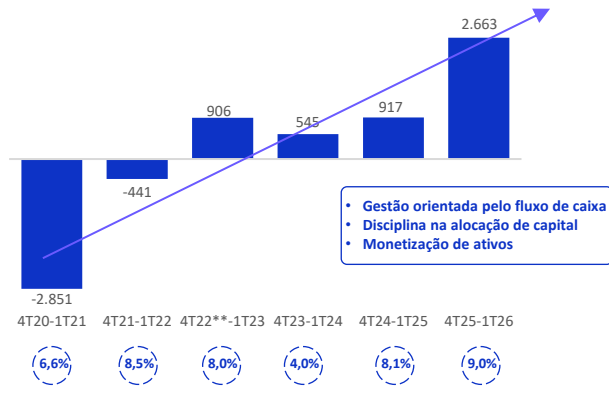
R\$ 852 MM DE FLUXO DE CAIXA LIVRE DA FIRMA 1T26

Recorde histórico de fluxo de caixa livre da firma no 1T (tri e últimos 6 meses)

R\$ Milhões	1T20	1T21	1T22	1T23	1T24	1T25	1T26
Lucro (prejuízo) do período	13	180	18	(297)	(261)	(408)	(1.064)
Lucro caixa pós ajustes	613	816	1.069	986	689	675	485
Variação capital de giro	(1.410)	(1.814)	(539)	(477)	(237)	(603)	772
Estoque	(682)	(1.709)	243	(931)	(31)	(312)	(367)
Fornecedores	(728)	(105)	(782)	454	(206)	(291)	1.139
Perdas	(127)	(11)	(254)	(259)	(212)	(229)	(268)
Demandas judiciais	(148)	(306)	(408)	(260)	(216)	(137)	(108)
Repasso a terceiros	(73)	(213)	(163)	(103)	(38)	(58)	(100)
Tributos a recuperar/pagar	(279)	(245)	(135)	(12)	203	308	269
Outros Ativos e Passivos	(207)	(579)	(547)	5	(65)	49	114
Caixa Líquido das atividades operacionais	(1.631)	(2.352)	(977)	(120)	124	5	1.164
Caixa Líquido das atividades de arrendamento	(228)	(221)	(279)	(273)	(252)	(271)	(259)
Caixa Líquido das atividades de investimento	(83)	(184)	(453)	(251)	(48)	(56)	(53)
Fluxo de Caixa Livre da Firma	(1.942)	(2.757)	(1.709)	(644)	(176)	(322)	852
Captações Líquidas	633	922	529	(1.262)	23	(649)	(414)
Pagamento de Juros	(174)	(124)	(297)	(699)	(525)	(554)	(662)
Follow-on, líquido dos custos de captação	-	-	-	-	-	-	-
Outros	1	-	(28)	-	-	-	-
Caixa Líquido das atividades de financiamento	460	798	204	(1.961)	(502)	(1.203)	(1.076)
Saldo Inicial de Caixa e Equivalentes de Caixa*	4.802	9.047	6.703	6.153	3.578	3.993	3.385
Saldo Final de Caixa e Equivalentes de Caixa*	3.320	7.088	5.198	3.548	2.900	2.468	3.161

Fluxo de Caixa Livre da Firma¹

(Últimos 6 meses - R\$ MM)



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

* 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

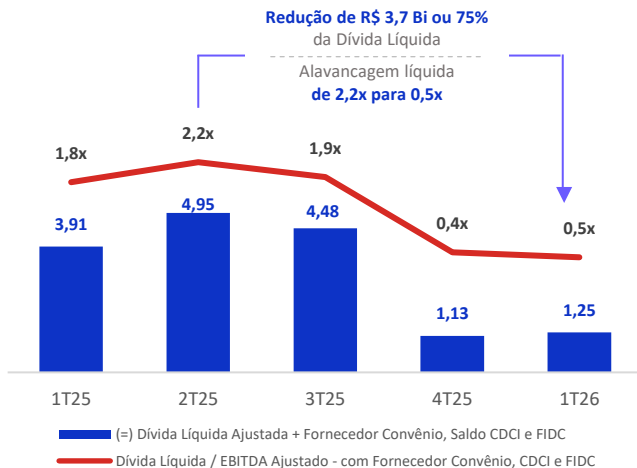
ESTRUTURA DE CAPITAL

R\$ milhões

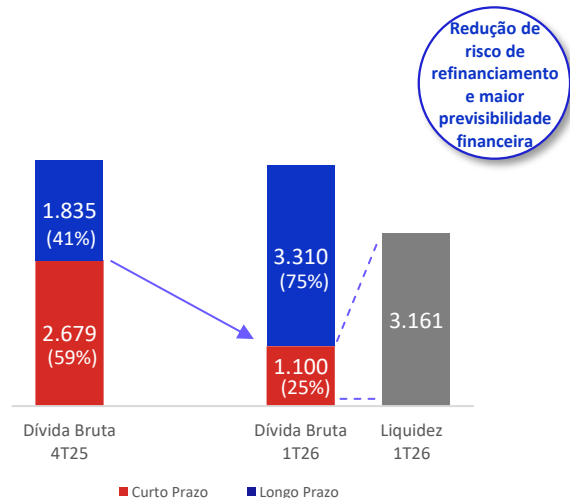
R\$ milhões	1T26	4T25	3T25	2T25	1T25	4T24	vs 1T25
Financiamentos de Curto Prazo	(1.100)	(2.679)	(3.364)	(2.966)	(2.001)	(2.562)	1.462
(=) Saldo líquido Carnês – CDCI	603	486	224	19	175	243	361
(-) Empréstimos e Financiamentos circulante	(762)	(735)	(1.218)	(704)	(447)	(359)	(403)
Fornecedor Convênio	(941)	(2.430)	(2.370)	(2.281)	(1.730)	(2.446)	1.505
Financiamentos de Longo Prazo	(3.310)	(1.835)	(4.148)	(4.956)	(4.376)	(3.878)	569
(=) Saldo líquido Carnês - CDCI	227	179	126	109	73	101	126
(-) Empréstimos e Financiamentos não circulante	(1.600)	(271)	(2.695)	(4.162)	(3.912)	(3.711)	2.111
Cotas de Terceiros FIDC	(1.937)	(1.742)	(1.578)	(903)	(538)	(269)	(1.668)
Endividamento Bruto	(4.409)	(4.514)	(7.512)	(7.922)	(6.377)	(6.440)	2.031
Financiamento de Curto Prazo/Endividamento Bruto	25%	59%	45%	37%	31%	40%	
Financiamento de Longo Prazo/Endividamento Bruto	75%	41%	55%	63%	69%	60%	
(=) Caixa, Aplicações, Cartões de Crédito e Outros Contas a Receber	3.161	3.385	3.029	2.968	2.466	3.992	(831)
(=) Dívida Líquida Ajustada + Fornecedor Convênio, Saldo CDCI e FIDC	(1.248)	(1.129)	(4.483)	(4.954)	(3.911)	(2.448)	1.200
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	2.583	2.555	2.369	2.273	2.153	1.971	612
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado - com Fornecedor Convênio, CDCI e FIDC	0,5x	0,4x	1,9x	2,2x	1,8x	1,2x	

NOVA ESTRUTURA DE CAPITAL

Evolução do Endividamento (R\$ BI) e Alavancagem (X)



Perfil do Endividamento*



1T26: Crescimento Preservando Margem, Geração de Caixa Livre da Firma e Redução da Dívida

Incremento de +R\$ 538 MM no GMV | +6% de Receita | 8,1% de margem EBITDA



MELHORIA DE MARGENS

8,1% de margem EBITDA

- GMV
R\$ 11,2 Bi (+5,0% a/a)
- Margem Bruta
30,3% (+0,1 p.p. a/a)
- Despesas
-0,1 p.p. a/a (SG&A/receita)
- EBITDA
R\$ 597 Bi (+4,7% a/a)

RENTABILIDADE DO ECOSSISTEMA

R\$ 6,3 Bi de carteira
de crediário

- Indicadores de inadimplência
estáveis
- Evolução na receita de soluções
financeiras
+8,7% a/a
- Evolução na receita de ADs
+27% a/a

FLUXO DE CAIXA

R\$ 852 MM de Fluxo de Caixa
Livre da Firma

- Consistência no EBITDA e
evolução positiva de fluxo de
caixa livre ao longo do tempo
- Fluxo de Caixa Livre da Firma
+R\$ 1,2 Bi de incremento a/a
- Geração de fluxo de caixa livre
+R\$ 852 MM tri (+R\$ 1,2 Bi a/a)
- Geração de fluxo de caixa livre
+R\$ 2,7 BI últimos 6 meses
(+R\$ 1,7 Bi a/a)

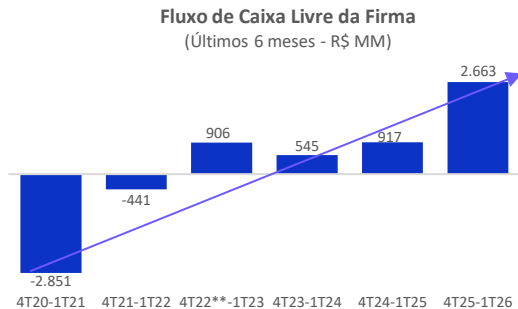
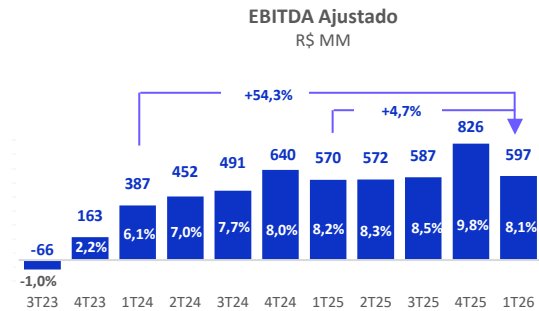
ESTRUTURA DE CAPITAL

0,5x de alavancagem
dívida líquida/EBITDA

- Redução de R\$ 2,7 Bi ou
68% a/a da Dívida Líquida
- Redução de R\$ 2,0 Bi ou
31% a/a da Dívida Bruta
- Alavancagem líquida
de 0,5x no 1T26
(vs 1,8x no 1T25)

EVOLUÇÃO OPERACIONAL CONSISTENTE

Crescimento com foco no core, maior eficiência, alavancagem operacional e recorde de geração de fluxo de caixa



Próxima Etapa

Alavancagem Operacional

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

Redução de Despesas

- Aumento da eficiência operacional por meio do uso de IA
- Diluição do custo logística e abastecimento

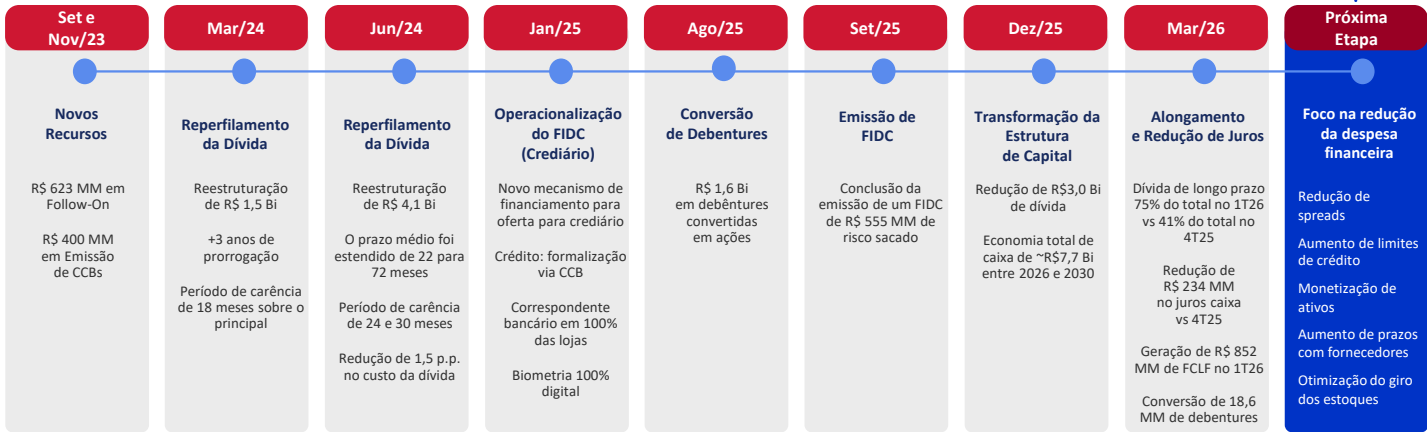
Créditos e Serviços

- Credário digital crescente
- Maior participação nas vendas de loja física

MELHORIA CONTÍNUA DA ESTRUTURA DE CAPITAL

A evolução operacional viabilizou o fortalecimento do balanço

Ago/23
Lançamento
do Plano de
Transformação



Etapa recente

CAMINHO PARA O LUCRO

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

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

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

Alavancagem Operacional

Foco: expansão de *cash margin*

O que foi feito:

- Melhoria operacional e consistência nas margens (8,1% de mg. EBITDA no 1T26)

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\$ 6,3 bi e disponibilidade de funding para crescimento

Oportunidades:

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

Estratégia bem definida, cultura sólida, execução consistente

GRUPO CASASBAHIA

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Elcio Ito

CFO & DRI

Gabriel Succar

Diretor de RI

Daniel Morais

Especialista de RI

Caio Gandolfi

Analista de RI

Ticker: BHIA3 (B3)

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

RESULTS Q1'26



GRUPO **CASASBAHIA**

HIGHLIGHTS Q1'26

Generation of R\$ 852 MM in Free Cash Flow to Firm (+R\$ 1.2 Bn y/y)

Continuity of the online GMV growth (+14.6% y/y)

Online market share gain (+1.7 p.p.), focusing on the core

- Adjusted EBITDA of R\$ 597 MM (+4.7% y/y) and margin of 8.1%
- Generation of R\$ 852 MM in free cash flow to firm in the Q (+R\$ 1.2 Bn y/y) and R\$ 2.7 Bn in free cash flow to firm in the last 6 months (+R\$ 1.7 Bn y/y)
- Total GMV of R\$ 11.2 Bn (+5.0% y/y), driven by the continued growth in online 1P (+27.4% y/y)
- Total online market share gain (+1.7 p.p. y/y), with a highlight on TVs (+7.3 p.p. y/y) and White Goods (+5.5 p.p. y/y)
- Reduction of R\$ 2.7 Bn or 68% y/y in net debt
- Reduction of leverage from 1.8x in 1T25 to 0.5x in Q1'26
- BNPL portfolio of R\$ 6.3 Bn (+3% y/y) and stable delinquency

OMNICHANNEL SPECIALIST POSITIONING

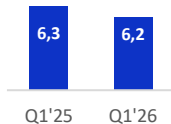
Sixth consecutive quarter of growth in online GMV (+14.6%) and gain of online market share in core categories (+1.7 pp)

Physical Store

GMV
R\$ BN

-1,6%

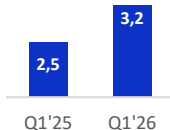
Base
+16.2% in Q1'25
29 closures
in 1 year



1P Online

GMV
R\$ BN

+27,4%

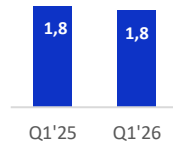


+14,6%
1P+3P
Tri

3P

GMV
R\$ BN

-3,0%



Take rate
Increase
from 12.7%
to 13.0%

Focus on
Categories
Core

Gain of +1.7 pp in online market share in Q1'26

TVs

+7.3 pp

White Goods

+5.5 pp

Small Appliances and Seasonal

+1.3 pp

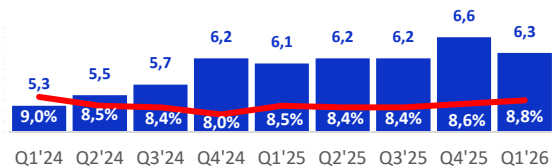
1

BNPL: PORTFOLIO GROWTH WITH DELIQUENCY UNDER CONTROL

R\$ 2.2 Bn in production, focusing 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)

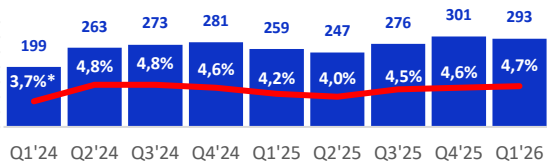
(R\$ million)



■ ADA Balance ■ ADA Balance / Active Portfolio

Quarterly Net Loss

(R\$ million)



■ Loss ■ Loss / Active Portfolio

Healthy
Delinquency
Indicators

Production

(R\$ million)

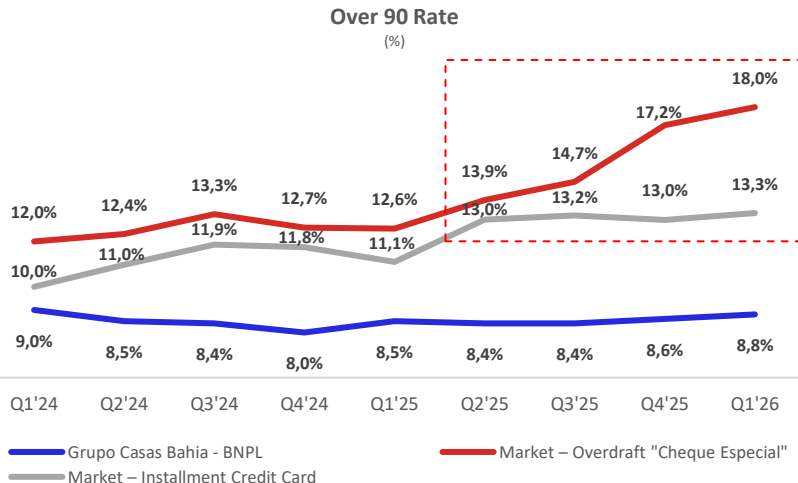


1

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



2 | CB full

Integrated logistics platform serving B2C, B2B and D2C customers



 24 distribution centers	 2.6 MM m² storage capacity	 100% of cities covered
 1,039 B&M stores (click and collect)	 1,600+ stations cross docking	 38% of 1P orders delivered up to 24 hours
 55% of 1P orders delivered up to 45 hours	 43% of online orders delivered up to 24 hours	 58% of online orders delivered up to 45 hours

+ LOGISTICS AS A SERVICE

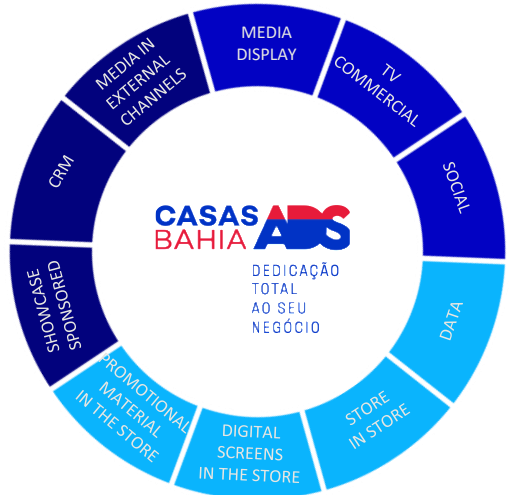
 FULLFULLMENT SELLERS 3P	 FULLFULLMENT MULTIMARKETPLACE	 TRANSPORTATION OPEN SEA
 FULL CROSS	 FULLCOMMERCE	

COMPLETE STORAGE AND TRANSPORTATION SERVICE PLATFORM FOR SUPPLIERS, SELLERS, AND OPEN SEA

HIGHLIGHTS

Q1'26

+27%
Gross revenue¹
y/y



Accelerated growth of Retail Media in-store and digital



In Store Solutions
Revenue from retail media in physical stores grew +180% vs. 2025, driven by the increase in the volume (greater reach and capillarity) of stores with digital signage solutions, exceeding 330 stores, diversification of MPDV* formats, and sponsorship sales in hardsell campaigns.



Digital
GMV transacted increased +21%, with ROAS² +15% y/y, reflecting greater inventory on strategic pages (search and new showcases with behavioral triggers), elevating relevance in the journey. The advertiser base increased +38% y/y.

1) Considers the entire Casas Bahia media ecosystem Ads
2) Advertiser ROAS is the acronym for "Return on advertising spend"

*Promotional and visual communication materials physically applied in stores.

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
REVIVE RECYCLING PROGRAM
AND RENEWABLE ENERGY**

90% of Energy Usage

from renewable sources in operations

+595.5 Tons

waste destined for recycling

747 Collectors

electronic equipment enabled the collection of 560 kg of waste for proper disposal, in partnership with GreenEletron

Circular Economy

More than 99% of returned goods recovered in Q1'26, totaling 4,131 tons.

Items underwent maintenance and quality testing, being resold or allocated for component reuse, extending the lifecycle and reducing waste generation

**SOCIAL
CASAS BAHIA FOUNDATION
DIVERSITY CASAS BAHIA GROUP**

Youth Protagonism

We started the year with over 11,600 registrants in PROA and 2,348 approved for the first quarter classes of 2026

Promotion of Entrepreneurship

Promotion of Entrepreneurship: launch of the Dona de Si 2026 project, with registrations open for 1,500 spots. We already have 1,000 registered entrepreneurs: 427 in RJ, 204 in RS, 146 in SP, 131 in BA, and 92 in DF

Diversity Priorities in 2026

Gender Equity: goal of 36% women in leadership
Racial Equity: goal of 40% Black individuals in leadership

Anti-harassment and discrimination program

Dedication is Also Respect: a sensitization action for store managers with +300 leaders impacted

**CORPORATE
GOVERNANCE**

Robust Governance Practices

- Listing on the New Market
- Independent advisors
- Distinct executives for CEO and Chairman of the Board
- Statutory Audit, Risk and Compliance Committee

Integrity Program

Strengthening communication, training, and culture in Audit, Risk and Compliance, with emphasis on Integrity Ecos and the AI SIFIA for the dissemination of GRC

Corporate Risk Matrix

Review in progress with executive interviews and risk consolidation; calibration with C-Level starting from Apr/26 and presentation to the Board and Committee

Election of the Board of Directors and Fiscal Board

Re-election of the members of the Board and installation and election of the members of the Fiscal Board for the fiscal year 2026, as per the general assembly of 30/04

Independent Investigation Committee
Establishment of an independent investigation committee to investigate alleged improper credit releases

FINANCIAL HIGHLIGHTS

Evolution of the Transformation Plan

DISCIPLINE OF OPERATIONAL EXECUTION

Sequential improvement of operating margins

Adjusted EBITDA
R\$ 597 MM (+4.7% y/y)
EBITDA margin
8.1% (-0.1 p.p. y/y)

GMV
R\$ 11.2 Bn total (+5.0% y/y)
R\$ 3.2 Bn 1P Online (+27.4% y/y)

Improvement in SG&A/revenue:
-0.1 p.p. y/y in the quarter

Credit with delinquency
under control

LIQUIDITY AND CASH FLOW

Liquidity management and cash flow

Generation of free cash flow
+R\$ 852 Bn in the quarter
(+R\$ 1.2 Bn y/y)

Generation of free cash flow
+R\$ 2.7 BN in the last 6 months
(+R\$ 1.7 Bn y/y)

Liquidity balance
R\$ 3.2 Bn

STRUCTURE OF CAPITAL

Constant focus on optimization

Reduction of R\$ 2.7 Bn
or 68% y/y of Net Debt

Reduction of R\$ 2.0 Bn
or 31% y/y of Gross Debt

Net leverage
of 0.5x in Q1'26
vs 1.8x in Q1'25

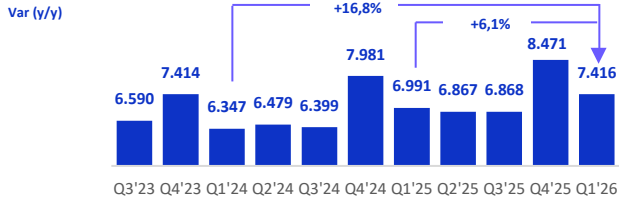
Long-term debt
75% of the total in Q1'26
vs 41% of the total in Q4'25



OPERATIONAL EVOLUTION AND CONSISTENT MARGINS

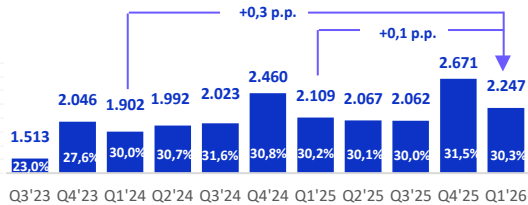
Revenue growth, efficiency, and operational leverage resulting from the structural adjustments of the Plan

Net Revenue - R\$ MM



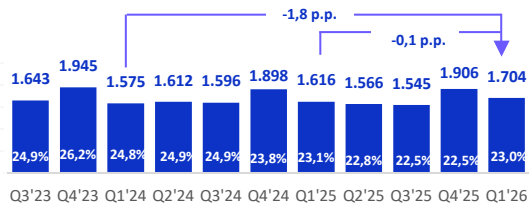
Advance of total GMV of +5.0%, driven by 1P online (+27.4%)

Gross Profit - R\$ MM



Greater penetration of credit and services, mix of channels and more demanded products during the period, and adequate inventory quality

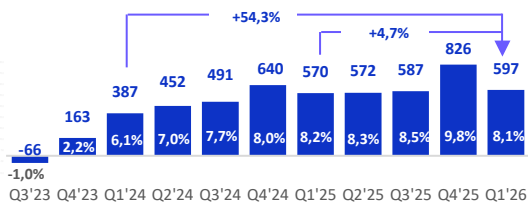
SG&A - R\$ MM



Capturing the adjustments made since 2023, with greater operational efficiency and discipline in expenses

Discipline and consistency of the Transformation Plan

Adjusted EBITDA - R\$ MM



Gradual growth given the maturation of ongoing revenue enhancement and cost/expense reduction initiatives

OPERATIONAL EVOLUTION AND CONSISTENT MARGINS

Operational evolution and increase in financial expenses

Gradual improvement
in operational margins

(R\$ Million)	Q1'25	Q2'25	Q3'25	Q4'25	Q1'26	Var. YoY
Gross Revenue	8.299	8.186	8.172	10.141	8.830	6,4%
Net Revenue	6.991	6.867	6.868	8.471	7.416	6,1%
Gross Profit	2.109	2.067	2.062	2.671	2.247	6,5%
Gross Margin	30,2%	30,1%	30,0%	31,5%	30,3%	0,1p.p.
SG&A	-1.616	-1.566	-1.545	-1.906	-1.704	5,4%
Adjusted EBITDA	570	572	587	826	597	4,7%
Adjusted EBITDA Margin	8,2%	8,3%	8,5%	9,8%	8,1%	(0,1p.p.)
Other Expenses	-18	-49	-51	-57	-88	388,9%
EBIT	287	283	282	491	250	-12,9%
Financial Results	-922	-1147	-1061,111834	-557	-1.259	36,6%
EBT	-635	-864	-779	-66	-921	45,0%
Income Tax & Social Contribu	227	309	283	-1463	-143	n/a
Net Income (Loss)	-408	-555	-496	-1529	-1.064	n/a

Highlights Q1

Adjusted EBITDA of R\$ 597 MM (+4.7% y/y)
and margin of 8.1%

Revenue:

- Financial Solutions: Growth of +8.7% y/y
- Goods: Growth of +6.5% y/y

Expenses:

- Expenses are practically stable, despite a revenue growth of +6.1% and inflation of +4.14%
- Reduction of 0.1 p.p. y/y in expenses relative to revenue
- New actions for reduction: 3 stores closed in Q1'26, 98 stores closed since 2023

Financial result and taxes:

- Despite operational improvements, there was a significant increase in financial expenses due to the higher Selic rate (1.9 p.p. higher than in Q1'25)
- Non-establishment of deferred income tax

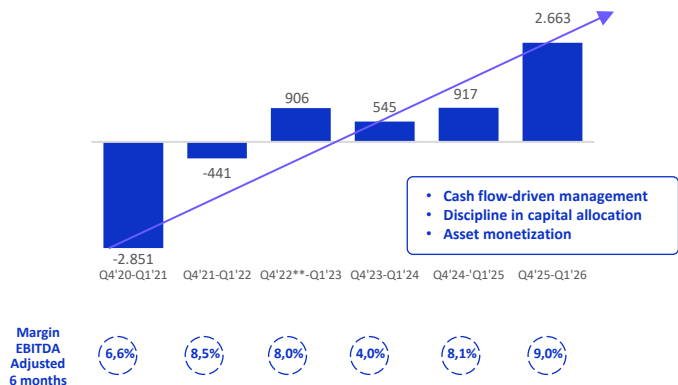
GENERATION OF R\$ 852 MILLION IN FIRM FREE CASH FLOW IN Q1'26

Record free cash flow for the firm in Q1 (quarter and last 6 months)

R\$ Million	Q1'20	Q1'21	Q1'22	Q1'23	Q1'24	Q1'25	Q1'26
Net income (loss)	13	180	18	(297)	(261)	(408)	(1.064)
Adjusted net income (loss)	613	816	1.069	986	689	675	485
Working Capital Variation	(1.410)	(1.814)	(539)	(477)	(237)	(603)	772
Inventory	(682)	(1.709)	243	(931)	(31)	(312)	(367)
Suppliers	(728)	(105)	(782)	454	(206)	(291)	1.139
Losses	(127)	(11)	(254)	(259)	(212)	(229)	(268)
Lawsuits	(148)	(306)	(408)	(260)	(216)	(137)	(108)
Onlending of third parties	(73)	(213)	(163)	(103)	(38)	(58)	(100)
Taxes to Recover/Obligations	(279)	(245)	(135)	(12)	203	308	269
Other assets and liabilities	(207)	(579)	(547)	5	(65)	49	114
Net Cash (used) in Operating Activities	(1.631)	(2.352)	(977)	(120)	124	5	1.164
Net Cash (used) in Leasing Activities	(228)	(221)	(279)	(273)	(252)	(271)	(259)
Net Cash (used) in Investments Activities	(83)	(184)	(453)	(251)	(48)	(56)	(53)
Free Cash Flow	(1.942)	(2.757)	(1.709)	(644)	(176)	(322)	852
Net proceeds	633	922	529	(1.262)	23	(649)	(414)
Payments of interest	(174)	(124)	(297)	(699)	(525)	(554)	(662)
Follow-on, net of costs	-	-	-	-	-	-	-
Others	1	-	(28)	-	-	-	-
Cash Flow from Financing Activities	460	798	204	(1.961)	(502)	(1.203)	(1.076)
Cash and cash equivalents of the Opening balance*	4.802	9.047	6.703	6.153	3.578	3.993	3.385
Cash and Cash equivalents at the End of the Period*	3.320	7.088	5.198	3.548	2.900	2.468	3.161

Firm Free Cash Flow1

(Last 6 months - R\$ MM)



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

* Considers cash, credit card receivables, and other receivables

** Excluding R\$ 1.75 BN from the renewal of the co-branded card partnership in Q4'22

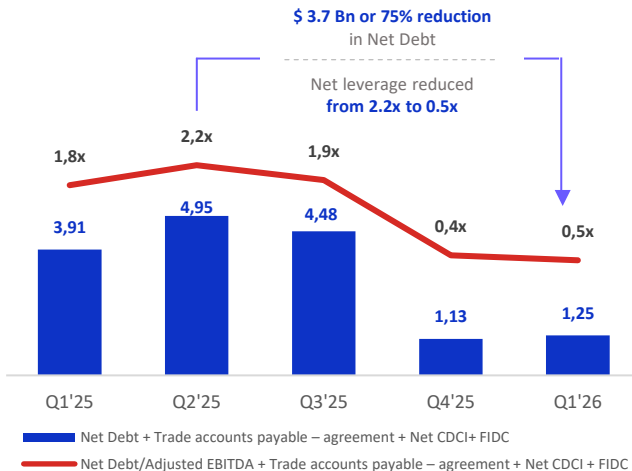
CAPITAL STRUCTURE

R\$ millions

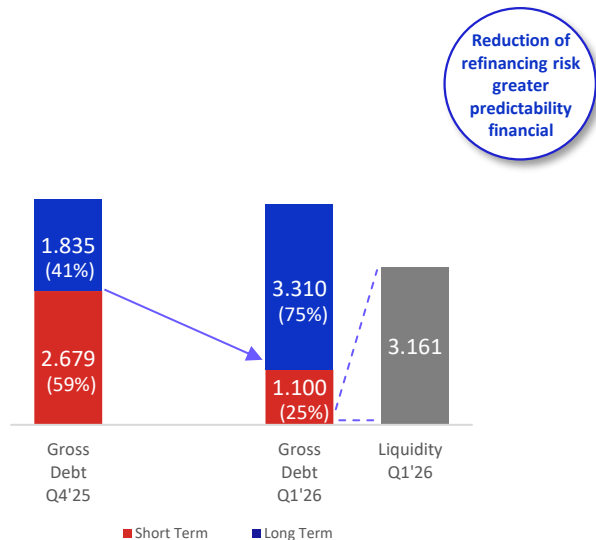
R\$ million	Q1'26	Q4'25	Q3'25	Q2'25	Q1'25	Q4'24	vsQ1'25
Short-Term Financing	(1.100)	(2.679)	(3.364)	(2.966)	(2.001)	(2.562)	1.462
(=) Net balance of BNPL booklets	603	486	224	19	175	243	361
(-) Current loans and financing	(762)	(735)	(1.218)	(704)	(447)	(359)	(403)
Trade accounts payable - agreement	(941)	(2.430)	(2.370)	(2.281)	(1.730)	(2.446)	1.505
Long-Term Financing	(3.310)	(1.835)	(4.148)	(4.956)	(4.376)	(3.878)	569
(=) Net balance of BNPL booklets	227	179	126	109	73	101	126
(-) Non-current loans and financing	(1.600)	(271)	(2.695)	(4.162)	(3.912)	(3.711)	2.111
Third-party FIDC quotas	(1.937)	(1.742)	(1.578)	(903)	(538)	(269)	(1.668)
Gross Indebtness	(4.409)	(4.514)	(7.512)	(7.922)	(6.377)	(6.440)	2.031
Short-Term Financing/Gross Indebtness	25%	59%	45%	37%	31%	40%	
Long-Term Financing/Gross Indebtness	75%	41%	55%	63%	69%	60%	
(=) Cash, Investments, Credit Cards, Others	3.161	3.385	3.029	2.968	2.466	3.992	(831)
(=) Net Debt + Trade accounts payable - agreement + Net BNPL + FIDC	(1.248)	(1.129)	(4.483)	(4.954)	(3.911)	(2.448)	1.200
Ajusted EBITDA (LTM)	2.583	2.555	2.369	2.273	2.153	1.971	612
Net Debt/Adj EBITDA + Trade accounts payable - agr + Net BNPL + FIDC	0,5x	0,4x	1,9x	2,2x	1,8x	1,2x	

NEW CAPITAL STRUCTURE

Debt Evolution (R\$ BI) and Leverage (X)



Debt Profile*



Q1'26: Growth Preserving Margin, Free Cash Generation of the Firm and Debt Reduction

Increase of +R\$ 538 MM in GMV | +6% Revenue | 8.1% EBITDA margin



MARGIN IMPROVEMENT

8.1% EBITDA margin

- GMV
R\$ 11.2 BN (+5.0% year-over-year)
- Gross Margin
30.3% (+0.1 p.p. year-over-year)
- Expenses
-0.1 p.p. year-over-year
(SG&A/revenue)
- EBITDA R\$ 597 BN (+4.7% year-over-year)

PROFITABILITY OF ECOSYSTEM

R\$ 6.3 BN of BNPL portfolio

- Stable default indicators
- Evolution in financial solutions revenue
+8.7% y/y
- Evolution in ADs revenue
+27% y/y

CASH FLOW

R\$ 852 MM Free Cash Flow to Firm

- Consistency in EBITDA and positive evolution of free cash flow over time
- Company Free Cash Flow +R\$ 1.2 BN incremental y/y
- Free cash flow generation +R\$ 852 MM in Q2 (+R\$ 1.2 BN y/y)
- Free cash flow generation +R\$ 2.7 BN in the last 6 months (+R\$ 1.7 BN y/y)

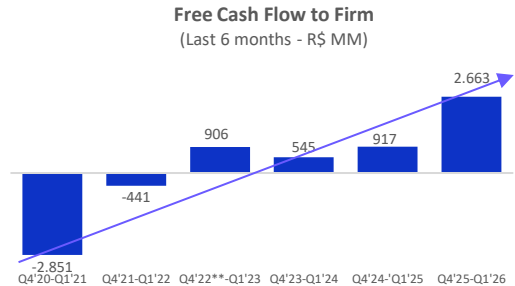
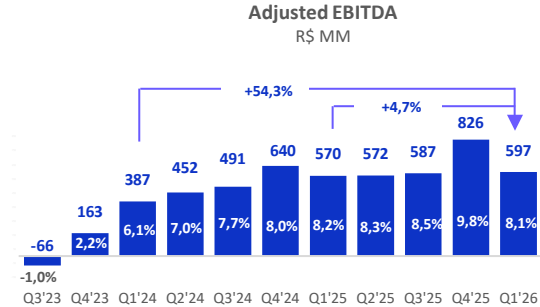
CAPITAL STRUCTURE

0.5x leverage net debt/EBITDA

- Reduction of R\$ 2.7 BN or 68% y/y in Net Debt
- Reduction of R\$ 2.0 BN or 31% YoY of Gross Debt
- Net leverage of 0.5x in Q1'26 (vs 1.8x in Q1'25)

OPERATIONAL EVOLUTION CONSISTENT

Growth focusing on the core, greater efficiency, operational leverage, and record cash flow generation



Next Step

Operational Leverage

- New partnerships and significant increase in e-commerce
- Scale and commercial negotiations
- New entrants in the industry
- Dynamic pricing

Cost reduction

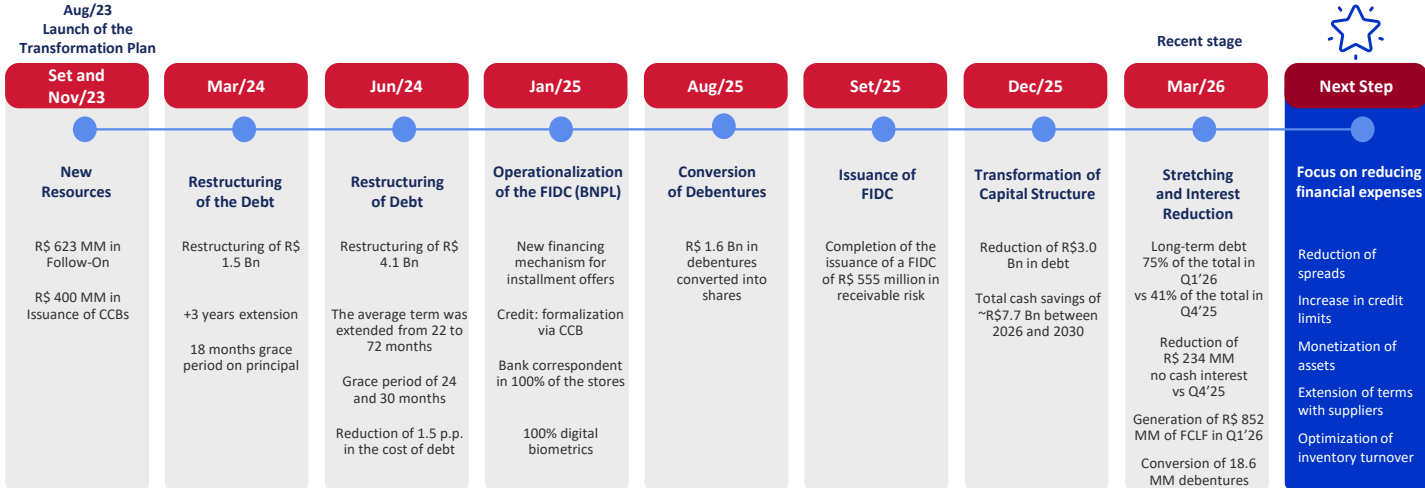
- Increased operational efficiency through the use of AI
- Dilution of logistics and supply costs

Credits and Services

- Growing digital BNPL
- Greater share in physical store sales

CONTINUOUS IMPROVEMENT OF CAPITAL STRUCTURE

Operational evolution has enabled the strengthening of the balance sheet



PATH TO PROFIT

Grupo Casas Bahia concluded a deep transformation of the balance sheet and operations and is now entering a new phase for profit generation

Improvement of financial results

Focus: reduction of Financial expense

What was done:

- Balance sheet transformation

Opportunities:

- Reduction of spreads
- Increase in credit limits
- Monetization of assets
- Extension of terms with suppliers
- Optimization of inventory turnover
- Drop in Selic

Efficiency Operational

Focus: increase sales and reduce expenses

What has been done:

- Systemic improvements ready for rollout in 2026

Opportunities:

- Increase in operational efficiency through the use of AI
- Advanced CRM
- Dynamic pricing
- Logistics and supply

Leverage Operational

Focus: cash margin expansion

What was done:

- Operational improvement and consistency in margins (8.1% EBITDA margin in Q1 26)

Opportunities:

- New partnerships and significant growth in e-commerce
- Scale and business negotiations
- New entrants in the industry

Credit and Services

Focus: increase in profitability

What has been done:

- Increase of the portfolio to R\$ 6.3 BN and availability of funding for growth

Opportunities:

- Growing digital financing
- Greater share in physical store sales
- CDC Program 2027 - structured focus of the company

Well-defined strategy, solid culture, consistent execution

GRUPO CASASBAHIA

INVESTOR RELATIONS

Elcio Ito

CFO & IRO

Gabriel Succar

IR Director

Daniel Morais

IR Specialist

Caio Gandolfi

IR Analyst

Ticker: BHIA3 (B3)

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