

Relato Integrado 2024



GRUPO **CASASBAHIA**

CASASBAHIA

pontofrio:

extra.com.br

bartira

banQi
CASASBAHIA

CB full

Sumário



3 Mensagem da liderança

5 O relatório

- ↳ Materialidade

9 O Grupo Casas Bahia

- ↳ Nossas marcas
- ↳ 70 anos e em transformação
- ↳ Composição acionária
- ↳ Trajetória ESG
- ↳ Desempenho financeiro
- ↳ Prêmios e reconhecimentos

19 Nosso modelo de negócio

21 Nossa governança

- ↳ Estrutura de governança
- ↳ Nossos compromissos
- ↳ Ética, transparência e respeito
- ↳ Canal de Denúncias
- ↳ Gestão de riscos
- ↳ Segurança e privacidade de dados

37 Nosso relacionamento com as pessoas

- ↳ Colaboradores
- ↳ Clientes
- ↳ Fornecedores
- ↳ Comunidades

61 Nossa relação com o meio ambiente

- ↳ Ecoeficiência operacional e circularidade
- ↳ Geração de resíduos
- ↳ Mudanças climáticas e emissões
- ↳ Energia

70 Nosso futuro

72 Sumários de conteúdo GRI e SASB

82 Relatório de asseguração

84 Créditos





CASASBAHIA



Mensagem da liderança

GRI 2-22

O ANO DE 2024 FOI DESAFIADOR E BASTANTE IMPORTANTE PARA O GRUPO CASAS BAHIA.

Ano de muita evolução, chegamos à metade do nosso Plano de Transformação, em que trabalhamos para cumprir os objetivos e finalizar nossa transformação em 2025, preparando a Companhia para a retomada de seu ciclo de expansão a partir de 2026.

Conquistamos avanços importantes em termos de eficiência operacional e rentabilidade, com mais de 100 iniciativas, e avançamos nos resultados financeiros.

Comemoramos, em 2024, a melhora de nossa rentabilidade em todos os canais, entregando um crescimento sólido a partir do quarto trimestre, com EBITDA ajustado alcançando R\$ 1.970 milhões e margem de 7,2% no ano, superior em 2,9 p.p. em comparação com 2023. Atingimos mais de 20% de *market share* considerando canal físico e on-line,

com foco principalmente nas nossas categorias core, que são eletrodomésticos, linha branca, TVs, móveis e celulares.

Mesmo com um cenário macroeconômico desafiador, de constante alta da taxa de juros, continuamos trabalhando para ajudar o brasileiro a realizar seus sonhos. Nós vendemos para o Brasil inteiro, o Brasil real, para a população de todos os níveis de renda. População que, em 2024, vivenciou um crescimento de renda e emprego, um aumento na massa salarial de forma geral, o que potencializou o crescimento do consumo.

Outra conquista no ano foi o reperfilamento da nossa dívida. Negociamos com bancos e conseguimos



+ de 20%

de *market share* considerando canal físico e on-line

Mesmo com um cenário macroeconômico desafiador, de constante alta da taxa de juros, continuamos trabalhando para ajudar o brasileiro a realizar seus sonhos."

alongar dívidas que venceriam em 2025 para daqui a três anos. Dessa forma, conseguimos preservar o caixa da Companhia e avançar menos pressionados rumo a nossos objetivos.

Tudo isso feito com a consciência que temos de nosso papel como agente transformador de vidas e seguindo nossa estratégia ESG. Começando com o cuidado que temos com as nossas pessoas. O sucesso observado em 2024 é resultado de equipes engajadas em nossa cultura. Mais uma vez, estamos entre as melhores empresas para trabalhar no Brasil pelo Great Place to Work (GPTW).

Continuamos apoiando nossa comunidade, com mais de R\$ 2,7 milhões investidos pela Fundação Casas Bahia em projetos sociais e ações de ajuda humanitária, que impactaram mais de 30 mil pessoas durante o ano. Os investimentos foram direcionados principalmente a projetos de educação e formação de jovens e mulheres empreendedoras, contribuindo para a transformação social do país por meio do aumento de renda e da geração de oportunidades de trabalho.



Olhamos para 2025 e os próximos anos com otimismo, vendo o tamanho de oportunidades que é o Brasil."

Nosso compromisso com o meio ambiente também se manteve sólido e avançando. O REVIVA, programa de reciclagem referência no varejo brasileiro, enviou 2.800 toneladas de materiais para essa destinação, contribuindo ativamente para a economia circular.

Olhamos para o futuro apoiados em inteligências artificiais que nos aproximam cada dia mais de nossos clientes e nos ajudam a expandir nossa vocação de fornecer crédito aos brasileiros, em especial à população de menor renda. Em 2024, tivemos 1,3 milhão de cartões emitidos, e nossa carteira de crediário alcançou R\$ 6,2 bilhões, ante R\$ 5,4 bilhões em 2023.



R\$ 6,2 bilhões

alcançou nossa carteira de crediário

Com nossas mais de mil lojas, somos o único varejista que entrega produtos em absolutamente todos os municípios brasileiros. Nossa logística é cada dia mais potente, e, em 2024, lançamos a CB Full, nova marca que centralizou todos os serviços logísticos, trazendo ganhos não só para o Grupo, mas para diversos parceiros.

Tudo isso me faz olhar para 2025 e os próximos anos com otimismo, vendo o tamanho de oportunidades que é o Brasil. Fizemos um plano de transformação pragmático, tivemos agilidade para executá-lo e os resultados estão aparecendo. Vamos entregar o plano CB25 e recolocar a Companhia no ciclo de expansão, gerando mais empregos e crédito para as pessoas. Reduzindo as diferenças sociais, teremos um país melhor para todos.

As páginas a seguir mostram as ações e os resultados de 2024 que nos fizeram chegar até aqui. Boa leitura!

RENATO FRANKLIN
CEO do Grupo Casas Bahia





relatório

GRI 2-2, 2-3

O Relato Integrado 2024 do Grupo Casas Bahia

confirma mais um ano de compromisso com a transparência de nossas ações para toda a comunidade. O documento, publicado anualmente, traz nossas principais ações e resultados e reforça quem somos e nossos valores.

As informações compreendem as operações, marcas e companhias controladas Casas Bahia, Pontofrio, Bartira, Extra.com.br, banQi e CB Full. As empresas que compõem os dados do relatório fazem parte das listadas nas Demonstrações Financeiras da Companhia. Os resultados divulgados estão consolidados e refletem todas as empresas controladas e coligadas. Para mais detalhes, veja as [Demonstrações Financeiras Individuais e Consolidadas Grupo Casas Bahia S.A.](#) do exercício findo em 31 de dezembro de 2024.

O relatório compreende as realizações do Grupo Casas Bahia de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2024, baseadas em nossos valores corporativos e em nossa trajetória ESG (ambiental, social e de governança), seguindo nossos compromissos com a integridade e o respeito ao meio ambiente e aos direitos humanos, sempre com os mais altos padrões de governança corporativa.

O conteúdo segue a legislação contábil vigente no Brasil e as normas obrigatórias da Comissão

de Valores Mobiliários (CVM) para as companhias listadas na B3, a bolsa de valores brasileira.

O relatório foi avaliado e aprovado pela Diretoria, que é responsável por analisar e aprovar as informações relatadas, incluindo os temas materiais. Já o Conselho de Administração participa do processo por meio da integração dos temas socioambientais ao planejamento estratégico e à operação do Grupo, com o estabelecimento de metas ESG que têm impacto na remuneração variável dos executivos. **GRI 2-14**

O Relato Integrado 2024 do Grupo Casas Bahia foi submetido à asseguração limitada, que não se estende a informações de períodos anteriores ou a qualquer outra informação divulgada em conjunto com o Relato Integrado 2024. **GRI 2-5**

Para garantir transparência, confiabilidade, consistência e a possibilidade de comparação dos dados e do conteúdo deste relatório, sua elaboração seguiu padrões globalmente reconhecidos entre as melhores práticas de produção de relatórios:

▶ **Global Reporting Initiative (GRI)** – Os indicadores socioambientais monitorados e publicados estão em conformidade com as diretrizes estabelecidas na edição 2021 das normas GRI.

▶ **International Integrated Reporting Council (IIRC)** –

O *framework* de capitais e geração de valor compartilhado da Companhia segue o padrão proposto pela entidade, seguindo a Orientação CPC 09 – Orientações da CPC 09 Relato Integrado (que tem correlação com a Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo International Integrated Reporting Council – IIRC).

▶ **Sustainability Accounting Standards Board (SASB)** –

A organização define padrões para a divulgação de riscos e oportunidades em questões ambientais, sociais e de governança que podem impactar no desempenho financeiro de uma empresa.

Além dos padrões já mencionados, este relatório alinha seu conteúdo aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU) para serem alcançados até 2030, os 17 ODS visam mobilizar organizações globalmente em metas cruciais, como a erradicação da pobreza, o combate às mudanças climáticas e a preservação dos recursos naturais. Essa correlação reforça nosso compromisso com uma agenda de desenvolvimento mais ampla e interconectada.

Colaborações, dúvidas ou sugestões sobre o relatório podem ser enviadas para o e-mail sustentabilidade@casasbahia.com.br. A edição anterior de nosso relatório anual pode ser acessada [aqui](#).

COMO LER ESTE RELATÓRIO

As informações desta edição estão divididas em seis capítulos principais, sendo que três deles são focados nos pilares ESG:

▶ **O Grupo Casas Bahia**, com apresentação das empresas e dos principais resultados econômicos.

▶ **Nosso modelo de negócio**, em que apresentamos nosso modelo de geração de valor.

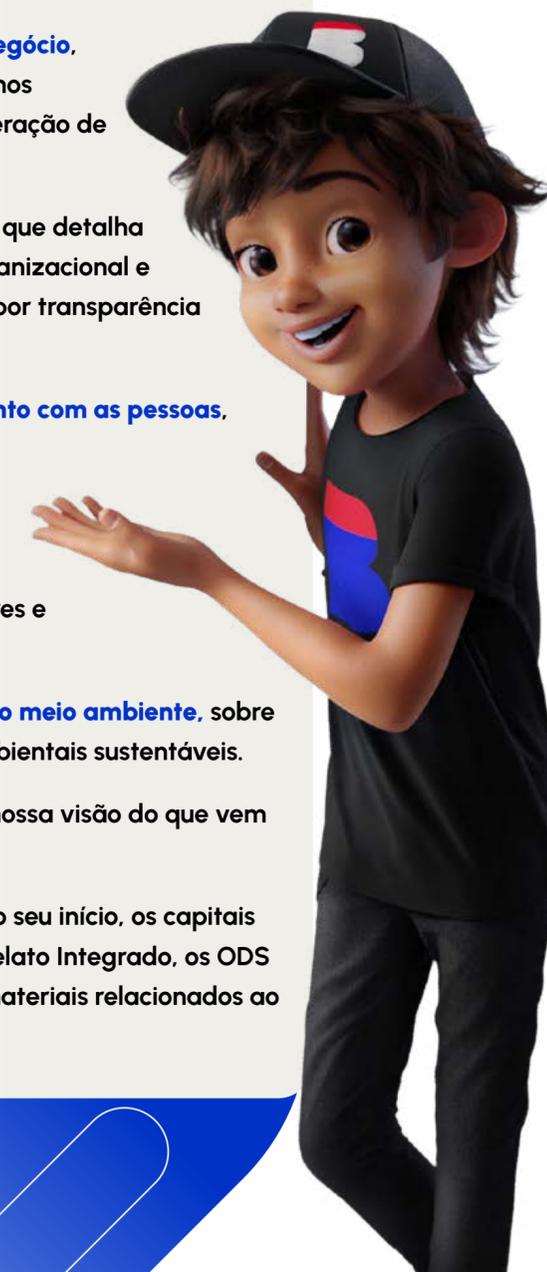
▶ **Nossa governança**, que detalha nossa estrutura organizacional e como ela trabalha por transparência e ética.

▶ **Nosso relacionamento com as pessoas**, que apresenta a forma como nos relacionamos com colaboradores, clientes, fornecedores e com a comunidade.

▶ **Nossa relação com o meio ambiente**, sobre nossas práticas ambientais sustentáveis.

▶ **Nosso futuro**, com nossa visão do que vem por aí.

Cada capítulo traz, no seu início, os capitais da metodologia de Relato Integrado, os ODS da ONU e os temas materiais relacionados ao seu conteúdo.



Materialidade

GRI 2-29, 3-1, 3-2

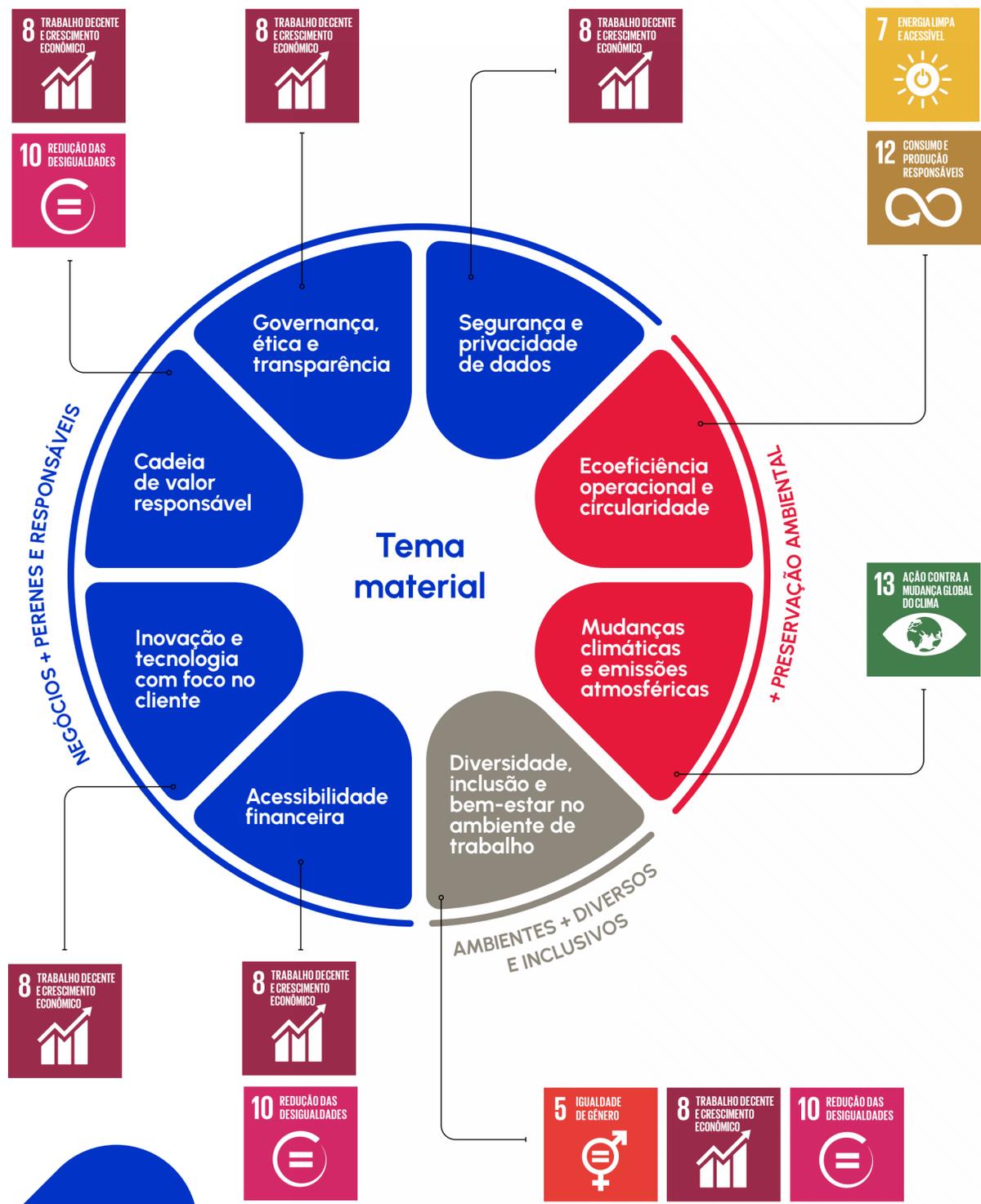
Nossa materialidade foi construída e aprovada em 2021, contemplando oito temas materiais que refletem nossas crenças e ambições. Neste relatório 2024, não houve mudanças em relação aos temas materiais. Está nos planos futuros a atualização da nossa materialidade.

O desenvolvimento foi fruto da colaboração de 502 *stakeholders*, entre eles colaboradores (líderes), acionistas, imprensa, clientes, comunidade e fornecedores. Dessa ampla consulta, foram selecionados e aprovados temas que consideram tanto a percepção das partes interessadas quanto a visão estratégica da alta liderança da Companhia.

O mapeamento dos *stakeholders* se deu principalmente com relação à intensidade da relação por público, considerando parâmetros de dependência, influência e tensão e a qualidade da consulta, que considera aspectos quantitativos e qualitativos na interação do Grupo Casas Bahia com os diversos públicos de interesse.

O processo de elaboração seguiu as etapas de identificação (mapeamento dos públicos, *benchmarks*, documentos internos e setoriais e dos impactos da organização); priorização (levantamento da percepção dos *stakeholders*); análise (dos resultados e consolidação final); e validação (com as lideranças e apresentação de riscos e oportunidades).

Nossos temas materiais se encaixam nos três eixos de atuação do nosso Plano Estratégico de Sustentabilidade e estabelecem as prioridades da gestão até 2028.





ANÁLISE DE IMPACTO DOS TEMAS MATERIAIS

GRI 3-3

| Tema material | Impacto | Classificação (positivo ou negativo) | Evento (potencial ou real) | Recursos/partes interessadas afetadas |
|--|--|--------------------------------------|----------------------------|---|
|  <p>Ecoeficiência operacional e circularidade</p> | Geração de renda para as famílias associadas às cooperativas | ✓ Positivo | 👍 Real | Grupo Casas Bahia, cooperativas de reciclagem |
| | Redução do descarte de resíduos | ✓ Positivo | 🕒 Potencial | Grupo Casas Bahia, investidores e acionistas |
| | Aumento de resíduos destinados à reciclagem | ✓ Positivo | 👍 Real | Grupo Casas Bahia, cooperativas de reciclagem |
| | Aumento do uso de energia renovável nas operações | ✓ Positivo | 👍 Real | Grupo Casas Bahia |
| | Geração de resíduos orgânicos | ✗ Negativo | 👍 Real | Grupo Casas Bahia |
|  <p>Mudanças climáticas e emissões atmosféricas</p> | Aumento das emissões de GEE provenientes de toda a cadeia produtiva | ✗ Negativo | 🕒 Potencial | Grupo Casas Bahia, investidores e acionistas |
| | Redução das emissões de GEE provenientes de atividades diretas | ✓ Positivo | 👍 Real | Grupo Casas Bahia, investidores e acionistas |
|  <p>Acessibilidade financeira</p> | Acesso de uma maior parcela de consumidores a produtos devido a condições de pagamento facilitadas | ✓ Positivo | 👍 Real | Clientes Casas Bahia e Pontofrio |
| | Endividamento da população | ✗ Negativo | 🕒 Potencial | Clientes Casas Bahia e Pontofrio |
|  <p>Cadeia de valor responsável</p> | Cadeia de fornecimento 100% em <i>compliance</i> com questões regulatórias sociais e ambientais | ✓ Positivo | 🕒 Potencial | Grupo Casas Bahia, investidores e parceiros |
| | Impacto de imagem por violação de leis e regulamentos na cadeia de valor | ✗ Negativo | 🕒 Potencial | Grupo Casas Bahia, investidores e parceiros |
| | Incentivo a práticas socioambientais na cadeia de fornecedores que vão além das exigidas por lei | ✓ Positivo | 🕒 Potencial | Grupo Casas Bahia, investidores e parceiros |



| Tema material | Impacto | Classificação (positivo ou negativo) | Evento (potencial ou real) | Recursos/partes interessadas afetadas |
|---|--|--------------------------------------|----------------------------|--|
|  <p>Segurança e privacidade de dados</p> | Perda de credibilidade de partes interessadas por roubo de dados de clientes/colaboradores e invasões cibernéticas | ❌ Negativo | ⚙️ Potencial | Grupo Casas Bahia, acionistas e investidores |
| | Penalidades decorrentes de violação à legislação aplicável | ❌ Negativo | ⚙️ Potencial | Grupo Casas Bahia, acionistas e investidores |
| | Aumento dos custos com sistemas de proteção e segurança | ❌ Negativo | ⚙️ Potencial | Grupo Casas Bahia, acionistas e investidores |
| | Zelo pela segurança e pela privacidade de dados dos nossos clientes e fornecedores | ✅ Positivo | 👍 Real | Clientes e fornecedores |
|  <p>Governança, ética e transparência</p> | Danos à reputação e à imagem diante de violações ou decorrentes de comportamentos antiéticos não alinhados aos nossos padrões de conduta | ❌ Negativo | ⚙️ Potencial | Acionistas, clientes, parceiros comerciais e colaboradores |
| | Perdas financeiras e cobrança de multas devido à não conformidade com leis e regulamentos aplicáveis | ❌ Negativo | ⚙️ Potencial | Acionistas, clientes, parceiros comerciais e colaboradores |
| | Condutas ilegais ou antiéticas, em desacordo com nossos padrões de conduta, realizadas por nossos fornecedores ou parceiros, o que pode gerar responsabilização solidária à Companhia em esfera cível, trabalhista, criminal ou administrativa | ❌ Negativo | ⚙️ Potencial | Acionistas, clientes, parceiros comerciais e colaboradores |
| | Danos de imagem ou financeiros decorrentes de condutas ilegais ou em desacordo com as práticas de mercado ou com nossos padrões de integridade, perpetradas pelos parceiros que atuam em nossa plataforma de <i>marketplace</i> | ❌ Negativo | ⚙️ Potencial | Acionistas, clientes e lojistas de <i>marketplace</i> |
| | Criação de valor para a Companhia na construção de uma cultura ética e na redução de danos de imagem e prejuízos financeiros advindos de desvios de conduta, fraudes e conflitos de interesses | ✅ Positivo | ⚙️ Potencial | Acionistas, clientes, parceiros comerciais e colaboradores |
|  <p>Inovação e tecnologia com foco no cliente</p> | Ampliação na distribuição de produtos devido às facilidades dos meios digitais | ✅ Positivo | 👍 Real | Consumidores das marcas do Grupo Casas Bahia |
| | Desenvolvimento de soluções mais adequadas aos hábitos de consumo dos clientes | ✅ Positivo | 👍 Real | Consumidores das marcas do Grupo Casas Bahia |
| | Desalinhamento dos projetos e das iniciativas com as estratégias de inovação tecnológica e centralidade no cliente | ❌ Negativo | ⚙️ Potencial | Consumidores das marcas do Grupo Casas Bahia |
|  <p>Diversidade, inclusão e bem-estar no ambiente de trabalho</p> | Gastos com afastamento por acidente de trabalho | ❌ Negativo | ⚙️ Potencial | Colaboradores dos Centros de Distribuição (CDs) e da fábrica Bartira |
| | Alteração no tipo de perfil das condenações judiciais trabalhistas | ❌ Negativo | 👍 Real | Colaboradores do Grupo |
| | Quadro funcional diverso em gênero, raça/etnia, LGBTQIAPN+, PCDs | ✅ Positivo | 👍 Real | Colaboradores do Grupo, clientes e investidores |
| | Menor diversidade de gênero e raça/etnia nos cargos de liderança | ❌ Negativo | ⚙️ Potencial | Todo o Grupo e investidores |
| | Posicionamento da Companhia como estratégia de negócio, relacionado aos públicos de interesse para questões de diversidade e inclusão | ✅ Positivo | 👍 Real | Todo o Grupo e investidores |



O Grupo Casas Bahia



O CONTEÚDO DESTES CAPÍTULOS ESTÁ RELACIONADO A:

Capitais da metodologia de Relato Integrado:
 ● Manufaturado
 ● Financeiro

ODS:
 ● 8 (Trabalho decente e crescimento econômico)
 ● 12 (Consumo e produção responsáveis)



O Grupo Casas Bahia

GRI 2-1, 2-6

Estamos há 70 anos na vida dos brasileiros, em uma relação de confiança que permite a transformação de sonhos em realidade para milhares de famílias. É por isso que ocupamos há quase duas décadas o posto de marca mais lembrada quando o assunto é loja de móveis e eletrodomésticos.

Somos uma empresa varejista de capital aberto, sediada na cidade de São Paulo, que atende 116 milhões de consumidores em lojas físicas e

e-commerce com as marcas Casas Bahia, Pontofrio e Extra.com.br. Contamos, ainda, com a fábrica de móveis Bartira, o serviço financeiro banQi e a solução de logística CB Full.

Trabalhamos com 1.795 fornecedores ativos diretos e indiretos, sendo os diretos aqueles relacionados aos itens comercializados nas lojas físicas e nos canais digitais. Os indiretos são aqueles que correspondem a serviços como limpeza, alimentação, manutenção, consultorias etc. Saiba mais no capítulo [Nosso relacionamento com as pessoas](#).

Nossos carnês traduzem uma relação de confiança de décadas com o consumidor, em especial a população de baixa renda, desde a década de 1950, incluindo as pessoas que nem sequer têm conta bancária. Fomos pioneiros no oferecimento de parcelamento de compras, e essa nossa vocação se mantém forte até os dias de hoje.

Existimos para servir aos brasileiros onde, quando e como eles quiserem, de forma íntegra e comprometida. Por isso, nosso lema é **dedicação total a você!**



Assista ao nosso vídeo institucional clicando [aqui](#).

NOSSOS VALORES

Sempre atuamos com integridade e ética e seguimos as regras e políticas com transparência e responsabilidade.

• **Entregamos resultados** – Temos autonomia, desafiamos a nós e aos outros e somos reconhecidos por entregar resultados sustentáveis.

• **Paixão pela nossa gente** – Somos diversos, cuidamos e incluímos nossa gente, acreditamos e reconhecemos o potencial de cada um.

• **Dedicação total ao cliente** – Somos totalmente dedicados ao cliente, nossa razão de existir.

• **Protagonistas o tempo todo** – Somos inconformados e atuamos como facilitadores sempre.

• **Simplicidade em tudo que fazemos** – Somos simples no dia a dia e focamos no que é essencial para entregar nossos resultados.

NOSSA AMBIÇÃO

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





Presente em 100% do território nacional

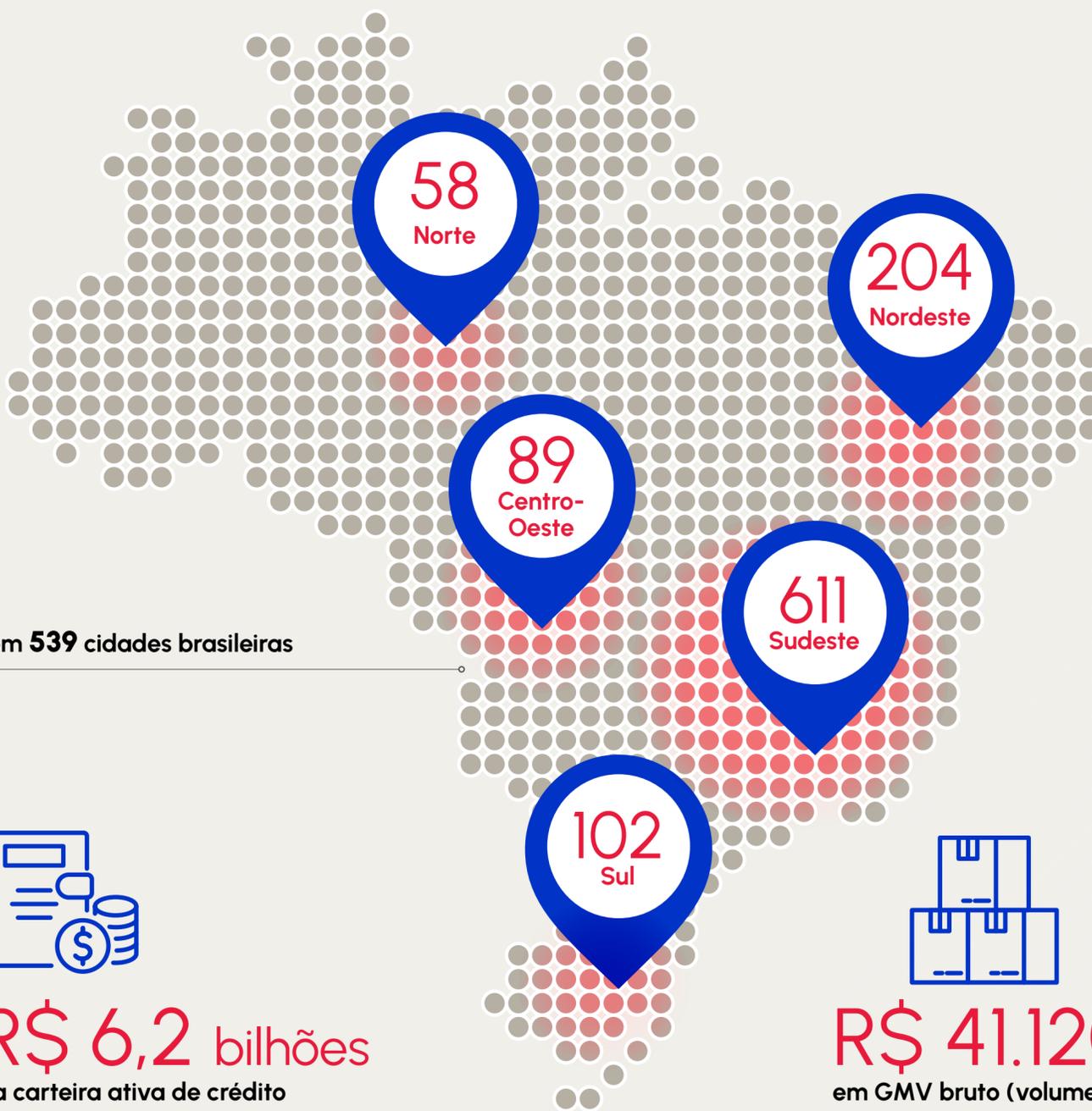
SASB CG-MR-000.A, CG-MR-000.B, GRI 201-1



116
milhões de clientes



31.613
colaboradores*
(dezembro de 2024)



+ de 171 mil
lojistas parceiros
no marketplace



1,5 milhão de m²
de espaços de varejo,
considerando lojas



25
Centros de
Distribuição (CDs)



1.064
lojas físicas instaladas em **539** cidades brasileiras

Pontofrio: **132**
Casas Bahia: **932**



7,9 milhões
de contas bancárias
digitais no banQi
(acumulado de aberturas)



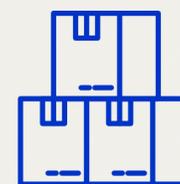
1 milhão de m²
em área de armazenagem,
considerando CDs



+ de 80 milhões
de SKUs (código de identificação
de produtos em estoque)



R\$ 6,2 bilhões
na carteira ativa de crédito



R\$ 41.120 milhões
em GMV bruto (volume bruto de mercadorias)



R\$ 32.414 milhões
de receita bruta (Grupo)

* A diferença entre o total de colaboradores informado neste Relato Integrado e no Relatório de Transparência Fiscal do Grupo Casas Bahia se refere a colaboradores do BanQi, cuja folha de pagamento ainda não está integrada a todos os sistemas de pagamento do Grupo.



Nossas marcas

CASASBAHIA

Marca mais tradicional do Grupo, atua há 70 anos em vendas físicas e on-line, com especial destaque para os setores de eletrodomésticos, eletrônicos e móveis. São 932 lojas em 22 estados e no Distrito Federal. Nosso e-commerce conta com o site www.casasbahia.com.br, aplicativo – que está entre os mais baixados do país – e o apoio de milhares de vendedores pela ferramenta de WhatsApp Me Chama no Zap (veja mais no capítulo [Nosso relacionamento com as pessoas](#)).

pontofrio:

Um dos varejistas líderes de mercado, em especial no Rio de Janeiro, é referência em produtos de tecnologia. Além das lojas físicas, concentradas nas regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste, a marca está disponível pelo site www.pontofrio.com.br e pelo aplicativo.

bartira

O Grupo Casas Bahia controla de forma integrada e estratégica a maior fábrica de móveis do Brasil e da América Latina, com mil colaboradores. Diariamente, mais de 53 mil metros quadrados de chapas de madeira são transformados para confeccionar mais de 1,08 milhão de SKUs por ano de móveis, fornecidos com exclusividade para Casas Bahia.

extra.com.br

Está no mercado há 17 anos e, atualmente, tem presença exclusiva no e-commerce, pelo site www.extra.com.br, e no aplicativo, com ampla variedade de produtos, como automotivos, fraldas, móveis e utilidades domésticas.

banQi CASASBAHIA

Atua como carteira 100% digital e foi lançada em 2019, com foco na inclusão econômica, social e digital dos brasileiros. Com o aplicativo, os clientes do Grupo Casas Bahia têm acesso ao carnê Casas Bahia digitalmente e podem fazer consultas e pagamentos e controlar parcelas. Desde 2021, atua como Sociedade de Crédito Direto, realizando empréstimos e financiamentos com recursos próprios.

CB full

Com o objetivo de consolidar a liderança no mercado logístico e potencializar a geração de resultados, o Grupo Casas Bahia, em outubro de 2024, integrou suas operações logísticas de fulfillment, full cross, transportes e de operador logístico sob a marca CB Full. Nos últimos anos, o Grupo tem investido no desenvolvimento e no aprimoramento de sistemas e processos, com a finalidade de fornecer serviços logísticos de excelência ao mercado.



70 anos e em transformação

O ano de 2024 foi o primeiro completo do nosso **Plano de Transformação CB25**, lançado em agosto de 2023 e responsável por resgatar nosso DNA, em que retornamos o nosso foco para a **dedicação total a você**.

Para tornar nossos negócios mais rentáveis, voltamos a centrar nossos esforços em eletrodomésticos, eletroeletrônicos e móveis. Eliminamos 23 subcategorias de produtos de rentabilidade mais baixa, como bebidas e itens de higiene, que passaram a ser oferecidos apenas pelos parceiros no *marketplace*.

Priorizamos também o aumento de crédito aos nossos clientes, além de oferecermos novos serviços financeiros, como seguros e garantias. O Crédito Direto ao Consumidor (CDC) digital registrou crescimento significativo, com participação de 9% em canais digitais e 23,8% em lojas físicas. Em outubro, lançamos a campanha "Quer ganhar quanto?", que ofertou R\$ 1 bilhão em crédito financeiro para nossos clientes, com prazos estendidos de pagamento.

Destaques econômicos de 2024



2,9%
de aumento da rentabilidade



70%
de crescimento no fluxo de caixa livre



R\$ 326 milhões
de redução da dívida líquida

A redução de produtos ofertados teve impacto em nossa rede de logística, que precisou se reestruturar. É nesse contexto que surgiu o CB Full, nossa marca que engloba os serviços disponibilizados pelo setor. Reforçamos a oferta de nossa rede, que é a maior do país, com outras empresas, e a logística ganhou otimização e passou a ser fonte de receita para o Grupo.

Outra medida importante do Plano de Transformação CB25 foi o reperfilamento da dívida. Negociamos com bancos e conseguimos alongar R\$ 1,5 bilhão em dívidas que venceriam em 2025 para daqui a três anos. O reperfilamento contou com 100% de adesão dos credores. O prazo médio passou de 22 meses para 72 meses. Com essa medida, conseguimos preservação de caixa de R\$ 4,1 bilhões até 2027.

Queremos ser o maior e melhor varejista especializado em eletrodomésticos e móveis do Brasil.

2024 foi de crescimento em lojas físicas, maior penetração de serviços, aumento da carteira de crediário e maior liquidez, com a melhor variação de saldo caixa dos últimos 5 anos.

O reperfilamento permitiu a retomada do crescimento do nosso crediário. Com esse movimento, crescemos na concessão de crédito de forma forte no segundo semestre, aumentando as vendas em consequência.

As mudanças exigiram o comprometimento de toda a nossa equipe, que encarou o desafio com muita disciplina. Repensamos nossas formas de trabalho com inovação, inclusive com o uso de inteligência artificial, o que nos auxiliou a melhorar o relacionamento com os clientes, otimizar vendas e estoques e aperfeiçoar os sistemas antifraudes.

Com a casa em ordem, miramos em 2025 a retomada do crescimento, sempre de forma sustentável, pensando em como melhorar a experiência de nossos clientes.

LINHA DO TEMPO DO PLANO DE TRANSFORMAÇÃO



Junho/23 – Março/24

- Mudança no modelo de gestão, com foco na geração de caixa, redução de custos sustentável e manutenção de operação eficiente



Abril/24 – Maio/25

- Investimentos seletos, focados em fortalecer nosso principal negócio e trazer receita
- Aumento da eficiência operacional
- Maturação das alavancas de médio e longo prazo



A partir do 2º semestre de 2025

- Foco em expansão, melhoria de experiência dos canais e investimento em capacitações críticas





Composição acionária

O Grupo Casas Bahia é uma *corporation*, ou seja, possui capital pulverizado, sem controlador direto que possua mais de 50% das ações. O capital social do Grupo é representado por 95.086.997 ações ordinárias, negociadas na B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão sob o código

de negociação (*ticker*) "BHIA3", nomenclatura válida desde 20 de setembro de 2023, quando a Companhia mudou oficialmente seu nome para Grupo Casas Bahia. Clique [aqui](#) para mais detalhes sobre nossa composição acionária.

Trajetória ESG

Em um momento de grandes transformações para os negócios, o Grupo Casas Bahia fortaleceu sua trajetória ESG (ambiental, social e de governança). Continuamos a compartilhar nosso propósito com todos que se relacionam conosco, em um ano de reforço da nossa cultura.

Queremos ser reconhecidos em sustentabilidade no varejo brasileiro pelo comprometimento com os princípios da economia circular e de baixo carbono, diversidade e inclusão. Somos signatários do Pacto Global e priorizamos 6 dos 17 ODS da ONU.

Nosso negócio tem os três pilares da temática ESG como base. Nossa governança é sólida e se fortaleceu

ainda mais nos últimos dois anos, com conselheiros e comitês independentes.

No pilar social, empregamos atualmente 31.613 colaboradores, com o compromisso de promover igualdade e bem-estar. Somos, assim como todos os *players* do varejo, uma importante porta de entrada no mercado de trabalho para milhões de pessoas. Por meio da Fundação Casas Bahia, investimos em projetos que oferecem educação e formação para jovens e mulheres empreendedoras, contribuindo para a formação profissionalizante e a geração de trabalho e renda.

Também assumimos nosso protagonismo no pilar ambiental. Há mais de dez anos, iniciamos nosso programa de reciclagem, o REVIVA, que é hoje um dos principais programas de reciclagem do varejo brasileiro.

ODS prioritários para o Grupo Casas Bahia



FATO SUBSEQUENTE – COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA

Em agosto de 2025, o Conselho de Administração do Grupo Casas Bahia homologou um aumento de capital social de R\$ 1,65 bilhão. Esse aumento foi realizado por meio da emissão de 558.791.401 novas ações ordinárias, integralmente subscritas e pagas pela Domus VII Participações S.A., subsidiária integral da Mapa Capital Participações e Consultoria Ltda. Como resultado dessa operação, a Mapa Capital passou a deter 85,5% de participação no capital social da Companhia, tornando-se a maior acionista individual.

Queremos ser reconhecidos em sustentabilidade no varejo brasileiro pelo comprometimento com os princípios da economia circular e de baixo carbono, diversidade e inclusão.





Destaque 2024

MAIS ENGAJADA



31.613
colaboradores



37,2%
de líderes negros



Mulheres são
33%
nos quadros de liderança



Capacitação de mais de
12 mil
jovens e empreendedores

MAIS ECOEFICIENTE



2.800 toneladas
de materiais encaminhados para reciclagem pelo REVIVA



Mais de **6 toneladas**
de eletrônicos reciclados



84%
de energia de fontes renováveis
(meta de 90% até 2025)

MAIS TRANSPARENTE



Revisão do Código de Conduta Ética



Política Anticorrupção



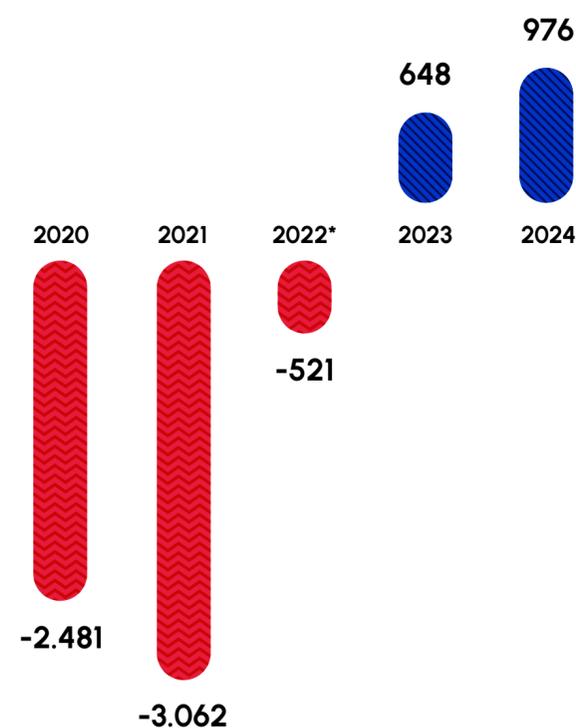
Nos próximos capítulos, vamos conhecer melhor as iniciativas do Grupo Casas Bahia nas temáticas ESG.



Desempenho financeiro

Aumentar a rentabilidade e fortalecer o fluxo de caixa foram nossas metas em 2024 para nos fortalecermos como empresa sustentável. Foram necessárias medidas estratégicas para preparar o Grupo para voltar a crescer em 2025.

Fluxo de caixa livre 2020-2024 (R\$ milhões)



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

Fluxo de caixa indireto (R\$ milhões)

| | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---------|---------|---------|
| Lucro/prejuízo do período | (324) | (2.625) | (1.045) |
| Lucro caixa pós-ajustes | 4.069 | 3.104 | 3.064 |
| Variação do capital de giro | 1.714 | 501 | 549 |
| Estoques | 1.563 | 1.088 | (381) |
| Fornecedores | 151 | (587) | 930 |
| Perdas | (1.148) | (1.154) | (1.005) |
| Demandas judiciais | (1.245) | (1.228) | (857) |
| Repasse a terceiros | 72 | (264) | 127 |
| Tributos a recuperar/pagar | (74) | 1.297 | 879 |
| Outros ativos e passivos | (94) | (38) | (516) |
| Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades operacionais | 3.294 | 2.217 | 2.241 |
| Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de arrendamento | (1.137) | (1.064) | (1.041) |
| Caixa líquido (aplicado) nas atividades de investimento | (928) | (505) | (224) |
| Fluxo de caixa livre | 1.229 | 648 | 976 |
| Captações líquidas | 198 | (1.077) | 1.428 |
| Pagamento de juros | (1.914) | (2.748) | (1.989) |
| Follow-on líquido dos custos de captação | - | 602 | - |
| Outros | (63) | - | - |
| Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de financiamento | (1.779) | (3.223) | (561) |
| Saldo inicial de caixa e equivalentes de caixa | 6.703 | 6.153 | 3.578 |
| Saldo final de caixa e equivalentes de caixa | 6.153 | 3.578 | 3.993 |

O cenário externo, com elevação na taxa de juros, desafiou todo o mercado de varejo, mas o consumo se manteve aquecido por causa do crescimento do emprego e da renda. A emissão de cartões dobrou no quarto trimestre de 2024, mostrando a alta demanda pelo produto financeiro.

As mudanças do Plano de Transformação CB25, com redução de produtos ofertados e foco nos nossos mercados-chave de eletrônicos, eletrodomésticos e móveis, implicou receita menor. Nosso

comprometimento em tornar as operações mais enxutas fortaleceu a estratégia de melhorar o fluxo de caixa. E os resultados alcançados mostram que estamos no caminho certo.

Alcançamos margem bruta de 30,8%, aumento de 2,9 p.p. em relação ao ano passado. Vale lembrar que, no mesmo período do ano anterior, estávamos focados na redução dos estoques antigos, o que exigiu descontos significativos que impactaram as margens.

FATO SUBSEQUENTE – PLANO DE TRANSFORMAÇÃO DA ESTRUTURA DE CAPITAL (JUN/25)

Em 5 de junho de 2025, o Grupo Casas Bahia S.A. anunciou fato relevante sobre o plano de transformação da estrutura de capital, com o objetivo de otimizar sua alavancagem financeira e reestruturar parte relevante de suas dívidas.

Entre as principais medidas, destacam-se: (i) a proposta de antecipação do período de conversão em ações da 2ª série da 10ª emissão de debêntures (com saldo nominal de R\$ 1.566 bilhão); (ii) o reperfilamento da 1ª série da 10ª emissão, com

postergação do início dos pagamentos de principal e juros de novembro de 2026 para novembro de 2027; e (iii) o pedido de dispensa de cash sweep, possibilitando o uso de até R\$ 500 milhões provenientes de eventos de liquidez para fins estratégicos.

A implementação do plano teve deliberação do Conselho de Administração em 12 de junho de 2025 e aprovação dos debenturistas em Assembleias Gerais de Debenturistas, no dia 30 de junho de 2025.



| Contábil (R\$ milhões) | 2022 | 2023 | 2024 |
|----------------------------------|--------|---------|---------|
| GMV bruto | 44.378 | 42.750 | 41.120 |
| Receita bruta | 36.418 | 34.433 | 32.414 |
| Receita líquida | 30.898 | 28.847 | 27.206 |
| Lucro bruto | 9.590 | 8.055 | 8.377 |
| Despesas vendas e administrativo | 7.472 | (7.065) | (6.681) |
| EBITDA ajustado | 2.382 | 1.237 | 1.970 |
| Resultado financeiro | 2.244 | (3.041) | (2.187) |
| LAIR | 1.083 | (4.202) | (1.677) |
| IR & CS | 741 | 1.577 | 632 |
| Lucro líquido | 342 | (2.625) | (1.045) |

Em relação às despesas gerais e administrativas, seguimos nosso compromisso com uma estrutura mais eficiente, com redução acumulada de R\$ 384 milhões em comparação a 2023. A combinação entre uma margem bruta mais robusta e despesas enxutas nos levou a uma margem EBITDA de 7,2% no ano, um crescimento de 2,9 p.p. em relação a 2023.

As mudanças e os resultados trouxeram a percepção para o mercado de que somos sólidos, estamos no caminho certo e não corremos mais risco de perpetuidade. Houve melhora operacional, com perspectiva de voltarmos a gerar caixa. A dívida teve redução de 81% e a economia em demandas trabalhistas foi de 68% em 2024 (R\$ 363 milhões menor).

Valor econômico direto gerado e distribuído (R\$ milhares) GRI 201-1

| | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Valor adicionado a distribuir | 6.386 | 4.539 | 5.559 |
| Receita líquida | 30.898 | 28.847 | 27.206 |
| Valor econômico distribuído | 7.070 | 4.539 | 5.559 |
| Pessoal (remuneração e benefícios) | 3.288 | 3.946 | 3.470 |
| Impostos, taxas e contribuições | 474 | (300) | 422 |
| Remuneração de capitais de terceiros | 2.966 | 3.518 | 2.712 |
| Juros sobre capital próprio e dividendos | 342 | (2.625) | (1.045) |
| Valor econômico retido | -684 | 0 | 0 |

BLACK FRIDAY

Outro destaque de 2024 para o Grupo Casas Bahia foi o desempenho na Black Friday. Conseguimos crescer as vendas em cerca de 20% nas categorias core (linha branca, telefonia e móveis). O mês de novembro contou com contratação de R\$ 1 bilhão em crédito.

A boa marca foi impulsionada pelas lojas físicas e pelo crediário. Utilizamos inteligência artificial para trabalhar em tempo real nossos preços e entender manifestações de consumidores nas redes sociais.

Em 2024, também levamos uma loja itinerante para Itapajé, no Ceará, durante a Black Friday, uma experiência inédita de compras em uma cidade que não conta com unidade física da marca.

Iniciamos a concretização de nosso fundo de investimento em direitos creditórios (FIDC) para otimizar a operação de crédito, e nosso objetivo é avançar nesse tema em 2025. A estruturação e a gestão do fundo são conduzidas pela Polígono Capital, com administração do BTG Pactual.

INVESTIMENTOS

Em 2024, os investimentos (Capex) do Grupo Casas Bahia totalizaram R\$ 191 milhões, sendo 88% do total direcionado para projetos relacionados a tecnologia e logística para apoiar o crescimento, a digitalização da Companhia e a experiência do cliente. No ano, o Capex foi 51% menor em comparação com 2023.

| Capex (R\$ milhões) | 2022 | 2023 | 2024 |
|---------------------|--------------|------------|------------|
| Logística | 52 | 14 | 11 |
| Reforma de lojas | 56 | 31 | 10 |
| Novas lojas | 180 | 9 | 10 |
| Tecnologia | 654 | 331 | 158 |
| Outros | 64 | 2 | 2 |
| Total | 1.006 | 387 | 191 |





Prêmios e reconhecimentos

O ano de dedicação total ao cliente nos rendeu o reconhecimento externo com alguns prêmios e indicadores importantes.

▶ Top of Mind, da Folha de S.Paulo

19 anos consecutivos campeã na categoria Loja de Móveis e Eletrodomésticos. Conquistamos também o Top Destaques Regionais, por sermos a marca mais lembrada na região Sudeste.

▶ Estadão Marcas Mais

Marca preferida na categoria Lojas de Eletrodomésticos na décima edição do ranking.

▶ Prêmio Respeito

Voltado para as marcas que correspondem à expectativa dos seus consumidores.

▶ Prêmio ABEMD 2024

Troféu prata na categoria Call Center/Contact Center. Fomos reconhecidos pelo case "A construção de uma jornada de excelência para transformar a reputação da ASAPLog no Reclame Aqui".

▶ O Melhor de São Paulo, da Folha de S.Paulo

Pelo quarto ano consecutivo, somos os vencedores na categoria Loja de Móveis do prêmio.

▶ FINCON Awards 2024

Vencemos na categoria Varejo – *Small Caps* no prêmio que reconhece as melhores práticas de comunicação financeira no mercado de capitais brasileiro.

▶ Programa Brasileiro GHG Protocol (PBGHG)

Pelo terceiro ano consecutivo, recebemos o **Selo Ouro**, concedido a empresas que atendem a critérios de exatidão e transparência na publicação de informações sobre as suas emissões de gases de efeito estufa.

▶ Top of Mind Santa Catarina

Vencedores na categoria Loja de Eletrodomésticos na região do Vale, em prêmio realizado pela NSC.

▶ GPTW – Melhores Lugares para Trabalhar no Brasil

Mais uma vez, fomos eleitos uma das melhores empresas para trabalhar no Brasil, recebendo a certificação em abril de 2024. Também figuramos no ranking setorial Varejo da premiação, entre as dez empresas mais bem posicionadas.

▶ Portal EMARKETER

Segundo lugar na pesquisa que mostra os maiores crescimentos de mercado em receita de *Retail Media*.

▶ Prêmio A Era do Diálogo

Fomos reconhecidos no prêmio da revista *Consumidor Moderno* entre as empresas que mais valorizam a harmonia nas relações de consumo e são destaque em resolutividade e satisfação dos consumidores.

▶ Prêmio de Inovação Digital da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm)

1º lugar na categoria Mulheres no *E-commerce* – Tecnologia: Laura Schneider; top 2 na categoria Logística para *E-commerce*: ASAPLog; e top 3 na categoria Melhor *Marketplace*: Casas Bahia.

▶ Prêmio Latam

Destaque com o case de internalização de atendimento aos órgãos de defesa do consumidor.

▶ Revista Eletrolar News

Fomos reconhecidos pela nossa atuação nas indústrias dos setores de eletroeletrônicos e bens duráveis.

▶ Prêmio Top Employer 2024

Uma das mais prestigiadas certificações de práticas de gestão de pessoas.

▶ Salesforce

Fomos o único varejista da América Latina presente no evento, organizado em São Francisco (Estados Unidos), apresentando nosso case "Casas Bahia Ads".





Nosso modelo de negócio





GERAÇÃO E COMPARTILHAMENTO DE VALOR GRUPO CASAS BAHIA

GERAÇÃO DE VALOR

VALOR COMPARTILHADO

Capital financeiro



- ⊗ R\$ 32 bilhões de receita bruta (Grupo)
- ⊗ R\$ 191 milhões em investimentos (Capex)
- ⊗ Fluxo de caixa livre positivo R\$ 976 milhões
- ⊗ R\$ 326 milhões de redução da dívida líquida

- ⊗ R\$ 6,2 bilhões na carteira ativa de crédito
- ⊗ 88% dos investimentos direcionados para projetos de tecnologia e logística, com foco na digitalização da Companhia e na experiência do cliente
- ⊗ 51% de crescimento no fluxo de caixa livre

Capital manufaturado



- ⊗ 1.064 lojas físicas instaladas em mais de 530 cidades brasileiras
- ⊗ 1,5 milhão de m² de espaços de varejo, considerando lojas
- ⊗ 25 Centros de Distribuição
- ⊗ + de 2,6 milhões de m² em capacidade de armazenamento
- ⊗ Mais de 171 mil lojistas parceiros no marketplace

- ⊗ Mais de 20% de market share considerando canal físico e on-line, com foco nas nossas categorias core (eletrodomésticos, linha branca, TVs, móveis e celulares)
- ⊗ 116 milhões de clientes em lojas físicas e e-commerce (Casas Bahia, Pontofrio e Extra.com.br)
- ⊗ 22 dos 26 estados do Brasil + Distrito Federal têm a presença dos Centros de Distribuição
- ⊗ Maior controle de estoque, mais precisão e eficiência nas movimentações
- ⊗ 100% das cidades brasileiras cobertas pelas entregas do Grupo Casas Bahia

Capital intelectual



- ⊗ Omnicanalidade: criação de um hub de retail media que contribui de forma direta para nossa estratégia omnicanal
- ⊗ Modelos de Machine Learning e Inteligência Artificial (IA) para personalizar ofertas e campanhas
- ⊗ Gerenciamento de riscos robusto
- ⊗ Programa CB Venda Mais e Marketplace
- ⊗ Implementação do aplicativo EVA no apoio às vendas

- ⊗ Plataforma Ads com gestão de campanhas de forma direta pelo próprio anunciante e crescimento de 287% na receita de retail media em comparação com 2023
- ⊗ Mitigação de impactos negativos na experiência do cliente, com melhoria contínua de métricas
- ⊗ 4 novos mapas de riscos, 318 controles mapeados e 130 planos de ação para mitigação de riscos inerentes (75% concluídos até jan./2025)
- ⊗ Uso de inteligência na gestão do dia a dia do negócio dos nossos lojistas
 - +326 milhões de visitas ao site
 - +150 milhões de buscas
 - +97 milhões de clientes na base ativa
- ⊗ Análise de padrões de comportamento nas compras via e-commerce para gerar informações relevantes para o vendedor sobre cada cliente

Capital humano



- ⊗ 31.613 colaboradores
- ⊗ Mais de 1.200 colaboradores com deficiência na nossa força de trabalho
- ⊗ 43,5% de mulheres e 56,5% de homens na nossa força de trabalho
- ⊗ Mulheres são 33% nos quadros de liderança

- ⊗ 9.274 profissionais contratados em 2024, sendo 60,84% mulheres
- ⊗ Pelo 5º ano consecutivo, fomos considerados uma das melhores empresas para trabalhar no Brasil, com destaque no ranking setorial Varejo, pela pesquisa Great Place to Work (GPTW).
- ⊗ Integramos os pactos "Manifesto Seja Antirracista", do Instituto Identidades do Brasil (ID_BR), e "Movimento Mulher 360", do Instituto Ethos, além da Coalizão Empresarial de Luta pelo Fim da Violência contra Mulheres e Meninas – Avon, ONU Mulheres e Fundação Dom Cabral
- ⊗ Mentoria Dona de Si, com o objetivo de acelerar e ampliar o impacto de mulheres em posições de liderança

Capital social e de relacionamento



- ⊗ Fundação Casas Bahia, com investimento social de R\$ 2,7 milhões
- ⊗ Melhoria no fluxo de resolução, estamos ligados diretamente aos órgãos de defesa do consumidor
- ⊗ Cadeia de fornecimento com mais de 2 mil fornecedores
- ⊗ Crédito Direto ao Consumidor (CDC) digital

- ⊗ + de 28 mil pessoas impactadas em todo o país
- ⊗ 6 projetos e ações em 26 estados e no Distrito Federal
- ⊗ 8.420 jovens formados (65% mulheres e 58% negros)
- ⊗ Prêmio de Empresa que Mais Respeita o Cliente, da revista Consumidor Moderno, e reconhecimento pela premiação Era do Diálogo, do Grupo Padrão
- ⊗ Fornecedores faturam cerca de R\$ 24 bilhões e não foram identificadas práticas irregulares na homologação de nossos fornecedores para a categoria de indiretos
- ⊗ Oferta de R\$ 1 bilhão em crédito financeiro para nossos clientes, com prazos estendidos de pagamento

Capital natural



- ⊗ Programa de reciclagem REVIVA, referência no varejo brasileiro há 10 anos
- ⊗ Departamento de Assistência Técnica (DAT) e Balcão de Assistência Técnica em 241 lojas
- ⊗ Inventário de Gases de Efeito Estufa
- ⊗ Meta de migração de energia para fontes renováveis

- ⊗ + de 2,8 mil toneladas de materiais enviados para reciclagem
- ⊗ 6 toneladas de eletroeletrônicos enviadas para descarte correto
- ⊗ + de 34 mil toneladas de materiais reciclados desde 2015
- ⊗ 250 famílias de 11 cooperativas beneficiadas pelo programa
- ⊗ Melhor experiência de compra aos clientes, com melhor destinação aos produtos de pós-venda a custos sustentáveis
- ⊗ Aumento da vida útil dos produtos e forte atuação na economia circular
- ⊗ Selo Ouro do GHG Protocol desde 2020
- ⊗ 84% de uso de energia limpa (meta pública de 90% para 2025)





Nossa governança

GRI 3-3 (Tema material: Governança, ética e transparência)



O CONTEÚDO DESTE CAPÍTULO ESTÁ RELACIONADO A:

- Temas materiais:**
- 📍 Governança, ética e transparência
 - 📍 Segurança e privacidade de dados

Capital da metodologia de Relato Integrado:

- 📍 Intelectual

ODS:

- 📍 16 (Paz, justiça e instituições eficazes)



Nossa governança

Para continuar realizando os sonhos de mais de **100 milhões de brasileiros**, o Grupo Casas Bahia mantém uma estrutura sólida e transparente de governança.

A transformação que tornou nossos negócios mais sustentáveis em 2024 conectou também todas as nossas estruturas e reforçou nossa estratégia de governança. Aceleramos ações de ética nos negócios e de transparência na atuação empresarial, implementamos melhorias em nossa organização, com novos membros no Conselho de Administração, reforço na estrutura de governança e ampliação dos comitês, e revisamos um dos pilares de nossa governança: o Código de Conduta Ética.

Somos uma companhia de capital aberto, membro do Novo Mercado da B3, a bolsa de valores brasileira. Muitos dos nossos acionistas são pessoas físicas que acreditam no potencial e na seriedade do nosso negócio.

**B3**

Estamos no Novo Mercado da B3

Nossa presença no Novo Mercado nos exige mais rigor no padrão de governança corporativa, pois as companhias desse grupo precisam, por exemplo, assegurar direito a voto a todos os acionistas, disponibilizar relatórios financeiros anuais em padrão internacionalmente aceito e ter parte dos membros do Conselho de Administração independentes.

Somos também auditados por uma empresa externa, e nossa transparência com balanços e investimentos nos coloca como um dos únicos varejistas do Brasil sem apontamentos de deficiências significativas nos processos de auditoria obrigatória.

Para os próximos anos, daremos continuidade a esse trabalho, fortalecendo nosso pilar de negócios para sermos mais perenes e responsáveis, com base nas seguintes diretrizes:

- **Governança, ética e transparência**, com práticas corporativas baseadas em princípios inegociáveis: integridade, respeito e transparência.
- **Segurança e privacidade dos dados** para todos que entram em contato com nossas marcas.
- **Cadeia de valor responsável**, incentivando nossa cadeia a adotar compromissos e práticas socioambientais.

- **Acessibilidade financeira**, com produtos e serviços que contribuam para a inclusão digital e financeira dos nossos clientes, como o banQi, o nosso carnê digital e as demais soluções disponíveis para clientes.
- **Inovação e tecnologia**, para oferecer a melhor experiência ao cliente.

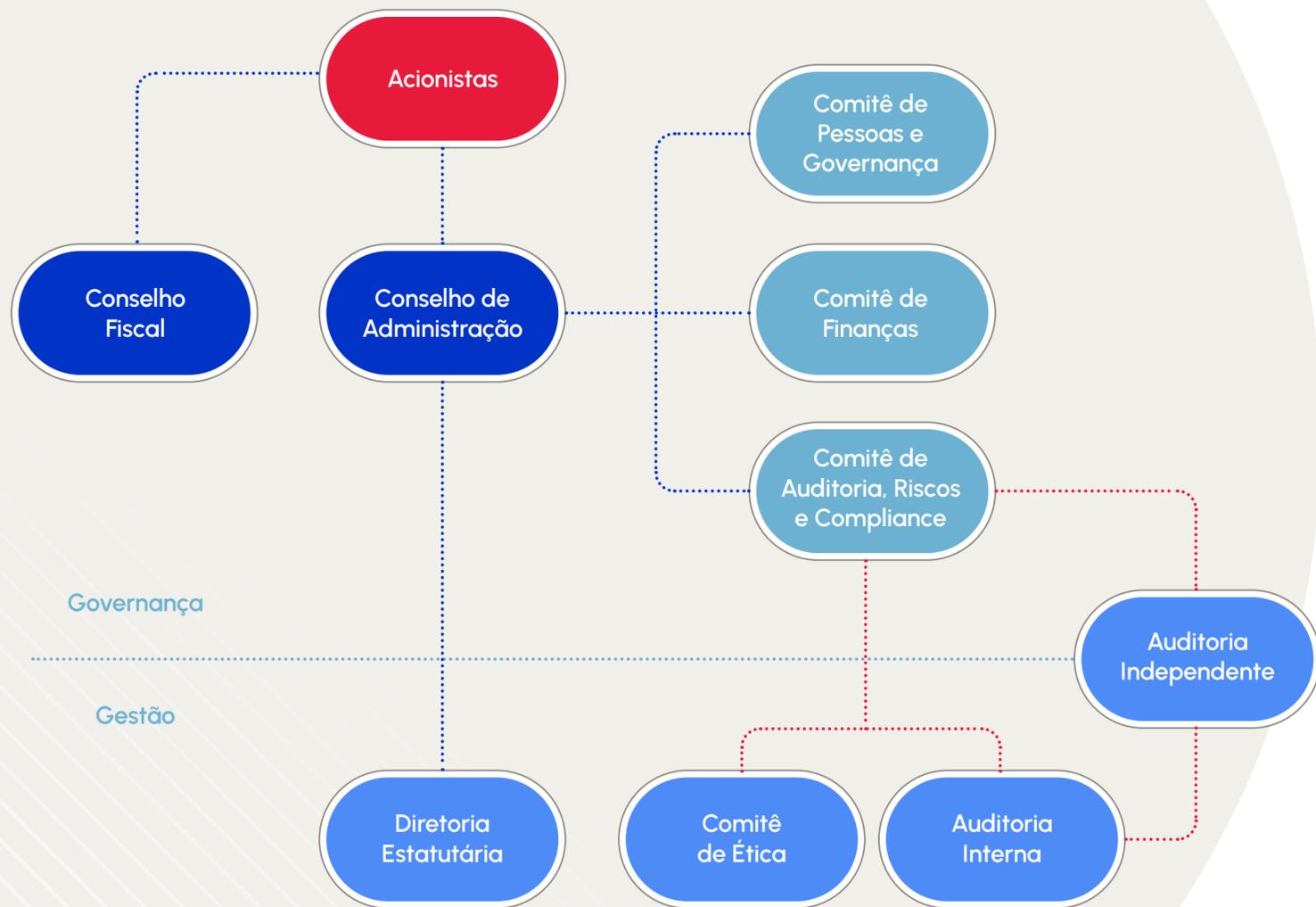
Nós acreditamos que integridade, transparência e respeito são princípios que definem nossa forma de entregar sonhos.





Estrutura de governança GRI 2-9

Nossa estrutura de governança é baseada no Conselho de Administração, seus comitês de assessoramento e Conselho Fiscal. Nossos conselhos, comitês e diretorias são compostos de membros independentes e profissionais de carreira, comprometidos com a governança da Companhia.



CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GRI 2-10, 2-19, 2-23

Órgão de deliberação colegiada, responsável pela orientação geral dos negócios, incluindo as estratégias de longo prazo. É responsável, também, pela eleição dos diretores da Companhia e pela fiscalização da gestão. O Conselho participa do processo de **gestão dos impactos** por meio da integração dos temas socioambientais ao planejamento estratégico e à operação do Grupo, com o estabelecimento de metas ESG que impactam na remuneração variável dos executivos.

As decisões do Conselho de Administração são tomadas pelo voto favorável da maioria dos membros presentes nas reuniões, que são realizadas ao menos bimestralmente ou sempre que necessário, por convocação do presidente do Conselho de Administração. Ao Conselho são submetidas as políticas mais relevantes e aquelas que tratam de temas transversais.

A área de ESG reporta diretamente à Diretoria de Gente e Gestão, ESG e Comunicação e é responsável pelo acompanhamento diário das questões que envolvem essa temática.

GESTÃO DE IMPACTOS GRI 2-12, 2-13

Em 2024, o Conselho de Administração elegeu uma Diretora Estatutária responsável pelas áreas de Gente e Gestão, ESG e Comunicação, Andréia Nunes, responsável pela gestão desse assunto no Grupo. A área de ESG reporta diretamente a ela e é a responsável pelo acompanhamento diário das questões que envolvem essa temática.

O Conselho de Administração participa do processo por meio da integração dos temas socioambientais ao planejamento estratégico e à operação da Companhia, com o estabelecimento de metas ESG e impacto na remuneração variável dos executivos.

Já o Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance é o órgão responsável por supervisionar as atividades de gestão de riscos corporativos e o cumprimento da legislação aplicável e das políticas, normas e procedimentos internos da Companhia, em todos os seus níveis.



A indicação de candidatos ao Conselho de Administração poderá ser feita pela administração da Companhia, bem como por qualquer acionista, respeitado o disposto na Resolução CVM 81, de 2022, e na legislação aplicável. Caso o acionista submeta uma indicação de candidato ao Conselho de Administração, tal solicitação deverá ser instruída com cópia de declaração de desimpedimento do indicado, nos termos da Resolução CVM 80, de 2022, e com o currículo do candidato, que deverá conter, no mínimo, sua qualificação, resumo de sua experiência profissional, escolaridade, principal atividade profissional e os cargos que ocupa em outras empresas. A indicação de candidatos aos comitês de assessoramento poderá ser feita por qualquer membro do Conselho de Administração.

De acordo com a Política de Indicação, a Companhia será responsável por examinar os candidatos a serem eleitos para o Conselho de Administração com base em suas experiências profissionais, sua capacitação técnica e sua representatividade econômica, social e cultural. O Conselho de Administração deverá ser composto de profissionais de alta qualificação, comprometidos com os valores e princípios da Companhia, além de possuírem notável e adequada experiência profissional, técnica e acadêmica, para que o Grupo Casas Bahia se beneficie da pluralidade e da complementariedade de opiniões no processo de tomada de decisões.

O Estatuto Social da Companhia estabelece que os membros sejam eleitos pela Assembleia Geral de Acionistas. A composição do Conselho pode ter entre 5 e 9 membros, sendo que 20% ou 2 membros (o que for maior) deverão ser independentes, nos termos do Regulamento do Novo Mercado. Todos os conselheiros têm mandato unificado de 2 anos, sendo permitida a reeleição. **GRI 2-10**

Nas reuniões do Conselho de Administração e nos encontros dos comitês de assessoramento, as pautas estratégicas, incluindo temas ESG, são discutidas extensivamente, momento no qual os membros compartilham suas experiências e habilidades,

contribuindo para o desenvolvimento não apenas dos membros em si, mas do órgão como um colegiado.

GRI 2-17

O Conselho de Administração deve realizar anualmente a autoavaliação de suas atividades para identificar possibilidades de melhorias na sua forma de atuação. Também é sua responsabilidade promover, a cada biênio, a avaliação formal dos resultados da Companhia e de seu desempenho, bem como a do desempenho dos comitês e de cada conselheiro e membro externo desses órgãos, de forma individual.

GRI 2-18

O presidente do Conselho de Administração não tem função executiva na Companhia, seguindo a prática recomendada pelo Código Brasileiro de Governança Corporativa. **GRI 2-11**





Conflitos de interesses

GRI 2-9, 2-15, 2-16

No que se refere a potenciais conflitos de interesses, contamos com previsões no Código de Conduta Ética e na Política de Transações com Partes Relacionadas, que abordam o tema de forma objetiva e didática e indicam qual é a conduta esperada nesses casos e a forma como a Companhia administra situações de conflitos de interesses.

Os Regimentos Internos do Conselho de Administração e de seus comitês de assessoramento também tratam do tema, disponibilizando, durante as Assembleias Gerais de Acionistas, o debate de eventuais conflitos em relação aos temas trazidos na deliberação do dia.

Em 2024, não houve casos identificados de conflitos de interesses no Grupo Casas Bahia.

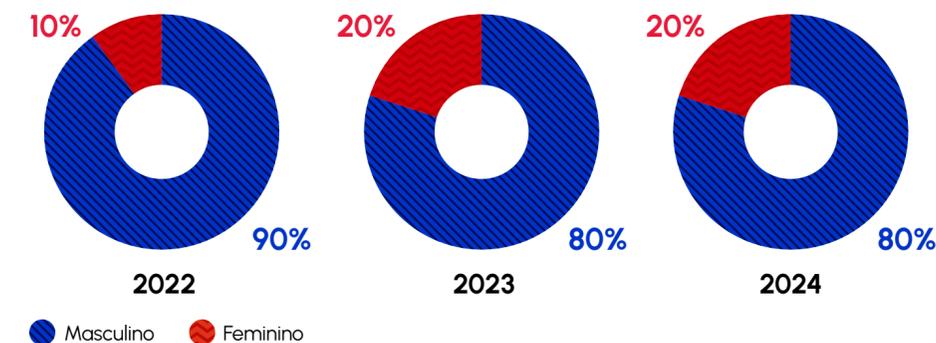
O Conselho de Administração também acompanha preocupações cruciais por meio de sua atuação direta ou por meio de seus comitês. Os diversos públicos que se relacionam com o Grupo podem relatar preocupações críticas por meio do Canal de Denúncias ou da área de Relações com Investidores. Além disso, são disponibilizados aos consumidores canais diversos de contato, como telefone, e-mail, WhatsApp e redes sociais.

Membros do Conselho de Administração (com mandato até agosto de 2026)

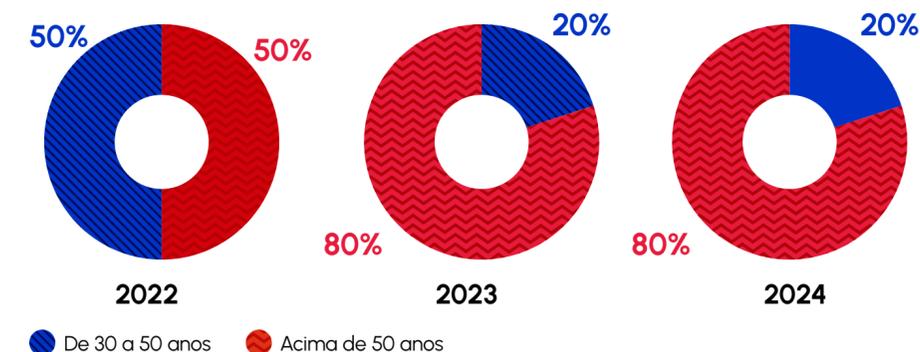
| Nome | Gênero | Função executiva ou não executiva | Independência | Competências relevantes para impactos da organização |
|-------------------------------|-----------|-----------------------------------|---|--|
| Renato Carvalho do Nascimento | Masculino | Não executiva | Presidente e membro independente do Conselho de Administração e do Comitê de Finanças (eleito em AGOE de 2024) | <ul style="list-style-type: none"> Experiência/desempenho profissional Aderência à cultura organizacional Contribuição para o órgão colegiado Gestão corporativa Imparcialidade |
| André Coji | Masculino | Não executiva | Membro do Conselho de Administração e do Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance (eleito em AGOE de 2024) | <ul style="list-style-type: none"> Experiência/desempenho profissional Aderência à cultura organizacional Contribuição para o órgão colegiado Gestão corporativa Imparcialidade |
| Rogério Paulo Calderón Peres | Masculino | Não executiva | Membro independente do Conselho de Administração, coordenador do Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance e membro do Comitê de Finanças (eleito em AGOE de 2024) | <ul style="list-style-type: none"> Experiência/desempenho profissional Aderência à cultura organizacional Contribuição para o órgão colegiado Gestão corporativa Imparcialidade |
| Raphael Oscar Klein | Masculino | Não executiva | Membro do Conselho de Administração e dos comitês de Finanças e de Pessoas e Governança (eleito na AGOE de 2024) | <ul style="list-style-type: none"> Experiência/desempenho profissional Aderência à cultura organizacional Contribuição para o órgão colegiado Gestão corporativa Imparcialidade |
| Claudia Quintella Woods | Feminino | Não executiva | Membro independente do Conselho de Administração e membro do Comitê de Pessoas e Governança (eleita na AGOE de 2024) | <ul style="list-style-type: none"> Experiência/desempenho profissional Aderência à cultura organizacional Contribuição para o órgão colegiado Gestão corporativa Imparcialidade |

Composição dos órgãos de governança GRI 405-1, SASB CG-MR-330a.1

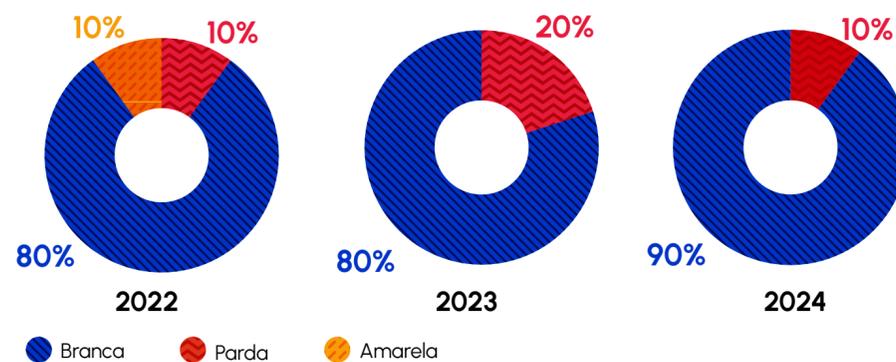
Por gênero



Por faixa etária



Por cor e/ou raça





CONSELHO FISCAL

Órgão colegiado de fiscalização dos atos de gestão administrativa, para proteção dos interesses do Grupo e de seus acionistas, acompanha a ação dos administradores e o cumprimento dos seus deveres.

Suas principais responsabilidades são fiscalizar as atividades da administração, rever as demonstrações financeiras e reportar suas conclusões aos acionistas. A Lei das Sociedades por Ações exige que os membros do Conselho Fiscal recebam remuneração de, no mínimo, 10% do valor médio pago anualmente aos diretores da Companhia.

O Estatuto Social do Grupo Casas Bahia prevê que o Conselho Fiscal seja composto de três conselheiros titulares e igual número de suplentes, acionistas ou não, eleitos pela Assembleia Geral.

COMITÊS DE ASSESSORAMENTO

Temos atualmente quatro comitês em funcionamento para assessorar o Conselho de Administração nas tomadas de decisão. Cada comitê precisa ter entre 3 e 5 membros, nomeados pelo Conselho de Administração para um mandato de 2 anos, sendo permitida a reeleição. Os integrantes dos comitês recebem honorários fixos mensais, seguindo o padrão de mercado.

Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance

É responsável por recomendar ao Conselho de Administração a contratação e a destituição de auditorias externas independentes, assim como por opinar e avaliar o trabalho delas e das auditorias

internas. Avalia, antes da divulgação, informações trimestrais, demonstrações intermediárias e as demonstrações financeiras da Companhia.

Monitora a qualidade e a integridade das informações divulgadas e acompanha e avalia as atividades da área de Controles Internos, apresentando recomendações de aprimoramento.

As exposições a risco da Companhia estão sob a avaliação deste comitê, que dissemina a cultura de gerenciamento de riscos e controles internos para assegurar o cumprimento de todas as leis, normas e regulamentos. O órgão avalia, monitora e recomenda o aprimoramento das políticas internas.

Também faz recomendações sobre situações de potencial conflito de interesses entre as partes relacionadas, avalia e monitora meios para recepção e tratamento de denúncias de descumprimento de leis e normas.

Comitê de Pessoas e Governança

GRI 2-19, 2-20

Discute e propõe ao Conselho de Administração o modelo de estrutura organizacional da Companhia. Também passam por este comitê as políticas de gestão e desenvolvimento de pessoas, bem como as diretrizes para atração e retenção de talentos. Ele identifica potenciais futuros líderes e acompanha o desenvolvimento de suas carreiras.

Ainda examina e debate o recrutamento e a contratação de colaboradores de forma geral, inclusive diretores, membros de conselhos e comitês. A discussão da política de remuneração e da avaliação de desempenho dos membros da administração passa por este comitê.

A governança corporativa é central para o Comitê de Pessoas e Governança, que avalia periodicamente as práticas da Companhia e propõe melhorias.

O processo de definição da remuneração do Conselho de Administração e de seus comitês deve ser feito por meio de estudos de consultoria, sendo submetido a este comitê. A aprovação ocorre em Assembleia Geral, mediante aceite da proposta pelos acionistas.





Comitê de Finanças

Recomenda e acompanha a adoção dos melhores padrões econômico-financeiros para a Companhia ao Conselho de Administração. Analisa e revisa o orçamento, os planos de investimento, fusões ou aquisições, fluxo de caixa e política de endividamento, além de acompanhar e monitorar sua implementação e execução.

Monitora o custo médio da estrutura de capital da Companhia e sugere modificações sempre que considerar necessário, além de avaliar alternativas de captação de novos recursos. Também faz recomendações sobre operações de financiamento e necessidades de capital de giro.

É o comitê que auxilia o Conselho de Administração e a Diretoria na análise da conjuntura econômica brasileira e mundial e de seus potenciais reflexos no desempenho financeiro da Companhia.

Comitê de Ética

Delibera sobre o relatório final de apuração apresentado pela Gerência de Inteligência Preventiva, atuando com independência, confidencialidade, isonomia, honestidade, decoro, imparcialidade e boa-fé. É o comitê que faz recomendações sobre o aprimoramento de políticas, práticas, Código de Conduta Ética e procedimentos, verificando o cumprimento de suas recomendações, inclusive no que se refere ao planejamento de trabalhos.

Zela pelo cumprimento do Código de Conduta Ética da Companhia e de outras políticas e procedimentos do Programa de Compliance. Supervisiona o planejamento, o desenvolvimento e a aplicação de treinamentos periódicos sobre o Programa de Compliance. Analisa os relatórios de investigações internas de desvio de conduta e delibera sobre os fatos e as informações apuradas para decidir as medidas disciplinares cabíveis.

O Comitê de Ética dá suporte na regulamentação de meios de recebimento de denúncias, inclusive anônimas, internas e externas. É responsável por comunicar formalmente à administração quaisquer suspeitas de inobservância de normas legais, regulamentares e internas que coloquem em risco atividades, negócios, reputação e resultados operacionais do Grupo, além de fraudes cometidas por colaboradores ou terceiros.





DIRETORIA

Nossos diretores são responsáveis pela gestão dos negócios e pela execução das deliberações do Conselho de Administração, assim como pelas políticas e diretrizes gerais estabelecidas pelo Grupo Casas Bahia.

Nosso [Estatuto Social](#) estabelece que a Diretoria Estatutária pode ser formada por no mínimo 3 e no máximo 7 membros, acionistas ou não, residentes no

país, eleitos e destituíveis a qualquer tempo pelo Conselho de Administração. Os cargos de presidente do Conselho de Administração e de diretor-presidente ou principal executivo não podem ser acumulados pelo mesmo profissional.

Para ser nomeada, a pessoa indicada deve ser alinhada aos nossos princípios e valores, comprovar alta qualificação, comprometimento e disponibilidade para as funções, e ter adequada experiência

profissional, técnica e acadêmica para saber implementar estratégias e enfrentar desafios nos negócios.

Entre as atribuições dos diretores estão: manter o controle geral da execução e avaliação dos resultados da atividade da Companhia e de suas controladas, e preparar e submeter à aprovação do Conselho de Administração os orçamentos anual e plurianual, os projetos e planos de investimento, o

plano de cargos e salários e o quadro de pessoal da Companhia e de suas controladas.

A remuneração dos diretores também obedece a regras fixas de governança. É composta de valor fixo (salário-base), uma remuneração variável de curto prazo (participação nos resultados) e outra variável de longo prazo, aprovada nos termos do Estatuto Social, com base em planos de opção de compra de ações e outros benefícios. As metas de longo prazo dos executivos incluem indicadores ESG. [GRI 2-19](#)

A DIRETORIA DO GRUPO CASAS BAHIA SE DIVIDE EM ESTATUTÁRIA E EXECUTIVA.

A **Diretoria Estatutária** é formada por 5 membros, com término de mandato em maio de 2025:

▶ **Renato Franklin – CEO**

Eleição: 3/5/2023

▶ **Elcio Mitsuhiro Ito – CFO**

Eleição: 21/6/2023

▶ **Andréia Nunes**

Diretora de Gente, Gestão, Sustentabilidade e Comunicação Corporativa
Eleição: 30/7/2024

▶ **Frédéric Gauthier**

Vice-presidente de Operações
Eleição: 30/7/2024

▶ **Fábio Spina**

Vice-presidente Jurídico
Eleição: 8/9/2024



Clique [aqui](#) para saber mais sobre nossos órgãos de governança.

A **Diretoria Executiva** é composta de 9 membros, sendo os 5 diretores estatutários mais 4 diretores:

Filipi Jaske – Diretor executivo de TI

Gustavo Pimenta – Diretor executivo Comercial

Marília Jakovac – Diretora de Pricing e Planejamento Comercial

Vital Flores Leite – Diretor executivo de Serviços Financeiros



Nossos compromissos

O Grupo Casas Bahia reitera seu compromisso com a transparência e a governança aderindo publicamente a compromissos de integridade e respeito.

Somos signatários do Pacto Global da ONU desde setembro de 2021, adesão pela qual nos comprometemos a alinhar nossas estratégias e operações aos dez princípios universais derivados

da Declaração Universal de Direitos Humanos, da Declaração da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho, da Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e da Convenção das Nações Unidas contra a Corrupção. Assim, assumimos também o compromisso de contribuir com os ODS.

Desde 2022, aderimos ao Pacto Empresarial pela Integridade e contra a Corrupção, do Instituto Ethos, em que nos comprometemos a divulgar a legislação brasileira anticorrupção para nossos *stakeholders*, bem como vedar qualquer forma de suborno e primar pela transparência de informações e pela colaboração em investigações.

Entre as tarefas das empresas signatárias desse pacto está responder a um questionário sobre boas práticas de governança, integridade e transparência. Em 2024, atingimos a melhor nota desde o início da adesão ao pacto. Evoluímos de 7,2 para 9,3, um crescimento de 30%.

Reiteramos nosso compromisso com a transparência e a governança aderindo publicamente a compromissos de integridade e respeito.

PACTOS ASSUMIDOS PELO GRUPO CASAS BAHIA

GRI 2-23, 2-28

- ▶ Coalizão Empresarial de Luta pelo Fim da Violência contra Mulheres e Meninas – Avon, ONU Mulheres e Fundação Dom Cabral, com mais de 100 empresas engajadas
- ▶ Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero – Instituto Ethos, Centro de Estudos das Relações de Trabalho e Desigualdades (CEERT) e Institute for Human Rights and Business (IHRB), com apoio do Movimento Mulher 360 e do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID)
- ▶ Conselho de Sustentabilidade da Fecomercio-SP
- ▶ Fórum de Empresas e Direitos LGBT – mais de 80 empresas brasileiras
- ▶ Green Eletron – Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (ABINEE), com mais de 20 empresas associadas
- ▶ Manifesto Seja Antirracista – Instituto Identidades do Brasil (ID_BR)
- ▶ Movimento Mulher 360 – Instituto Ethos
- ▶ Pacto Empresarial pela Integridade e contra a Corrupção – Instituto Ethos
- ▶ Pacto Global – ONU
- ▶ Princípios de Empoderamento das Mulheres – WEP ONU Mulheres
- ▶ Rede Empresarial Inclusão Social da Pessoa com Deficiência (REIS)
- ▶ Selo Sim à Igualdade Racial – Instituto Identidades do Brasil (ID_BR)



Ética, transparência e respeito

GRI 2-23, 2-24, 3-3 (Tema material: Governança, ética e transparência)

Ética e integridade são valores que definem nossa forma de trabalho. Por isso, são fundamentais em tudo o que fazemos no Grupo Casas Bahia. Contamos com programas e mecanismos que nos auxiliam a perseguir de forma sistemática esses princípios.

Nosso **Programa de Integridade** compõe uma das instâncias de governança corporativa e da estrutura de Gestão de Riscos do Grupo, focado em orientar, inspirar e engajar o comportamento e as tomadas de decisões seguindo os mais elevados padrões de conduta ética.

O programa está estruturado como um conjunto de mecanismos e procedimentos voltados para a prevenção, a detecção e a resposta às não conformidades, visando não apenas proteger o patrimônio financeiro e reputacional do Grupo Casas Bahia, mas também garantir a manutenção da integridade em nossos ambientes de trabalho e em todas as relações que estabelecemos com nossos *stakeholders*.



DIRETRIZES DO PROGRAMA DE INTEGRIDADE

GRI 2-23

Todas as diretrizes internas do Programa de Integridade são revisadas periodicamente e divulgadas em repositório digital oficial do Grupo Casas Bahia, acessível a todos os colaboradores.

Nossas diretrizes abrangem diferentes temas relacionados ao combate à corrupção, a fraudes, assédio, conflitos de interesses, oferta e recebimento de brindes, doações e patrocínios, entre outros temas relevantes para o nosso negócio, sendo transversais e interdepartamentais. Entre elas, destacam-se:

- ◊ Código de Conduta Ética
- ◊ Política da Gestão do Comitê de Ética
- ◊ Política Corporativa de Auditoria Interna
- ◊ Política de Controles Internos

- ◊ Política de Gestão de Riscos Corporativos
- ◊ Política Anticorrupção
- ◊ Procedimento para Relacionamento e Acordos com o Poder Público
- ◊ Política de Recebimento e Oferta de Brindes
- ◊ Política de Conflito de Interesses
- ◊ Política para Doações, Contribuições e Patrocínios
- ◊ Política de Divulgação de Informações
- ◊ Política de Negociação de Valores Mobiliários
- ◊ Procedimento de Transação com Partes Relacionadas
- ◊ Procedimento de Atendimento aos Representantes de Órgãos Públicos e Imprensa
- ◊ Procedimento de Análise de Riscos de Terceiros



Conheça mais sobre nossos códigos, políticas e regimentos clicando [aqui](#).

No Grupo Casas Bahia, cada gestor de cada área possui a responsabilidade de cumprir e divulgar os padrões de conduta com suas equipes e dentro do seu escopo de atuação, podendo incluir, ou não, terceiros contratados pela área. Os compromissos com a conduta empresarial responsável são parte dos valores da Companhia, subsidiando o desdobramento de nossas estratégias e atuações.

COMBATE À CORRUPÇÃO

GRI 205-1

No nosso mapeamento de desvio de conduta/integridade de nossas operações, temos um tópico sobre corrupção e seus respectivos pontos de controle e plano de ação. Os riscos levam em conta causas e consequências:

- ◊ Ausência ou ineficiente elaboração, disseminação e divulgação de políticas e normas internas.

- ◊ Ausência ou ineficiente aplicação de treinamentos voltados para o tema de corrupção.
- ◊ Falha na comunicação dos temas de cultura, valores, resultados e desafios da Casas Bahia.
- ◊ Ausência de Canal de Denúncias para apuração e tratativa das ocorrências.
- ◊ Ausência de definição e aplicação de medidas disciplinares por descumprimento de processo anticorrupção.
- ◊ Ausência ou intempestividade de verificação de parceiros (*due diligence*).
- ◊ Ausência de acompanhamento de áreas que possuem contato com agentes públicos.
- ◊ Ausência de comprometimento e aderência da alta administração com os temas de cultura e valores Casas Bahia (*tone at the top*).
- ◊ Ausência de segregação de função nas atividades que demandam autorização, aprovação e execução nos processos da Casas Bahia.



Para a mitigação de riscos, temos diversos controles e iniciativas, tais como:

- Disponibilização de políticas e procedimentos na intranet para todos os colaboradores da Companhia.
- Aplicação de treinamentos obrigatórios da Universidade Casas Bahia (Anticorrupção, Código de Conduta).
- Comunicações periódicas sobre temas do Código de Conduta.
- Canal de Denúncias disponível ao público interno e externo.
- *Due diligence* da pessoa jurídica e dos representantes (donos, acionistas, gestores, conselheiros) de fornecedores, lojistas e B2B (avaliação reputacional em fontes públicas de existência de conflitos de interesses, verificação em tribunais e mídias conforme criticidade do segmento).
- Compromisso da administração, com envolvimento e participação no Comitê Bimestral de Ética.
- Segregação nos processos de aprovação de pagamentos e financiamentos e pactuação de contratos contendo no mínimo duas assinaturas.
- Diretriz geral de não participação em concorrências públicas.
- Fluxo de direcionamento de denúncias com empresa parceira independente, para eliminar conflitos de interesses e garantir imparcialidade.
- Aplicação de medidas disciplinares com base nas regras descritas na Política de Medidas Disciplinares.
- Mapeamento de áreas que possuem contato com agentes públicos e realização de treinamento e acompanhamento dessas áreas.

Em 2024, 100% de nossas operações mapeadas (8) nos cenários do Mapa de Desvio de Conduta/Integridade foram avaliadas sobre riscos relacionados à corrupção. Não houve casos confirmados de corrupção no período coberto pelo relato. **GRI 205-3**

Nossa Política Anticorrupção é aprovada pelo Conselho de Administração, e as comunicações são reforçadas por *e-mail*; portanto, 100% dos membros do órgão de governança e dos colaboradores são comunicados sobre as políticas e os procedimentos de combate à corrupção no Grupo, considerando todas as regiões e categorias funcionais da Companhia. **GRI 205-2**

TREINAMENTOS

GRI 2-24

A incorporação de princípios éticos em nossas equipes inclui treinamentos e comunicações inseridos no cotidiano dos colaboradores. Os treinamentos realizados desde a integração são obrigatórios para todos os colaboradores e abordam todos os temas incluídos no Código de Conduta Ética, como discriminação, assédio, meio ambiente e respeito à legislação.

Em 2024, tivemos 85% de presença em treinamentos e realizamos conversas direcionadas com toda a liderança das lojas e times das áreas administrativas como Comercial, *Marketing*, Suprimentos e Licenciamento.

Os treinamentos obrigatórios são on-line e comuns a todos os profissionais. Alguns temas receberam atenção especial no ano com sessões presenciais, como foi o caso de *marketing* e relacionamento com o poder público e com transportadoras.

Tivemos também uma série de treinamentos regionalizados nas nossas operações, com a participação de gestores e colaboradores das áreas administrativa e de Logística.

Colaboradores que receberam treinamento anticorrupção, por categoria funcional e região

GRI 205-2

| Categoria funcional | Colaboradores que receberam treinamento anticorrupção | |
|---------------------------------|---|------------|
| | Número | Percentual |
| Gerentes e acima | 1.034 | 72% |
| Média liderança e especialistas | 766 | 79% |
| Todas as demais funções | 18.034 | 62% |
| Total | 19.834 | 63% |

| Região | Colaboradores que receberam treinamento anticorrupção | |
|--------------|---|------------|
| | Número | Percentual |
| Norte | 1.393 | 5% |
| Nordeste | 2.691 | 10% |
| Centro-Oeste | 74 | 0% |
| Sul | 1.304 | 5% |
| Sudeste | 14.230 | 53% |
| Total | 19.692 | 73% |

Nos últimos dois anos, reforçamos nossas comunicações mensais sobre temas do Programa de Integridade em canais distintos, voltadas para todo o público da Companhia. Temos múltiplos mecanismos de divulgação, como Teams e *e-mails* para o público corporativo e uma plataforma interna para os vendedores. Em 2024, enfatizamos temas como assédio moral e sexual, eleições e conflito de interesses envolvendo fornecedores e colaboradores.

As ações do Programa de Integridade são reportadas de maneira periódica ao Comitê de Ética, ao Comitê de Auditoria e ao Conselho Fiscal.

SEMANA DO COMPLIANCE

Em 2024, realizamos a 2ª Semana do Compliance, com participação e adesão de colaboradores de todas as áreas. O evento foi uma oportunidade a mais para debatermos temas relevantes, como cultura ética, assédio moral e sexual e respeito.

CÓDIGO DE CONDUTA ÉTICA

Nosso [Código de Conduta Ética](#) guia todos os nossos colaboradores, estagiários, parceiros de negócios, prestadores de serviços ou qualquer pessoa que atue pelo Grupo em temas gerais e do dia a dia, como respeito aos colegas e consumidores, cumprimento das leis, combate à corrupção, segurança no trabalho, assédio sexual e moral e muitas outras questões.

Em 2024, iniciamos uma ampla reformulação do código, buscando tornar a linguagem mais fácil e acessível, e estimamos que a nova versão será publicada em 2025. Ao longo do ano, 17 políticas foram revisadas ou criadas para aprimorar nossa atuação em gestão de riscos e *compliance*. Clique [aqui](#) para conhecer nossas políticas. **GRI 2-23**

O cumprimento do código é acompanhado pelo Comitê de Ética, que atua em parceria com as equipes de Compliance e Inteligência Preventiva e com as unidades de negócio. Para 2025, estimamos também o lançamento de um Código de Conduta Ética específico para fornecedores.



Canal de Denúncias

GRI 2-25, 2-26, 406-1

O Canal de Denúncias do Grupo Casas Bahia é disponibilizado para todo o público interno e externo que queira relatar desvios de conduta ética e integridade, ou seja, situações que estejam em desacordo com o nosso Código de Conduta Ética, as nossas diretrizes ou com qualquer legislação aplicável aos negócios.

O canal é operado por um parceiro externo, garantindo independência e imparcialidade. Todas as denúncias realizadas de boa-fé são apuradas seguindo as melhores práticas e os mais altos padrões éticos e técnicos, sendo garantidos o anonimato do denunciante e a não retaliação, prevista na Política de Apuração do Canal de Denúncias.

A ferramenta ganhou atenção especial nos últimos dois anos, com ampla divulgação para que passasse

a ser mais utilizada. Tornou-se um instrumento importante de captura dos principais problemas em uma rede com mais de mil lojas e mais de 31 mil colaboradores.

Embora o número total de denúncias de discriminação recebidas em 2024 tenha permanecido próximo ao de 2023, diminuímos o tempo de apuração e verificamos que o número de casos procedentes aumentou, o que indica que as pessoas estão mais conscientes do papel do canal e da tipificação das denúncias, demonstrando o comprometimento com denúncias sérias e bem embasadas.

Em 2024, não tivemos situações relevantes em que a Companhia tenha sido acessada para remediar problemas por meio de outros mecanismos que não aqueles oficiais.

Faz parte do nosso Programa de Integridade um plano de comunicação, elaborado anualmente, focado nos temas de maior incidência no Canal de Denúncias

Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas GRI 406-1

| | 2024 |
|--|-----------|
| Denúncias recebidas no período coberto pelo relatório | 91 |
| Casos recebidos no período coberto pelo relatório em análise | 13 |
| Casos analisados e considerados não procedentes | 51 |
| Casos analisados e considerados procedentes | 27 |

| Casos de discriminação identificados de acordo com o tema ¹ | 2024 |
|--|-----------|
| Raça | 5 |
| Gênero | 6 |
| Religião | 5 |
| Ascendência nacional | 20 |
| Outros | 55 |
| Número total de casos de discriminação | 91 |

¹ Não foram identificados casos de discriminação relacionados a cor, faixa etária, opinião política, origem social, assédio e abuso de poder.

Nosso Canal de Denúncias pode ser acionado por 3 meios, 24 horas por dia, 7 dias por semana:



Telefone:
0800 450 4504



E-mail:
canaldedenuncia@casasbahia.com.br



Site:
<https://www.canaldedenuncia.com.br/grupocasasbahia/>

e demais fatores sazonais ou corriqueiros que possuam significativa relevância para os nossos negócios.

Empregamos diversos documentos e políticas, como o Código de Conduta Ética e a Política de Apuração do Canal de Denúncias, para gerenciar preocupações e oferecer aconselhamento. Periodicamente, os órgãos de governança recebem relatórios detalhados sobre as denúncias, incluindo volume, temas principais, medidas disciplinares e ações preventivas, garantindo a transparência e a supervisão contínua.





Gestão de riscos

O ano de 2024 foi de consolidação de processos de gestão de riscos e de incorporação da importância das análises de risco para o negócio e a cultura da Companhia.

Somos uma empresa de capital aberto, auditada externamente todos os anos, incluindo nossas demonstrações financeiras trimestrais. Como resultado dessa auditoria externa, a empresa contratada emite uma carta com recomendações de melhoria dos controles internos.

Iniciamos há dois anos e meio o mapeamento corporativo de riscos da Companhia, processo prioritário do Comitê de Auditoria realizado para ciclos de negócio com avaliações sobre o que está funcionando, o que precisa ser melhorado e o que de importante ainda não existe no processo.

Nossa Política de Gestão de Riscos Corporativos tem como objetivo estabelecer princípios, conceitos, diretrizes e responsabilidades sobre a gestão de

2024 foi o quarto ano sem nenhuma deficiência significativa reportada pela auditoria externa.

riscos de nossas operações, com a finalidade de orientar sobre o funcionamento dos processos de identificação, análise, avaliação, tratamento, monitoramento e comunicação dos riscos às atividades das unidades, bem como incorporar a visão de riscos à tomada de decisões estratégicas e à conformidade com as melhores práticas de mercado. Essa diretriz se aplica a todas as áreas da Companhia e suas empresas subsidiárias.

Periodicamente, acompanhamos os riscos prioritários, realizamos uma atualização da avaliação dos principais riscos corporativos e reportamos detalhes sobre o gerenciamento dos planos de ação e os indicadores de risco e *performance* aos órgãos de controle e governança da Companhia.

Em 2024, demos continuidade ao processo de construção e atualização de gerenciamento de riscos. Foram criados 4 novos mapas, de um total de 15. Desses, temos até o final de 2024 um total de 318 controles mapeados e 130 planos de ação identificados para mitigação de riscos inerentes, sendo que, até janeiro de 2025, concluímos 75% desses planos.

A área reporta-se diretamente à Vice-Presidência de Finanças. Já o Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance é o órgão responsável por supervisionar as atividades de gestão de riscos corporativos, bem como o cumprimento da legislação aplicável e das políticas, normas e procedimentos internos da Companhia, em todos os seus níveis.





GESTÃO DE RISCOS PARA FORNECEDORES

GRI 2-23, 2-24, 3-3 (Tema material: Cadeia de valor responsável), 3-3 (Tema material: Governança, ética e transparência), 205-2*, 308-1, 414-1

Com o objetivo de aprimorar a gestão de riscos da cadeia de valor, realizamos a revisão da matriz de riscos de fornecedores com o apoio de uma consultoria especializada, conduzindo também auditorias em uma amostra de fornecedores para identificarmos suas principais vulnerabilidades relacionadas aos aspectos socioambientais da nossa cadeia de fornecimento. **GRI 408-1, 409-1**

Possuímos, em nossas operações, um processo robusto de Análise de Riscos de Terceiros (*due diligence*), no qual realizamos uma série de monitorias e procedimentos anteriores à contratação de parceiros. Em 2024, foram realizadas 3.231 análises entre fornecedores, prestadores, parceiros e lojistas.

Destes, 2% foram reprovados por critérios legais, reputacionais e/ou socioambientais.

Em 2024, 100% dos novos fornecedores foram selecionados com base em critérios ambientais e sociais.

* O treinamento anticorrupção está sendo desenvolvido para 2025, uma agenda para treinamento *in loco* com C-Level e diretoria, eventualmente abrangendo também os membros do órgão de governança.

Possuímos, em nossas operações, um processo robusto de Análise de Riscos de Terceiros, no qual realizamos uma série de monitorias e procedimentos anteriores à contratação de parceiros.

Na parte ambiental, são avaliados aspectos gerais que incluem conformidade com a legislação ambiental, verificação de certidões do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) e distribuição de processos judiciais ambientais; histórico reputacional de sócios e administradores, especialmente em relação a práticas ambientais, como desmatamento e poluição, entre outros crimes ambientais; análise de dados públicos, incluindo processos judiciais cíveis e criminais, para verificar possíveis violações ambientais ou envolvimento em atividades que comprometam a responsabilidade ambiental.

Na parte social, são avaliados aspectos como conformidade com a legislação trabalhista, verificação de certidões de débito trabalhista e consultas ao cadastro de trabalho escravo do Ministério do Trabalho; histórico reputacional de sócios e administradores, especialmente em relação a práticas sociais, como cumprimento

de direitos trabalhistas e não envolvimento em atividades irregulares; e análise de dados públicos, incluindo processos trabalhistas, cíveis e criminais, para verificar possíveis violações de direitos ou envolvimento em atividades que comprometam a responsabilidade social.

Os principais critérios que, quando identificados, levam à reprovação do terceiro são trabalho infantil, trabalho análogo à escravidão, assédio moral e sexual, discriminação, desrespeito aos direitos humanos, crimes ambientais, fraudes e corrupção, sobretudo contra o poder público.

Em caso de possíveis riscos encontrados em nossa avaliação, a recusa é feita de forma imediata, tanto para fornecedores como para lojistas que utilizam o nosso *marketplace*.

Em todos os contratos ativos com terceiros no ano do relatório, há cláusulas de adesão às nossas políticas. O Código de Conduta, que menciona a Política Anticorrupção e é aplicável a todos os fornecedores, está disponível no Portal de Fornecedores, bem como no *site* institucional e no *site* de RI. Em 2024, realizamos treinamentos presenciais com nove fornecedores da área de Licenciamento de Lojas, considerando a criticidade da atuação dos terceiros com órgãos públicos, em que foram focados os temas de corrupção e conflito de interesses.



Segurança e privacidade de dados

GRI 3-3 (Tema material: Segurança e privacidade de dados).

SASB CG-EC-220a.2

Como uma das maiores redes de varejo do Brasil, gerenciamos dados pessoais de mais de 100 milhões de clientes, parceiros e fornecedores. A segurança e a integridade dessas informações são fundamentais para fortalecer nossa relação de confiança, transparência e respeito com toda a nossa comunidade.

Nossa Política de Segurança da Informação define diretrizes estratégicas alinhadas às melhores práticas de mercado, garantindo a proteção dos nossos ativos digitais e a conformidade com padrões regulatórios. Nosso Programa de Governança em Privacidade é uma iniciativa transversal, integrando áreas-chave como Tecnologia da Informação, Segurança da Informação, Controles Internos, Comunicação, Gestão de Clientes, Compliance, Pessoas e Performance. Essa abordagem colaborativa fortalece a gestão de riscos, a transparência e a confiança no tratamento de dados na Companhia.

Dispomos do [Portal de Privacidade](#) e da Política de Privacidade para garantir transparência e clareza aos nossos clientes sobre a coleta, o uso e o tratamento de seus dados ao interagir com nossas plataformas. Nosso compromisso com a conformidade e a proteção de dados está alinhado às diretrizes da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), assegurando que os clientes tenham total autonomia para decidir sobre o fornecimento de suas informações.

Nosso compromisso com a conformidade e a proteção de dados está alinhado às diretrizes da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Mantemos em nosso *site* uma página exclusiva de [Segurança Digital](#), oferecendo informações essenciais e orientações para a prevenção contra golpes cibernéticos.

Nesse ambiente, os usuários têm acesso a nossos canais oficiais de comunicação, dicas para identificar perfis falsos, um espaço para denúncia de *sites* e contas fraudulentas e um guia atualizado sobre os golpes mais comuns nas redes sociais.

Além disso, disponibilizamos orientações detalhadas sobre como agir em casos de sequestro de perfis, além de boas práticas para a proteção de *e-mails* pessoais e dispositivos móveis, reforçando nosso compromisso com a segurança digital e a conscientização dos clientes.





Tratamento de riscos de segurança de dados

SASB CG-MR-230a.1, CG-EC-230a.1

Para fortalecer a segurança do nosso ambiente tecnológico, implementamos uma estratégia estruturada de gestão de riscos fundamentada em cinco pilares essenciais:



1. Análises de Vulnerabilidades

Automatizadas – Realizamos avaliações mensais utilizando ferramentas especializadas para

mapear vulnerabilidades técnicas em servidores e bancos de dados. Esse processo contínuo possibilita a identificação, a priorização e a mitigação de riscos de forma ágil e eficaz.



2. Testes de Intrusão Externos –

Anualmente, conduzimos testes de intrusão em aplicações expostas à internet, identificando e corrigindo vulnerabilidades exploráveis. Essa

iniciativa reforça nossa postura proativa na proteção contra ameaças cibernéticas.



3. Análise de Código-Fonte –

No ciclo de desenvolvimento de sistemas internos, realizamos análises de código-fonte antes da publicação. Essa prática preventiva

permite detectar e corrigir vulnerabilidades antes da disponibilização dos sistemas, reduzindo riscos de segurança na fase produtiva.

As vulnerabilidades identificadas nesses três processos são reportadas diretamente aos responsáveis e acompanhadas pela equipe de cibersegurança. O progresso das correções é monitorado quinzenalmente no Comitê de Riscos de TI, composto de toda a liderança sênior de Tecnologia, garantindo governança e transparência no tratamento de riscos.



4. Análise de Risco de Fornecedores –

Para fornecedores que atuam como operadores de dados pessoais, realizamos uma avaliação de riscos baseada no NIST CSF 2.0 e nos

requisitos da LGPD. Adicionalmente, incorporamos cláusulas contratuais que exigem a manutenção de um ambiente seguro e estabelecem revisões anuais de conformidade com nossas diretrizes de segurança.



5. Controle de Acesso aos Dados –

Implementamos um modelo robusto de gestão de acessos, com processos automatizados para concessão e

revogação de usuários, garantindo maior eficiência e segurança. Além disso, adotamos autenticação multifator (MFA, na sigla em inglês) para todos os usuários, reforçando a proteção contra acessos indevidos. Essas medidas mitigam significativamente os riscos de exposição indevida, assegurando a integridade e a confidencialidade dos dados sensíveis.

Em 2024, a segurança cibernética foi um dos pilares estratégicos da nossa operação. Investimos em estratégias robustas para proteger nossos ecossistemas digitais, combinando tecnologia avançada com ações de conscientização e capacitação interna.

Durante a Black Friday, intensificamos nossos esforços para garantir uma jornada digital segura aos clientes, implementando soluções de ponta na prevenção de fraudes e na mitigação de ameaças cibernéticas.

Um dos destaques do ano foi a Semana da Segurança Digital, que reforçou a cultura de boas práticas de proteção de dados entre os colaboradores, ampliando o engajamento e fortalecendo a postura preventiva da Companhia. Além disso, avançamos significativamente no desenvolvimento do Portal de Privacidade, reafirmando nosso compromisso com a conformidade regulatória e a transparência na gestão de dados.

Como reflexo dessas iniciativas, não registramos incidentes ou reclamações relacionados à violação de privacidade, à perda ou ao vazamento de dados de clientes ou terceiros nem de agências reguladoras ao longo de 2024. **GRI 418-1, SASB CG-MR-230a.2, CG-EC-230a.2**

Nosso compromisso com segurança digital, privacidade e confiança do consumidor permanece como prioridade, impulsionando a inovação e a resiliência cibernética em todos os nossos processos.





Nosso relacionamento com as pessoas

GRI 2-29



O CONTEÚDO DESTE CAPÍTULO ESTÁ RELACIONADO A:

Temas materiais:

- 📌 Cadeia de valor responsável
- 📌 Acessibilidade financeira
- 📌 Inovação e tecnologia com foco no cliente
- 📌 Diversidade, inclusão e bem-estar no ambiente de trabalho

Capitais da metodologia de Relato Integrado:

- 📌 Humano
- 📌 Social e de relacionamento
- 📌 Intelectual

ODS:

- 📌 5 (Igualdade de gênero)
- 📌 8 (Trabalho decente e crescimento econômico)
- 📌 10 (Redução das desigualdades)
- 📌 12 (Consumo e produção responsáveis)
- 📌 16 (Paz, justiça e instituições eficazes)

batira



Nosso relacionamento com as pessoas

As pessoas são centrais nos propósitos do Grupo Casas Bahia. Nossa dedicação é total a você, cliente. E nossa forma de agir com nossos colaboradores, parceiros de negócio e comunidades é respeitando a diversidade, o cuidado e a inclusão, sempre acreditando e reconhecendo o potencial de cada um.

Dividimos nossos públicos de interesse em três categorias:

- ▶ Internos (alta liderança, gerências, colaboradores)
- ▶ Externos (especialistas, fornecedores, comunidade local, clientes, acionistas, imprensa)
- ▶ Chave (fornecedores, clientes, acionistas, imprensa)

Acreditamos que integridade, respeito e transparência são princípios que definem a forma de nos relacionarmos com nossos públicos. Sendo assim, nós nos comprometemos a:

- ▶ Manter relacionamento transparente e disponibilizar canais para receber *feedback* de todos os *stakeholders* e utilizá-lo na melhoria contínua de nossas atividades.
- ▶ Gerir os impactos de curto, médio e longo prazo das unidades e operações, incluindo a gestão do relacionamento com todos os *stakeholders* continuamente e em situações extraordinárias, que envolvam crises ou conflito com alguma das partes interessadas.
- ▶ Promover, em nossa cadeia de valor, compromissos fundamentais da Companhia, incluindo a erradicação do trabalho infantil ou compulsório/análogo ao escravo, a valorização da diversidade, o combate à prática de discriminação em qualquer forma, o respeito à livre associação sindical e o direito à negociação coletiva, o combate e a prevenção ao assédio moral e/ou sexual.



Neste capítulo, vamos apresentar detalhes de como nos relacionamos com boa parte desses públicos essenciais para nós.





Colaboradores

Nossas pessoas são nosso maior diferencial, e a paixão pela nossa gente é um dos pilares mais sólidos de nossa cultura. Todos agimos para construir um ambiente de trabalho acolhedor, estimulante e próspero, onde cada um possa ser quem efetivamente é, desenvolvendo o máximo de seu potencial, aproveitando as oportunidades e trilhando o seu crescimento profissional e pessoal.

Encerramos o ano de 2024 com 31.613 colaboradores, para os quais o nosso compromisso é promover um

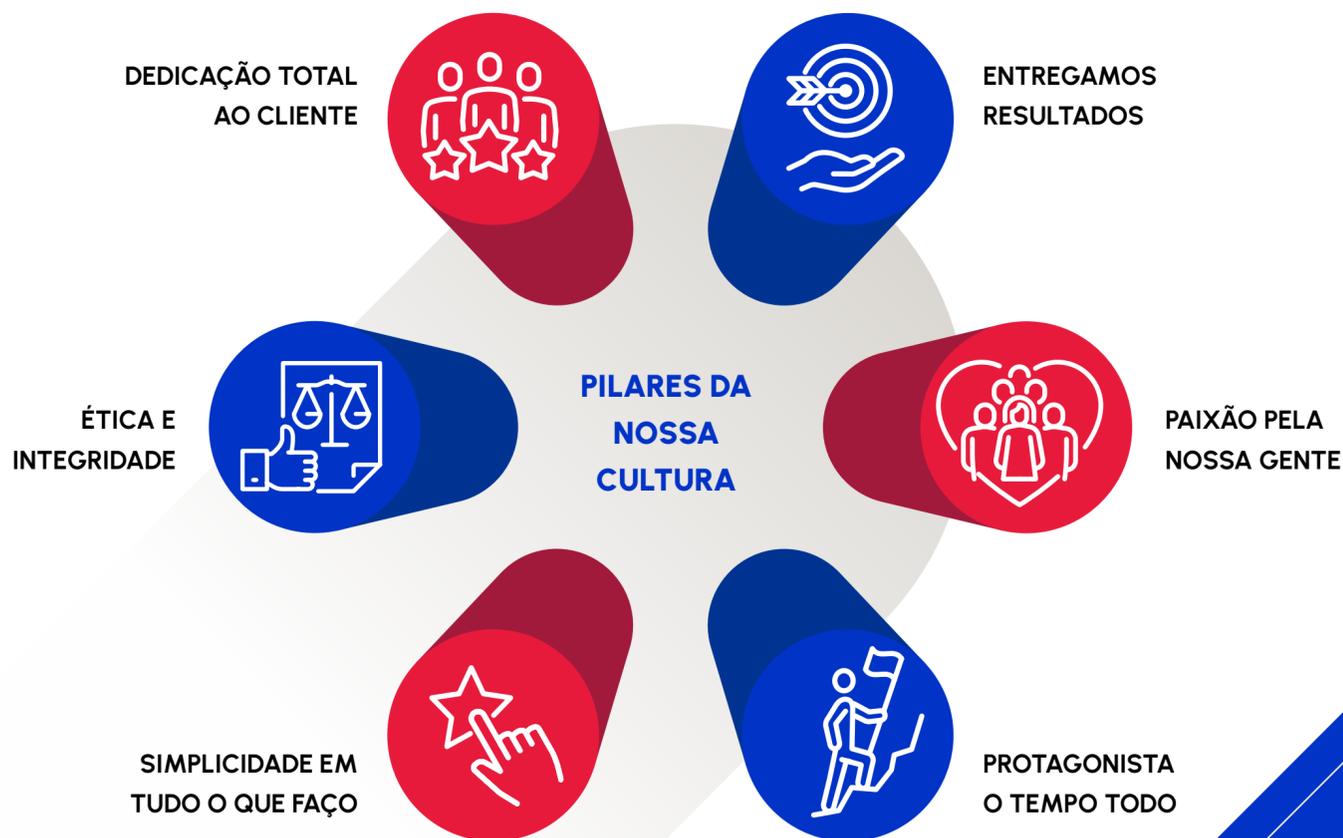
ambiente de trabalho justo e digno. Entendemos que estamos no caminho certo e somos reconhecidos por isso. Pelo 5º ano consecutivo, fomos considerados uma das melhores empresas para trabalhar no Brasil, com destaque no *ranking* setorial Varejo, pela pesquisa Great Place to Work (GPTW).

O percentual de participação e engajamento dos colaboradores na pesquisa se manteve alto, em 64%, o que nos levou novamente a alcançar 74 pontos, garantindo a premiação do selo de melhores empresas para trabalhar no país. [SASB CG-EC-330a.1](#)

A certificação analisa a percepção dos colaboradores sobre o ambiente de trabalho, trazendo diagnóstico aprofundado sobre o clima organizacional. Assegura que somos um lugar em que as pessoas têm confiança na liderança e nos seus colegas de trabalho, além de gostarem do que fazem e de serem respeitadas como são.

Esse reconhecimento é ainda mais relevante para nós porque, nos últimos anos, passamos por um intenso processo de consolidação de transformações em toda a Companhia, com forte engajamento das equipes para alcançarmos nossos objetivos do Plano de Transformação CB25 e o fortalecimento de nossa cultura.

Para que essa cultura ganhasse força e o engajamento de todos, reforçamos comunicações e capacitações sobre o tema em nossos canais. O time de Gente e Gestão participou ativamente, conduzindo discussões e reforçando o tema de cultura, consolidando o compromisso com a evolução e a integração cultural em todas as frentes do negócio.



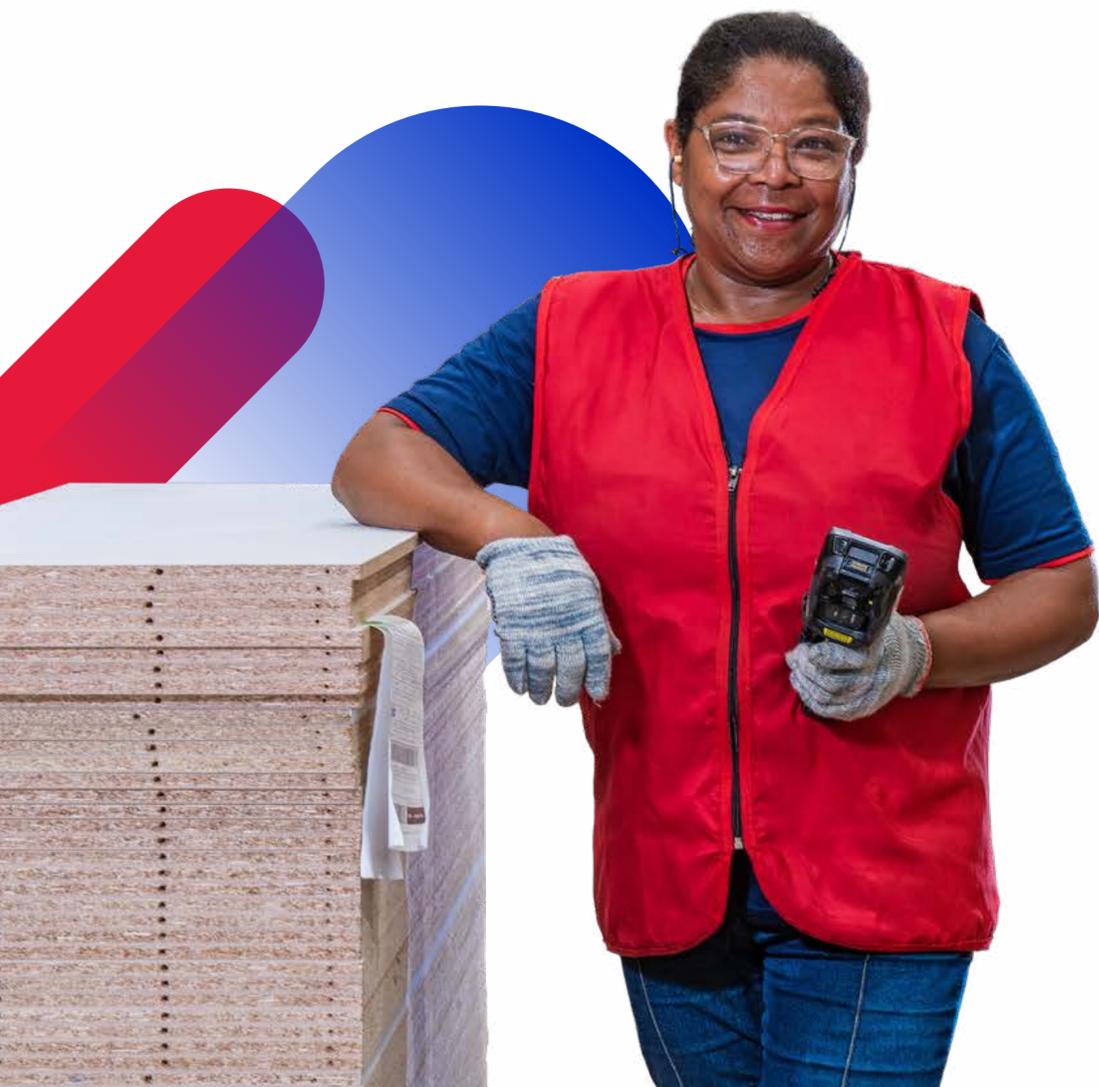


PERFIL DO COLABORADOR

GRI 2-7

Nossos mais de 31 mil colaboradores estão em todo o Brasil, com uma concentração maior na região Sudeste, onde estão 69,7% da nossa força de trabalho, o equivalente a 22.023 pessoas.

Todos os nossos colaboradores são abrangidos pelas Convenções Coletivas de Trabalho (CCTs), sejam elas vigentes ou em negociação entre os sindicatos. Durante as negociações da nova CCT, o Grupo Casas Bahia segue as regras da última convenção negociada entre os sindicatos patronal e laboral. [GRI 2-30](#)



Número de colaboradores por tipo de contrato, gênero e região¹ GRI 2-7

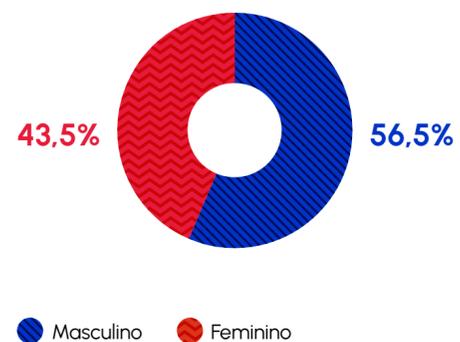
| | 2022 | 2023 | 2024 | | | |
|---|---------------|---------------|----------------------|-----------------|------------------------|-----------------|
| | | | Homens | | Mulheres | |
| | | | Permanentes | | | |
| | TOTAL | TOTAL | Período integral | Período parcial | Período integral | Período parcial |
| Norte | 1.502 | 1.225 | 546 | 34 | 388 | 21 |
| Nordeste | 6.343 | 5.356 | 2.649 | 134 | 1.673 | 102 |
| Centro-Oeste | 3.077 | 2.542 | 1.140 | 59 | 874 | 60 |
| Sul | 3.169 | 2.322 | 1.003 | 66 | 785 | 56 |
| Sudeste | 32.012 | 26.513 | 11.607 | 611 | 9.250 | 555 |
| TOTAL | 46.103 | 37.958 | 16.945 | 904 | 12.970 | 794 |
| Total por gênero | | | Homens 17.849 | | Mulheres 13.764 | |
| Total de colaboradores em 2024² | | | 31.613 | | | |

¹ Para anos anteriores, não há a separação por gênero e região por tipo de contrato; dessa forma, foi inserido o total de colaboradores por região. Os dados de 2024 foram compilados na base de dados do SAP, que concentra as informações de todos os colaboradores do grupo. Os números foram relatados trazendo como base o último quadro, apurado em 31 de dezembro de 2024.

² Houve redução de 17% no quadro de colaboradores em 2024 em comparação com 2023.

Nossos colaboradores GRI 2-7

31.613 colaboradores (ativos + afastados)



Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens¹ GRI 405-2

| | 2022 | 2023 | 2024 |
|------------------------|------|------|------|
| Diretor ² | 0,92 | 0,87 | 0,92 |
| Gerente | 0,89 | 0,91 | 0,93 |
| Gerente de loja | 0,91 | 0,91 | 0,92 |
| Coordenador | 0,94 | 0,93 | 0,86 |
| Supervisor/líder | 0,95 | 0,92 | 0,90 |
| Consultor/especialista | 0,72 | 0,78 | 0,78 |
| Administrativo | 0,72 | 0,72 | 0,74 |
| Operacional | 0,88 | 0,87 | 0,89 |
| Comissionados | 0,98 | 0,99 | 1,01 |

¹ Consideradas todas as unidades de CDs, fábrica, lojas físicas e escritórios do Grupo Casas Bahia.
² Não é considerada a Diretoria Estatutária nem os demais órgãos de governança.





Contratações

GRI 401-1

Em 2024, contratamos 9.274 profissionais para o Grupo, e 15.664 deixaram a Companhia, ainda como resultado do nosso movimento de readequação previsto no Plano de Transformação CB25. **GRI 2-7**

Novas contratações por região GRI 401-1

| Região | 2022 | | 2023 | | 2024 | |
|--------------|------------------------|------------|------------------------|------------|------------------------|------------|
| | Número de contratações | % | Número de contratações | % | Número de contratações | % |
| Centro-Oeste | 986 | 8,8 | 936 | 9,8 | 860 | 9,3 |
| Nordeste | 1.285 | 11,4 | 1.195 | 12,5 | 1.009 | 10,9 |
| Norte | 976 | 8,7 | 398 | 4,2 | 358 | 3,9 |
| Sudeste | 6.635 | 59,1 | 6.022 | 62,9 | 6.055 | 65,3 |
| Sul | 1.344 | 12 | 1.016 | 10,6 | 992 | 10,7 |
| Total | 11.226 | 100 | 9.567 | 100 | 9.274 | 100 |

Novas contratações por faixa etária GRI 401-1

| Por faixa etária | 2022 | | 2023 | | 2024 | |
|-------------------|------------------------|---------------|------------------------|---------------|------------------------|---------------|
| | Número de contratações | % | Número de contratações | % | Número de contratações | % |
| Abaixo de 30 anos | 7.391 | 65,80 | 5.912 | 61,80 | 5.811 | 62,66 |
| De 30 a 50 anos | 3.562 | 31,80 | 3.339 | 34,90 | 3.158 | 34,05 |
| Acima de 50 anos | 273 | 2,40 | 316 | 3,30 | 305 | 3,29 |
| Total | 11.226 | 100,00 | 9.567 | 100,00 | 9.274 | 100,00 |

Novas contratações por gênero GRI 401-1

| Gênero | 2022 | | 2023 | | 2024 | |
|--------------|------------------------|---------------|------------------------|---------------|------------------------|---------------|
| | Número de contratações | % | Número de contratações | % | Número de contratações | % |
| Homens | 6.315 | 56,30 | 5.587 | 58,40 | 5.642 | 60,84 |
| Mulheres | 4.911 | 43,70 | 3.980 | 41,60 | 3.632 | 39,16 |
| Total | 11.226 | 100,00 | 9.567 | 100,00 | 9.274 | 100,00 |

Rotatividade

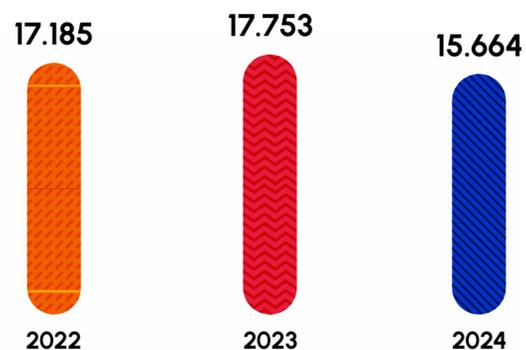
GRI 401-1. SASB CG-MR-310a.2

A taxa de rotatividade voluntária do Grupo Casas Bahia em 2024 ficou em 17,3%. O indicador compara o número de desligamentos voluntários com o total de colaboradores. A taxa de rotatividade involuntária foi de 14,6% no mesmo período.

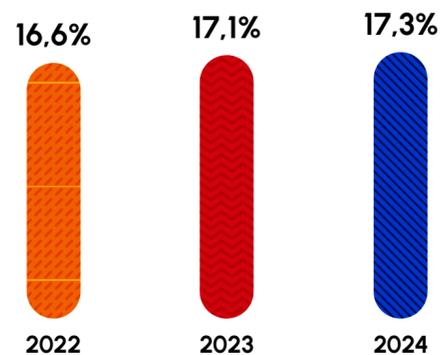




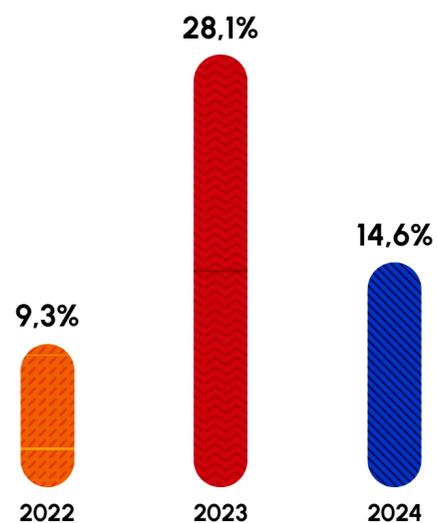
Colaboradores que deixaram o emprego durante o período coberto pelo relatório GRI 401-1



Taxa de rotatividade voluntária para colaboradores SASB CG-MR-310a.2



Taxa de rotatividade involuntária para colaboradores SASB CG-MR-310a.2



Colaboradores que deixaram o emprego durante o período coberto pelo relatório | Taxa de Rotatividade GRI 401-1

| | 2022 | | 2023 | | 2024 | |
|---------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| | Total | Percentual | Total | Percentual | Total | Percentual |
| Gênero | | | | | | |
| Homens | 9.570 | 56% | 9.729 | 55% | 8.344 | 53% |
| Mulheres | 7.615 | 44% | 8.024 | 45% | 7.320 | 47% |
| Total | 17.185 | 100% | 17.753 | 100% | 15.664 | 100% |
| Faixa etária | | | | | | |
| Menos de 30 anos | 8.960 | 52% | 7.682 | 43% | 6.829 | 44% |
| Entre 30 e 50 anos | 7.458 | 43% | 8.635 | 49% | 7.132 | 45% |
| Mais de 50 anos | 767 | 4% | 1.436 | 8% | 1.703 | 11% |
| Total | 17.185 | 100% | 17.753 | 100% | 15.664 | 100% |
| Região | | | | | | |
| Centro-Oeste | 1.424 | 8% | 1.463 | 8% | 1.303 | 8% |
| Nordeste | 2.031 | 12% | 2.184 | 12% | 1.856 | 12% |
| Norte | 605 | 4% | 652 | 4% | 566 | 4% |
| Sudeste | 11.353 | 66% | 11.640 | 66% | 10.502 | 67% |
| Sul | 1.772 | 10% | 1.814 | 10% | 1.437 | 9% |
| Total | 17.185 | 100% | 17.753 | 100% | 15.664 | 100% |





BENEFÍCIOS

GRI 401-2

Acreditamos que ter colaboradores motivados e felizes é essencial para que eles possam exercer o seu melhor potencial. Para isso, oferecemos benefícios corporativos que atendem às diversas necessidades de nossos colaboradores ao longo de sua jornada conosco. São benefícios competitivos com o mercado, que contribuem para atrair e reter nossos talentos, e que se estendem também aos seus dependentes legais.

Nossos benefícios são oferecidos apenas para colaboradores em tempo integral e são divididos em quatro pilares:

1. Atenção primária à saúde, promoção e prevenção, bem-estar e gestão de riscos GRI

403-6

- ▶ Acesso a Wellhub e Totalpass extensivo aos dependentes
- ▶ Clube de Descontos
- ▶ Licença-maternidade/paternidade
- ▶ Plano de saúde extensivo aos dependentes
- ▶ Plano odontológico familiar
- ▶ Programa de gestantes, com enxoval de bebês
- ▶ Programa nutricional e esportivo
- ▶ Segunda opinião médica
- ▶ Plataforma de telemedicina e telepsicologia exclusiva e gratuita, disponível 24 horas por dia, por vídeo ou telefone

- ▶ Espaços Viver Bem (nos hubs corporativos, CDs Jundiaí-SP e Duque de Caxias-RJ e fábrica de móveis Bartira)
- ▶ SESC/SESI e SEST/SENAT (de acordo com a empresa do Grupo)

2. Psicologia, suporte social, gestão de crise e consultoria previdenciária GRI 403-6

- ▶ Atendimento confidencial e gratuito 24 horas por dia, realizado por uma equipe multidisciplinar de assistentes sociais, psicólogos, advogados (exceto trabalhista), orientadores financeiros e consultores previdenciários, de acordo com cada necessidade

3. Alimentação e mobilidade

- ▶ Vale-alimentação, refeição e refeitório
- ▶ Vale-transporte
- ▶ Fretado gratuito para CDs e fábrica de móveis Bartira
- ▶ Estacionamento para grupo de cargos elegíveis nos hubs corporativos

4. Segurança financeira

- ▶ Assistência funeral extensiva aos dependentes e agregados
- ▶ Seguro de vida extensivo aos dependentes
- ▶ Previdência privada
- ▶ Cartão-mamãe para compras de artigos básicos para crianças

Licença-maternidade/paternidade, por gênero GRI 401-3

| | 2022 | | 2023 | | 2024 | |
|--|--------|----------|--------|----------|--------|----------|
| | Homens | Mulheres | Homens | Mulheres | Homens | Mulheres |
| Número total de colaboradores com direito a tirar licença-maternidade/ paternidade | 24.672 | 21.431 | 20.568 | 17.390 | 17.849 | 13.764 |
| Número total de colaboradores que tiraram licença-maternidade/ paternidade | 706 | 1.190 | 602 | 969 | 116 | 620 |
| Número total de colaboradores que retornaram ao trabalho após tirar licença-maternidade/ paternidade | 686 | 1.013 | 602 | 935 | 116 | 620 |
| Taxa de retorno ao trabalho de colaboradores que tiraram licença-maternidade/ paternidade, discriminada por gênero (colaboradores que voltaram após a licença / colaboradores que deveriam retornar) | 97% | 85% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Número total de colaboradores que retornaram ao trabalho após licença-maternidade/paternidade e continuaram empregados 12 meses após seu retorno ao trabalho | 561 | 826 | 474 | 526 | 92 | 389 |
| Taxa de retenção ao trabalho de colaboradores que tiraram licença-maternidade/ paternidade, discriminada por gênero (colaboradores que continuaram na Companhia durante 1 ano após a licença / colaboradores que retornaram após a licença) | 82% | 82% | 79% | 56% | 79% | 63% |



CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

O ano de 2024 foi voltado para investimentos na disseminação da cultura da Casas Bahia e do Plano de Transformação CB25. O foco de nossas equipes esteve integralmente direcionado a esforços para alcançar as metas estabelecidas, e, para nos mantermos integrados nesse propósito, foram fundamentais as ações de reforço de nossa cultura, além de transparência e aproximação com as lideranças. O trabalho teve mobilização regional, atingindo gerentes de lojas de todo o país.

Em 2024, investimos na disseminação da cultura da Casas Bahia e do Plano de Transformação CB25.



200 gerentes foram capacitados e passaram por reciclagem no treinamento para novos contratados



30 mil participações em treinamentos de produtos financeiros



28 mil treinamentos de produtos gerais

O **Ciclo de Gente e Gestão** foi retomado e reformulado para se alinhar à nova cultura do Grupo, com a conquista de 93% das avaliações realizadas pelos líderes em relação aos seus liderados. Entre as melhorias implementadas, destacamos a análise do risco de saída e o mapeamento de sucessão, a aplicação baseada nos resultados obtidos no ciclo, garantindo decisões justas e transparentes, e o fortalecimento da cultura de *feedback*.

Em 2025, o Ciclo de Gente e Gestão evolui com a inclusão do cargo de assistente, ampliando o alcance da avaliação e do desenvolvimento. Além disso, as competências serão desdobradas por grupo de cargos, garantindo *feedbacks* mais estratégicos e alinhados ao crescimento de cada colaborador. Esse movimento reforça nosso compromisso com a meritocracia, o reconhecimento e a evolução contínua dos times.

Percentual de colaboradores que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira

GRI 404-3

| | | 2024 | | |
|-----------------------------|----------|---|---|--|
| | | Número total de colaboradores permanentes | Total de colaboradores que receberam avaliação regular de desempenho e de desenvolvimento de carreira durante o período de relato | Percentual total de colaboradores que receberam avaliação regular de desempenho e de desenvolvimento de carreira durante o período de relato |
| Diretor/presidente | Homens | 28 | 19 | 67,9% |
| | Mulheres | 7 | 3 | 42,9% |
| Gerente/gerente de loja | Homens | 844 | 750 | 88,9% |
| | Mulheres | 451 | 390 | 86,5% |
| Coordenador/consultor | Homens | 844 | 648 | 76,8% |
| | Mulheres | 1.099 | 962 | 87,5% |
| Técnico/analista/supervisor | Homens | 980 | 755 | 77,0% |
| | Mulheres | 873 | 828 | 94,8% |
| Operacional | Homens | 11.494 | 301 | 2,6% |
| | Mulheres | 8.534 | 828 | 1,4% |

Foco nas vendas

A capacitação das equipes de vendas foi focada em tornar o processo mais eficiente e efetivo. Para isso, retomamos o **Programa de Vendas Prove**. Mais de 8 mil vendedores foram capacitados na metodologia, fortalecendo a experiência do cliente e impulsionando os resultados nas lojas. Já o **Programa Vamos Falar de Vendas**, voltado para aprimorar a efetividade no atendimento em loja, contou com mais de 7 mil colaboradores.





CONVENÇÃO DE VENDAS

O ano de 2024 foi marcado pelo retorno da Convenção do Grupo Casas Bahia. Com o mote "Dedicação é o que nos move – o futuro somos nós", o evento teve como objetivo unir a liderança da Companhia em workshops de cultura organizacional, além de trazer os resultados do Plano de Transformação, a estratégia de vendas para a sazonalidade do último trimestre do ano e palestras motivacionais, aproximando todos da Diretoria Executiva. Em dois dias, pouco mais de 1.200 pessoas vivenciaram uma imersão no modo de fazer varejo da Casas Bahia.



UniGCB

Durante o ano de 2024, realizamos a migração completa dos conteúdos da Universidade Corporativa para a plataforma de treinamentos EVA, preservando integralmente o histórico dos cursos. A biblioteca dos conteúdos foi redesenhada e renomeada como Universidade Grupo Casas Bahia (UniGCB), consolidando nossa identidade e reforçando o foco no desenvolvimento contínuo.

Atualizamos os materiais existentes e investimos na criação de novos conteúdos, alinhados às demandas e necessidades dos colaboradores. Entre os destaques está a Jornada de Resposta, com mais de 30 mil matriculados em 2024.

Avaliamos o conhecimento adquirido após os diversos treinamentos que oferecemos por meio de testes periódicos e medimos a efetividade das ações nas áreas clientes. Isso nos permite identificar oportunidades de melhoria e direcionar esforços para ajustar ou criar programas de capacitação que atendam às necessidades identificadas.

Média de horas de capacitação por ano, por categoria funcional e gênero¹

GRI 404-1

| Cálculo do número médio de horas de treinamento por ano ¹ | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|-------|-------|-------|
| Lideranças (coordenadores e acima) | 10,06 | 12,60 | 24,20 |
| Não liderança | 15,00 | 10,80 | 38,15 |
| Homens | 14,10 | 11,02 | 29,33 |
| Mulheres | 15,70 | 10,72 | 33,03 |

¹ Para cálculo de aderência, foram considerados apenas os colaboradores ativos, com 100% de conclusão em cada objeto de aprendizado.





TECNOLOGIA QUE AJUDA NAS VENDAS

Os vendedores do Grupo Casas Bahia passaram a contar com a ajuda do aplicativo EVA, que automatiza de forma importante a gestão de clientes. Com a ferramenta, é possível saber antes informações que auxiliam o vendedor na hora da venda, os chamados *leads*.

O EVA fornece informações, por exemplo, sobre o padrão de compra do cliente, itens que foram

pesquisados mas não foram efetivamente comprados e até mesmo a sua data de aniversário.

O aplicativo trouxe resultados expressivos com a identificação de oportunidades de vendas a partir de dados de comportamento dos clientes, permitindo ações assertivas e personalizadas. Desde sua implementação, o EVA vem conectando o físico ao digital e melhorando a produtividade dos vendedores.

DIVERSIDADE E INCLUSÃO

GRI 3-3 (Tema material: Diversidade, inclusão e bem-estar no ambiente de trabalho)

Em um ano focado na retomada de nosso caminho rumo ao crescimento e à reconquista da liderança, o Grupo Casas Bahia pôde reafirmar sua paixão pelas pessoas. Promover a diversidade de nossos colaboradores é um valor central de nossa cultura, que ganhou ainda mais destaque em 2024.

Para formalizar nossos compromissos relacionados aos temas de diversidade e inclusão, contamos com a Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos, cujo objetivo é promover a diversidade e garantir a inclusão em todas as suas formas, estendendo-se a todos os nossos negócios e relacionamentos com partes interessadas, além do Código de Conduta Ética, que também aborda o tema.

Mantemos grupos de afinidade entre os colaboradores, que realizam encontros e outras iniciativas para compartilhar experiências e buscar soluções para ambientes cada vez mais inclusivos. O ano de 2024 foi de estreitar diálogos com as lideranças para trabalhar a sensibilização e o letramento.

Nossos grupos de afinidade trabalham com quatro temas prioritários:

- **Viabiliza Equidade de Gênero** – Iniciativas focadas na promoção da equidade de gênero.
- **Baobá Equidade Racial** – Trabalha pela equidade racial e em favor da luta antirracista.
- **Prisma Grupo LGBTI+** – Focado na promoção dos direitos e na inclusão da comunidade LGBTQIA+.
- **Talentos sem Limites** – Dedicado à inclusão da pessoa com deficiência.





Em 2024, focamos em incluir também as novas gerações no mercado de trabalho. O **Programa de Jovens Aprendizes** é a porta de entrada para milhares de pessoas. Temos mais de 1.600 jovens espalhados por toda a Companhia, comprovando nosso compromisso com a juventude brasileira e com sua inserção no mercado.

Também buscamos parceiros que nos ajudem a fortalecer esse movimento. Uma de nossas iniciativas é o apoio institucional que oferecemos ao [Instituto PROA](#), realizado por meio da Fundação Casas Bahia, responsável pelo investimento social privado do Grupo. O instituto oferece qualificação profissional gratuita a jovens de baixa renda, vindos de escolas públicas e em situação de vulnerabilidade social. Durante o ano, foram contratados 72 jovens formados pelo PROA.

Reafirmamos nosso compromisso com a **equidade de gênero** por meio de iniciativas estruturadas para o desenvolvimento e o fortalecimento da liderança feminina. A **Mentoria Dona de Si**, lançada em outubro de 2024, tem como objetivo acelerar e ampliar o impacto de mulheres em posições de liderança, sempre pautadas pela ética e pela integridade. Com início da formação em março de 2025, o programa impactará mais de 800 mulheres.

Além da mentoria, realizamos os **Diálogos de Empoderamento Feminino**, iniciativa voltada para o letramento e o combate à discriminação, que impactou mais de 1.350 mulheres em apenas 20 dias.

Essas ações refletem a estratégia da Companhia de fomentar a diversidade, fortalecer a representatividade e impulsionar uma cultura mais inclusiva e equitativa.

Em **raça e etnia**, reafirmamos nosso compromisso pela **#DedicaçãoNaLutaAntirracista**, promovendo ações concretas para ampliar a representatividade de pessoas negras na Companhia. Atualmente, 46,7% dos nossos colaboradores são negros, e a presença na liderança evoluiu de 34,3% para 37,25% em um ano.

Entre as iniciativas, destacamos a terceira fase da autodeclaração racial, fortalecendo a visibilidade da diversidade interna e impulsionando estratégias mais assertivas para a inclusão. Seguimos avançando na construção de um ambiente cada vez mais diverso, justo e inclusivo.

Para esses dois temas (equidade de gênero e equidade racial), em 2021, diante do contexto organizacional e do planejamento estratégico traçado na época, firmamos uma meta pública para avançar na representatividade desses públicos, com o intuito de chegar ao final de 2025 com 42% e 45%, respectivamente. Como todo o Plano de Transformação do Grupo Casas Bahia, lançado no segundo semestre de 2023, essas metas foram repactuadas e queremos chegar a 42% de negros e a 34% de mulheres nos cargos de gerência e acima até o final de 2025. Essas metas estão atreladas à remuneração variável dos executivos.

Para as **pessoas com deficiência**, o foco em 2024 foi o **Programa Jornada sem Barreiras**, que atendeu mais de mil delas. O objetivo foi acompanhar a jornada desses colaboradores, com engajamento das respectivas lideranças. O próximo passo é oferecer uma mentoria de carreira aos mais bem avaliados em 2025.

Contamos com mais de 1.200 colaboradores com deficiência e, em 2024, enfrentamos desafios na ampliação desse quadro, refletindo a complexidade do mercado e a necessidade de aprimorar nossos processos internos para fortalecer a inclusão.

Para 2025, nosso foco será o monitoramento de indicadores, a identificação de oportunidades e a implementação de ações estratégicas que ampliem a representatividade. Com isso, garantiremos avanços sustentáveis na contratação, retenção e desenvolvimento de profissionais com deficiência em toda a Companhia.

Nosso [Guia de Diversidade](#) traz o nosso manifesto sobre esse tema e muito do que acreditamos e pelo qual lutamos. Você também pode conferir nossa [Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos](#).





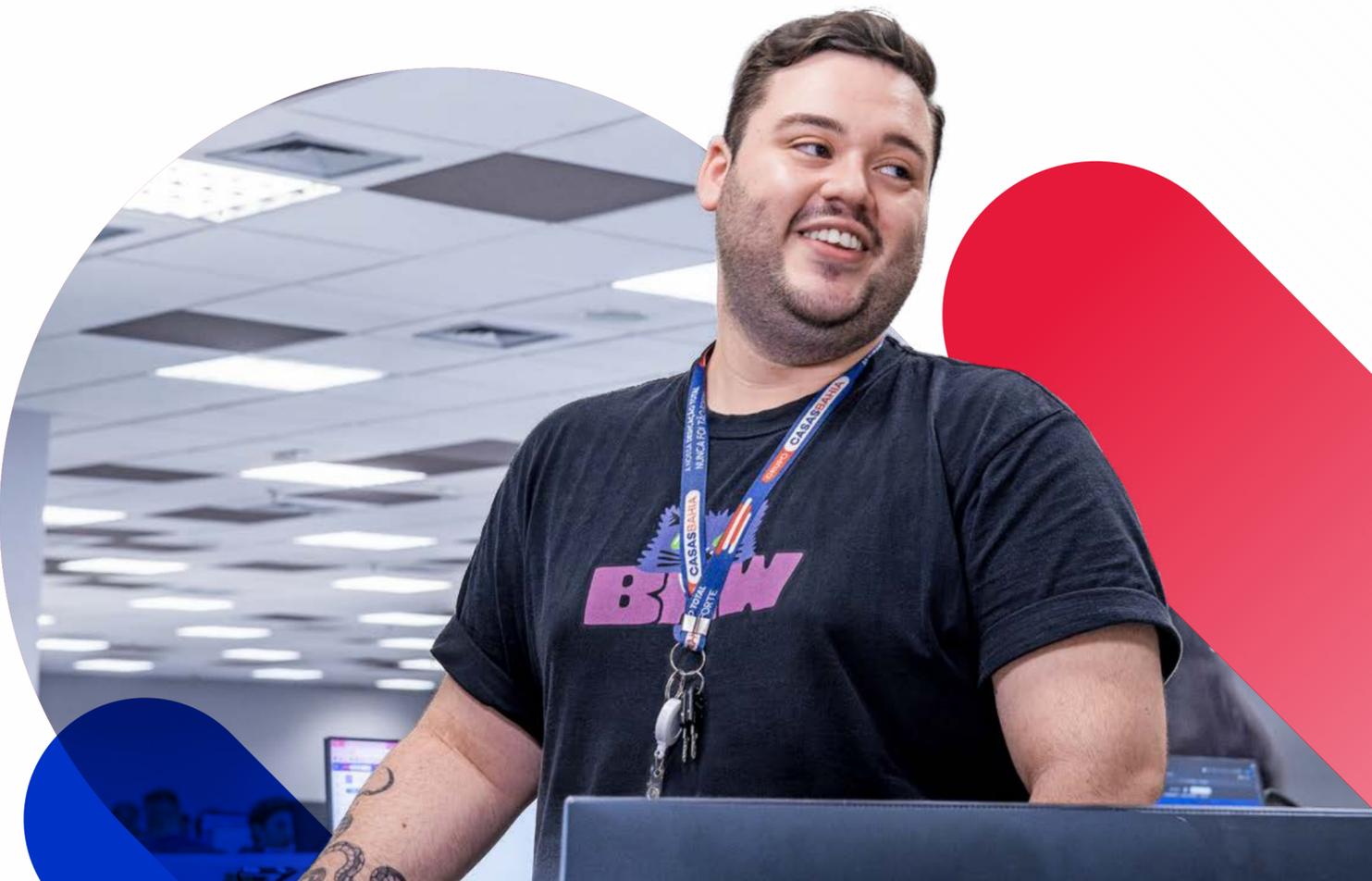
Diversidade dos colaboradores em 2024, por categoria funcional, gênero e faixa etária GRI 405-1, SASB CG-MR-330a.1

| Colaboradores próprios | | Total de colaboradores por gênero e categoria | % de colaboradores por gênero e categoria | < 30 anos | De 30 a 50 anos | > 50 anos | < 30 anos (%) | De 30 a 50 anos (%) | > 50 anos (%) |
|------------------------------|----------|---|---|-----------|-----------------|-----------|---------------|---------------------|---------------|
| Gerentes e acima | Homens | 963 | 80% | 90 | 766 | 107 | 9% | 80% | 11% |
| | Mulheres | 474 | 20% | 27 | 400 | 47 | 6% | 84% | 10% |
| Média liderança/especialista | Homens | 625 | 65% | 81 | 478 | 66 | 13% | 76% | 11% |
| | Mulheres | 340 | 35% | 24 | 286 | 30 | 7% | 84% | 9% |
| Todas as demais funções | Homens | 16.261 | 56% | 5.611 | 7.406 | 3.244 | 35% | 46% | 20% |
| | Mulheres | 12.950 | 44% | 3.646 | 7.244 | 2.060 | 28% | 56% | 16% |
| Total | Homens | 17.849 | 56% | 5.782 | 8.650 | 3.417 | 32% | 48% | 19% |
| | Mulheres | 13.764 | 44% | 3.697 | 7.930 | 2.137 | 27% | 58% | 16% |
| Total de colaboradores | | 31.613 | | | | | | | |

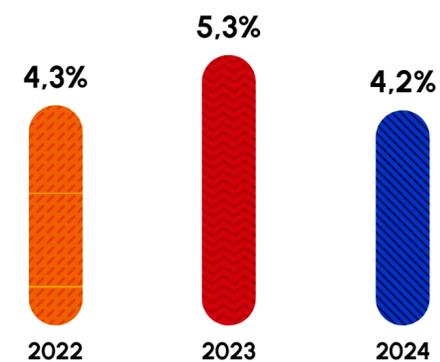
Diversidade dos colaboradores em 2024, por categoria funcional, gênero e raça/etnia GRI 405-1, SASB CG-MR-330a.1

| Colaboradores próprios ¹ | | Preta | Parda | Branca | Indígena | Amarela | Preta (%) | Parda (%) | Branca (%) | Indígena (%) | Amarela (%) |
|-------------------------------------|----------|-------|-------|--------|----------|---------|-----------|-----------|------------|--------------|-------------|
| Gerentes e acima | Homens | 69 | 302 | 521 | 3 | 11 | 8% | 33% | 58% | 0% | 1% |
| | Mulheres | 23 | 143 | 277 | 1 | 15 | 5% | 31% | 60% | 0% | 3% |
| Média liderança/especialista | Homens | 37 | 145 | 405 | 1 | 20 | 6% | 24% | 67% | 0% | 3% |
| | Mulheres | 15 | 59 | 248 | 0 | 14 | 4% | 18% | 74% | 0% | 4% |
| Todas as demais funções | Homens | 1.939 | 6.330 | 6.794 | 59 | 188 | 13% | 41% | 44% | 0% | 1% |
| | Mulheres | 1.226 | 5.068 | 5.622 | 23 | 199 | 10% | 42% | 46% | 0% | 2% |
| Total de colaboradores | Homens | 2.045 | 6.777 | 7.720 | 63 | 219 | 12% | 40% | 46% | 0% | 1% |
| | Mulheres | 1.264 | 5.270 | 6.147 | 24 | 228 | 10% | 41% | 48% | 0% | 2% |

¹ 6% (1.856) dos colaboradores não informaram a etnia.



Percentual de empregados PCD





SAÚDE E SEGURANÇA

GRI 3-3 (Tema material: Diversidade, inclusão e bem-estar no ambiente de trabalho), 403-1, 403-7

Incentivamos uma cultura de ações preventivas para garantir que as condições de trabalho de nossos colaboradores contribuam para sua saúde física e mental. Temos um grupo multidisciplinar, formado por engenheiros, médicos e enfermeiros do trabalho, responsável por acompanhar essas condições de perto.

Três princípios básicos nos norteiam nos temas de saúde e segurança:

1. Não prejudicar os outros – Somos uma empresa que preza o respeito e a ética e aderimos aos códigos sociais e éticos relacionados aos colaboradores. Isso significa garantir a saúde e a segurança a todos.

2. Análise de custo versus benefício da prevenção – Consideramos de maneira ininterrupta nas nossas decisões de negócio os custos de prevenção *versus* os custos dos acidentes de trabalho ou afastamentos. Garantimos sempre a visão integral para que despesas necessárias sejam consideradas um investimento em prevenção.

3. Cumprimento às normas e leis relativas à saúde e à segurança no trabalho – Não por mera obrigatoriedade, o cumprimento da legislação é parte intrínseca aos princípios do Grupo Casas Bahia como estratégia de negócio. Somos uma empresa realmente acolhedora, que cuida do seu capital humano.

Para garantir que esses princípios sejam respeitados, realizamos uma série de ações durante o ano focadas em aumentar a comunicação e a conscientização sobre o tema, além de mapear, fiscalizar e corrigir riscos. Também contamos com medidas de prevenção como o **Programa Via Saúde**, com acolhimento médico on-line ou por telefone 0800.

Todos os nossos colaboradores* são cobertos por nosso sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho.

GRI 403-8

* As informações inseridas no relatório são referentes aos colaboradores próprios do Grupo Casas Bahia. Ainda não há gestão dos terceiros.

Nossos especialistas em Segurança do Trabalho realizam visitas técnicas para levantar as condições do ambiente de trabalho, aplicando *checklists* que nos ajudam a prevenir ou mitigar os perigos, riscos e impactos negativos à saúde e à segurança ocupacional. Todos os nossos colaboradores são cobertos por nosso sistema de saúde e segurança.

Nosso *software* de **Saúde e Segurança Operacional (SOC)** é a ferramenta de gestão desse sistema, abrangendo todos os setores, cargos e unidades da Companhia e tendo como base padrões rigorosos. Mantemos, ainda, o Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT), com profissionais contratados capacitados para atender às necessidades de nosso time em diversas operações, incluindo CDs, fábrica de móveis, lojas e escritórios.

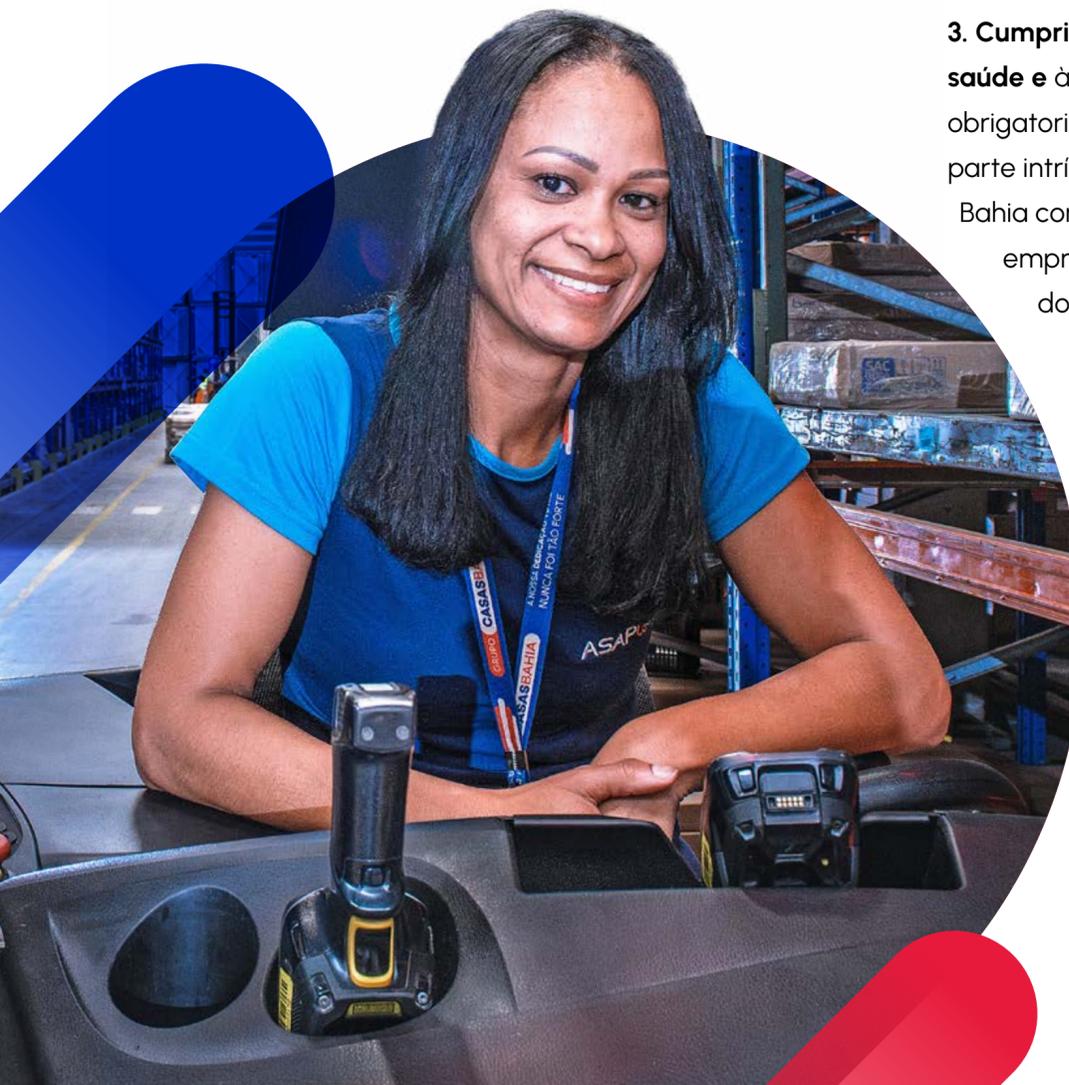
Também garantimos o treinamento e a atualização periódica de nossos colaboradores na temática da segurança.

Capacitações em saúde e segurança oferecidas a nossos colaboradores em 2024

GRI 403-5

| Nome do treinamento | Descrição |
|---------------------|---|
| NR 01 | Riscos, medidas de controle e fluxo de acidentes |
| NR 05 | CIPA – Comissão Interna de Prevenção de Acidentes |
| NR 06 | Gestão de EPIs (Equipamentos de Proteção Individual), quem usar, quando usar e como usar |
| NR 10 | Segurança em trabalhos com eletricidade |
| NR 11 | Segurança em armazenamento e transporte de mercadorias, segurança no uso de equipamentos automotrizes |
| NR 12 | Segurança e proteção com máquinas e equipamentos |
| NR 13 | Caldeiras e vasos sobre pressão |
| NR 17 | Ergonomia + <i>Officeless / home office</i> |
| NR 23 | Brigada de incêndio |
| NR 35 | Segurança em trabalhos com altura |

Oferecemos também treinamentos específicos sobre exposição ao risco, abordando atividades relacionadas ao ambiente de trabalho. Os treinamentos incluem instruções para prevenção de acidentes e proteção dos colaboradores e são realizados periodicamente, garantindo a atualização contínua das equipes. **GRI 403-5**





Riscos ocupacionais

GRI 403-2, 403-9, 403-10

Em relação à segurança do trabalho, os principais riscos envolvem o manuseio de máquinas e equipamentos, além do carregamento manual de materiais. Quanto aos tipos de acidentes, os mais frequentemente identificados são pequenos cortes, contusões nos membros inferiores e superiores e acidentes de trajeto.

Os riscos ocupacionais são levantados e classificados no Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), pela Segurança do Trabalho. O controle médico dos trabalhadores expostos é realizado conforme definido no Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO). Cada unidade do negócio é específica e possui PGR e PCMSO por CNPJ, com ações específicas conforme o Grupo Homogêneo de Risco.

Prevenimos ou mitigamos perigos, riscos e impactos negativos significativos na saúde e na segurança ocupacional por meio de visitas técnicas, realizadas por especialistas de Segurança do Trabalho, para o levantamento das condições ambientais e a aplicação de *checklists*, além de Relatório de Inspeção de Segurança (RIS) para o levantamento de não conformidades que são encaminhadas para as áreas responsáveis.

Qualquer colaborador, inclusive os terceirizados, pode, além de preencher formulários de

identificação de desvios e quase acidentes, se retirar de situações de trabalho que acredite poder lhe causar risco. Caso necessário, são abertos planos de ação por meio do Relatório de Investigações de Ocorrências e suas ações são monitoradas.

Temos um canal para denúncia de riscos, perigos e desvios, totalmente sigiloso e conduzido por empresa externa. Por meio do Programa Via Segura, disponibilizamos formulários de identificação de riscos nas entradas dos CDs.

Dispomos de um procedimento específico sobre Condutas em Caso de Acidentes ou Incidentes de Trabalho, disponível na Plataforma Corporativa de Processos, que apoia a investigação de incidentes de trabalho. O documento orienta como identificar, comunicar, formalizar, atuar no plano de ação e monitorá-lo.

Em 2024, tivemos 107 casos de doenças ocupacionais de comunicação obrigatória. Entre os principais tipos de problemas identificados, estão doenças osteomusculares e transtornos mentais relacionados ao trabalho. Não foram identificados casos em anos anteriores. Os dados foram obtidos por meio da Gestão de Afastamento (pelo monitoramento direto dos afastados e extração da informação do sistema oficial do INSS). **GRI 403-10**

Acidentes de trabalho (colaboradores próprios)^{1,2} GRI 403-9

| | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Número de óbitos em decorrência de acidentes relacionados ao trabalho | 0 | 0 | 0 |
| Taxa de óbitos em decorrência de acidentes relacionados ao trabalho | 0 | 0 | 0 |
| Número de acidentes relacionados ao trabalho de alta consequência (excluindo óbitos) | 7 | 3 | 25 |
| Taxa de acidentes relacionados ao trabalho de alta consequência (excluindo óbitos) | 0,11 | 0,05 | 0,47 |
| Número de acidentes relacionados ao trabalho (comunicação obrigatória) | 289 | 290 | 100 |
| Taxa de acidentes relacionados ao trabalho (taxa de frequência) | 4,34 | 5,61 | 2,41 |
| Número de horas trabalhadas | 66.514.670,19 | 51.526.670,00 | 49.404.063,63 |

¹ As informações inseridas no relatório são referentes aos colaboradores próprios do Grupo Casas Bahia. Ainda não há gestão dos terceiros.
² Base 1.000.000.

Temos um canal para denúncia de riscos, perigos e desvios, totalmente sigiloso e conduzido por empresa externa.





Saúde para todos

GRI 403-3, 403-4

Com a parceria de uma consultoria especializada, avaliamos detalhadamente os ambientes laborais, identificando potenciais perigos e riscos à saúde de nossos colaboradores.

Promovemos um ambiente de trabalho mais saudável e seguro mitigando riscos ocupacionais, acompanhando de perto a saúde da nossa gente, a fim de garantir a saúde física e mental de colaboradores de todos os níveis profissionais e, conseqüentemente, gerar maior produtividade e competitividade nos negócios.

Temos uma equipe técnica especializada, composta de profissionais qualificados na área de Engenharia de Segurança do Trabalho, com formação técnica e pós-graduação, capacitada para avaliar, identificar e implementar medidas de segurança voltadas para a mitigação de riscos.

Utilizamos um sistema exclusivo para o time de Saúde Ocupacional (SOC), que tem as certificações ISO 27001 e ISO 27701, as quais garantem a segurança da informação, a privacidade e o sigilo.

Realizamos exames periódicos, monitoramos indicadores de saúde e identificamos possíveis problemas relacionados ao trabalho. Quando alguma questão é apontada, o colaborador é direcionado a especialistas médicos para a adoção de medidas de prevenção e cuidado, a fim de

eliminar ou reduzir os riscos identificados. As medidas podem incluir mudanças nas práticas de trabalho e a introdução de equipamentos de proteção.

Os colaboradores participam ativamente dos processos de Saúde e Segurança por meio das Comissões Internas de Prevenção a Acidente do Trabalho e Assédio (CIPA*), durante a

Semana/Mês Interno de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPAT/MIPAT), e dos Diálogos Semanais de Segurança (DSS), promovidos pelos gestores e membros das CIPAS na fábrica e nos CDs.

Durante o MIPAT, realizamos programas práticos e imersivos de treinamento e educação, com o objetivo de ampliar a conscientização sobre questões de saúde e segurança no ambiente de trabalho.

Promovemos um ambiente de trabalho mais saudável e seguro mitigando riscos ocupacionais, acompanhando de perto a saúde da nossa gente.



* CIPA é a representação eleita e escolhida pelos próprios colaboradores de cada filial, possui, entre os representantes, a parte empregadora e dos empregados, e realiza pelo menos uma reunião mensal e sempre que ocorrer um acidente.



Cientes

O cliente é o que move nossa dedicação total. O ano de 2024 foi centrado em melhorar nossa interação com os consumidores e nos aproximarmos ainda mais de tecnologias para fazer isso de forma mais fácil e inteligente. Trabalhamos muito a automação, dando ao cliente todo o poder de escolha.

Somos reconhecidos pelo respeito na relação com o consumidor, tendo recebido o prêmio de Empresa que Mais Respeita o Cliente da revista *Consumidor Moderno*, além de sermos incluídos na premiação Era do Diálogo, do Grupo Padrão, sempre por causa dos nossos bons índices de resolutividade no atendimento a queixas.

Nossos resultados públicos têm se mostrado em evolução constante, conforme o [Índice de Solução](#) do Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (SINDEC) e [indicadores públicos](#) no Consumidor.gov.

Nos últimos três anos, trabalhamos para melhorar o fluxo de resolução, conectando-nos diretamente com órgãos de defesa do consumidor. Melhoramos a comunicação durante a venda, para que o cliente acompanhe a jornada de entrega de seus produtos e evite cancelamentos e trocas.

Nossa ambição é ser o melhor varejista omnicanal especialista em eletroeletrônicos e móveis do Brasil, oferecendo jornada de compra completa, descomplicada e customizada aos nossos clientes, gerando valor aos stakeholders com uma operação eficiente, digital e sustentável.

Índices de resolução (%)

| Canal de atendimento e bandeira | 2022 | 2023 | 2024 |
|---------------------------------|-------|-------|-------|
| SINDEC Grupo Casas Bahia | 80,74 | 83,98 | 85,23 |
| PROCON SP Grupo Casas Bahia | 74,99 | 83,44 | 84,94 |
| GOV Casas Bahia.com | 82,27 | 88,7 | 87,0 |
| GOV Pontofrio.com | 80,2 | 84,8 | 88,0 |
| GOV Extra.com | 82,61 | 86,7 | 90,6 |
| GOV Casas Bahia | 82,3 | 90,2 | 85,4 |
| GOV Pontofrio | 80,23 | 86,4 | 89,6 |





A MELHOR EXPERIÊNCIA PARA O CLIENTE

Temos ampliado o uso de inteligência artificial (IA) para personalizar ofertas e campanhas, entendendo os padrões de comportamento de cada cliente ao longo do tempo. Modelos de atribuição de canal também nos permitiram alocar investimentos de marketing de forma mais estratégica.

Na personalização avançada, conseguimos implementar modelos para identificar previamente a melhor oferta de produtos, garantindo que o cliente receba o produto certo no momento ideal. Isso inclui ações que otimizam formas de pagamento e antecipam a necessidade de troca. Esse nível de personalização foi essencial para aumentar a conversão e fortalecer a fidelidade do cliente.

Durante a Black Friday, utilizamos IA também para ler cerca de 3 milhões de interações de consumidores com a marca, a fim de identificar e corrigir problemas na operação a partir das indicações do programa.

A tecnologia permite, ainda, que nossas equipes atendam com agilidade às demandas realizadas em nossas redes sociais, com resposta em até 20 minutos para marcações que envolvem nossas empresas.

Ampliamos o uso de inteligência artificial (IA) para personalizar ofertas e campanhas.

Nossa rede de atendimento

Nossas centrais de atendimento oficiais ao cliente funcionam por alguns canais e serviços disponíveis no [site](#), WhatsApp, telefone e chat (In-app), além dos canais complementares com interações diretas via redes sociais e plataformas como Reclame Aqui e PROCON.



Até 20 minutos

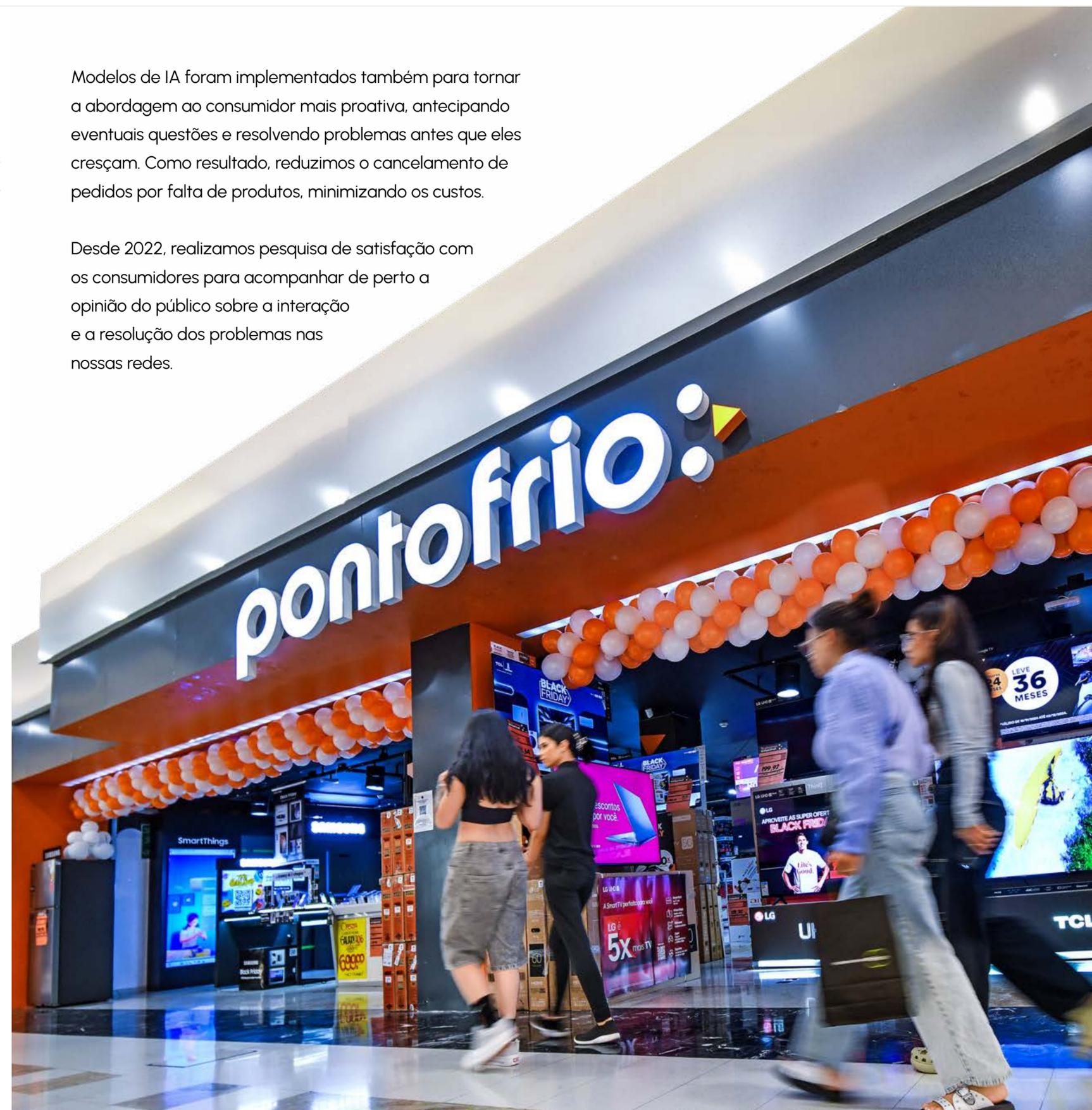
É o nosso tempo de resposta nas redes sociais para marcações que envolvem nossas empresas

Plataforma Reclame Aqui

| Bandeira + negócio | 2022 | 2023 | 2024 |
|---------------------------|------|------|------|
| Casas Bahia on-line | 7,4 | 7,6 | 7,4 |
| Extra.com on-line | 7,3 | 7,6 | 7,3 |
| Pontofrio on-line | 7,2 | 7,4 | 7,2 |
| Casas Bahia marketplace | 7,5 | 8,0 | 7,8 |
| Extra.com marketplace | 7,2 | 7,8 | 7,6 |
| Pontofrio marketplace | 7,3 | 7,8 | 7,6 |
| Casas Bahia lojas físicas | 7,7 | 8,0 | 7,3 |
| Pontofrio lojas físicas | 8,0 | 8,1 | 7,6 |
| Bartira | 8,9 | 9,3 | 8,6 |
| BanQi | 7,8 | 8,0 | 8,3 |
| CB Full | 6,7 | 7,3 | 8,8 |

Modelos de IA foram implementados também para tornar a abordagem ao consumidor mais proativa, antecipando eventuais questões e resolvendo problemas antes que eles cresçam. Como resultado, reduzimos o cancelamento de pedidos por falta de produtos, minimizando os custos.

Desde 2022, realizamos pesquisa de satisfação com os consumidores para acompanhar de perto a opinião do público sobre a interação e a resolução dos problemas nas nossas redes.





Pesquisa de satisfação NPS (Net Promoter Score)

Implementamos modelos de *machine learning* e IA para aprimorar nossas análises, conferindo maior profundidade à avaliação dos *feedbacks* enviados por nossos clientes. Essas tecnologias permitem processar avaliações em larga escala, proporcionando uma visão mais clara para a identificação e a resolução de possíveis problemas. Como resultado, mitigamos impactos negativos na experiência do cliente e impulsionamos a melhoria contínua de nossas métricas, refletindo diretamente no NPS.

Monitoramos de perto a jornada de nossos clientes, mensurando constantemente sua satisfação em diferentes pontos de contato. Acompanhamos opiniões, *feedbacks* e comportamentos em interações com nossas marcas e serviços, possibilitando uma análise mais precisa dos cenários. Com isso, ampliamos nossa visão sobre oportunidades internas de melhoria, impulsionando

a evolução de nossas operações e aprimorando a percepção dos clientes sobre nossa marca.

Na segurança e prevenção de fraudes, a IA desempenhou um papel central. Utilizamos modelos para identificar transações de alto risco, reduzindo perdas financeiras ao bloquear ações fraudulentas antes do envio de mercadorias. Também aceleramos a análise de pedidos, proporcionando uma experiência mais ágil e segura para os consumidores. Essas iniciativas resultaram em maior confiança e eficiência, consolidando o Grupo Casas Bahia como um varejista que prioriza a segurança sem comprometer a agilidade.

ESTRATÉGIAS DE OMNICANALIDADE

GRI 3-3 (Tema material: Inovação e tecnologia com foco no cliente)

Com a inovação e a tecnologia, temos a capacidade de otimizar processos, explorar novas oportunidades de crescimento e nos adaptarmos a um mercado em constante evolução.

Entendemos que a jornada de consumo envolve várias formas de relacionamento. Nossos clientes têm a opção de comprar onde e como quiserem, e a evolução da nossa estratégia de omnicanalidade, com integração entre os ambientes físico e digital, deu mais liberdade e facilidade na hora da compra.

Facilidade para anunciar

Materializar e posicionar o Casas Bahia Ads foi a grande conquista do ano, com a criação de um *hub* de *retail media* que contribui de forma direta para nossa estratégia omnicanal e faz com que nossos parceiros realizem investimentos de mídia muito mais assertivos, atingindo seu público-alvo de forma estratégica.

O Casas Bahia Ads se tornou um ecossistema de *retail media*, com soluções para todos os momentos da jornada de compra, com formatos que integram os ambientes de *e-commerce* e também de lojas físicas, possibilitando a criação de comunicação e uma experiência de venda diferenciadas no varejo.

No ambiente digital, em nossa plataforma de ads, que possuiu foco em *banners* e produtos patrocinados, já é possível fazer toda a gestão de campanhas de forma direta pelo próprio anunciante.

Além de escolherem o investimento que desejam alocar e configurarem os objetivos de suas campanhas (para garantir eficiência na entrega de mídia, de acordo com a estratégia), as marcas anunciantes têm à sua disposição *dashs* em tempo real e extração de relatórios para análises de resultados e geração de *insights*, com dados como volume de impressões, cliques, taxas de conversão e retorno sobre o investimento em publicidade (ROAS). No cenário anterior, os anunciantes/lojistas precisavam entrar em contato com o nosso time comercial para iniciar seus investimentos.

Ainda pela plataforma, já é possível fazer a compra de mídia em nossa rede de *digital signage* de lojas físicas, presentes em mais de 300 lojas, possibilitando a criação de campanhas em diversos pontos de contato e ajudando a divulgar também ofertas e produtos de nosso *e-commerce* dentro das lojas físicas, bem como ofertas de anunciantes.

Entre janeiro e dezembro de 2024, o Casas Bahia Ads cresceu 287% em faturamento.

ME CHAMA NO ZAP

Além das interações em lojas físicas e no *e-commerce*, utilizamos o WhatsApp para atender nossos clientes. O Me Chama no Zap possibilita ao vendedor de loja utilizar a ferramenta como um consultor para auxiliar o consumidor.



Marketplace

Nosso e-commerce conta com a parceria de mais de 171 mil lojistas parceiros que utilizam nossa plataforma para vendas dentro do marketplace. Em 2024, o montante transacionado em reais (GMV) do setor foi de R\$ 6.597 milhões, aumento de 13,2% quando comparado com o ano anterior, com receita de R\$ 824 milhões – crescimento de 15,6%. A participação do crediário digital foi de 8,4% das vendas e está disponível para mais de 80 milhões de SKUs.

Em 2024, nossa relação com o marketplace foi estreitada, com um time dedicado a atender os parceiros e alavancar vendas. Uma das novidades foi o programa CB Venda Mais; nessa iniciativa, lançamos uma ferramenta de inteligência por meio da qual o seller consegue ter informações para a gestão do dia a dia do seu negócio.

Outra vantagem do programa é contar com o CB Full, nosso sistema de logística que faz o estoque e a entrega dos produtos com a garantia de qualidade Casas Bahia.

Em 2024, nossa relação com o marketplace foi estreitada, com um time dedicado a atender os parceiros e alavancar vendas.



SOLUÇÕES FINANCEIRAS

GRI 3-3 (Tema material: **Acessibilidade financeira**)

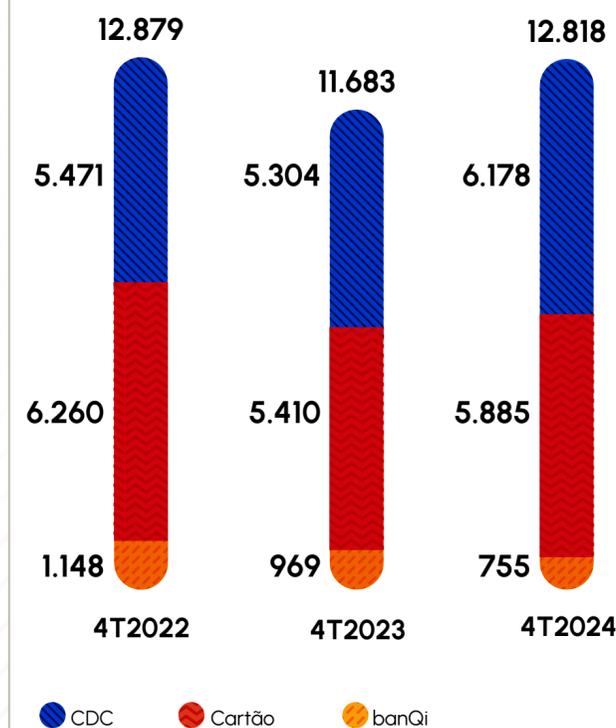
Temos o compromisso de realizar sonhos de milhares de brasileiros, disponibilizando para isso nosso sistema de crédito há quase 50 anos, quando os carnês eram a única forma de parcelamento para a população. Mesmo com a consolidação do sistema de crédito brasileiro, seguimos atuando principalmente com a população sem condições de manter contas em bancos.

As soluções financeiras continuam sendo a grande alavanca dos negócios do Grupo Casas Bahia, com a confiança consolidada da população. Hoje em dia, cerca de metade dos nossos novos clientes tem renda de até R\$ 2 mil e não possui vínculo empregatício formal, contando com nossas soluções para realizar seus sonhos.

Além do parcelamento via crediário, contamos com nosso cartão de crédito e com o banQi, que, desde 2023, oferece a possibilidade de uma conta on-line, que pode ser usada em nossas lojas físicas e também para saques, depósitos, pagamentos e transferências.

Os serviços financeiros tiveram um ano de grande crescimento da base em 2024, com aumento de 31% de cartões emitidos em comparação com 2023. O volume de clientes superou a marca de 2 milhões de pessoas, responsáveis por um Volume Total de Pagamentos (TPV, na sigla em inglês) de R\$ 12.818 milhões. Nosso Crédito Direto ao Consumidor (CDC) bateu todos os recordes de carteira, fazendo financiamento em lojas e no digital e alcançando R\$ 6.178 milhões.

TPV (R\$ milhões)





DESTAQUES DE NOSSAS SOLUÇÕES FINANCEIRAS



R\$ 6,2 bilhões

totais na carteira de crediário



7,9 milhões

de contas abertas no banQi



9,7%

de penetração no on-line (3P) e **8,4%** no 1P



4,9 milhões

de clientes a mais nos cartões co-branded



4,6%

de perda sobre a carteira e taxa over 90 em **8,0%**

Avanços no sistema

A automação de ferramentas antifraudes e de pagamentos permitiu a evolução de nosso sistema financeiro. Utilizando a biometria facial, por exemplo, proporcionamos uma jornada simplificada e mais eficiente para nossos clientes.

Outra expansão significativa veio nos serviços oferecidos aos clientes, como assistências de aparelhos, saúde e serviços de montagens. Em 2023, eram disponibilizados 5 serviços, número que saltou para 9 em 2024 e que deve chegar a 17 em 2025.

Inadimplência

A Provisão para Devedores Duvidosos (PDD), que representa a reserva de dinheiro com foco na inadimplência, chegou a 10,2% ao final de 2024. A taxa over 90 foi de 8%, mostrando estabilidade na inadimplência mesmo com a expansão da concessão de crédito. O nível de perda sobre a carteira ativa manteve-se dentro da média histórica, 4,6% da carteira.

Para fomentar a educação financeira e reduzir o endividamento, disponibilizamos um [blog](#) com dicas de controle de gastos e geração de renda, além de serviços para emissão de boletos e preenchimento de recibos. Oferecemos treinamentos sobre uso consciente do dinheiro e, na contratação de serviços como empréstimos, fazemos análise de risco de crédito para minimizar a inadimplência.

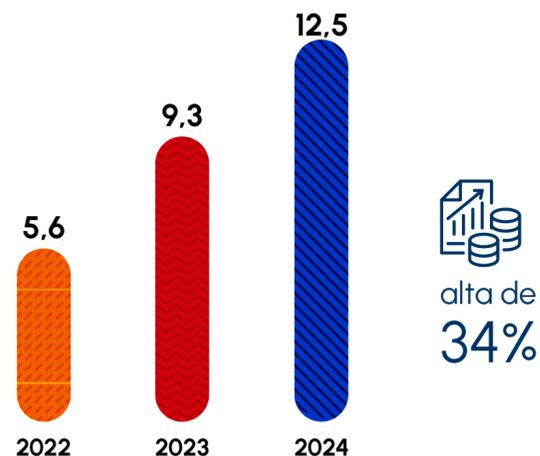
banQi

O banQi é a nossa conta digital para facilitar a vida dos clientes e oferecer soluções financeiras. Gratuita e sem taxas, facilita mais uma vez o acesso de pessoas com renda mais baixa aos produtos e serviços que comercializamos. O serviço oferece facilidades como cartão pré-pago, recarga de celular e do Bilhete Único e concessão de empréstimo pessoal. Em 2024, alcançamos 7,9 milhões de contas abertas acumuladas, uma alta de 6,7%.

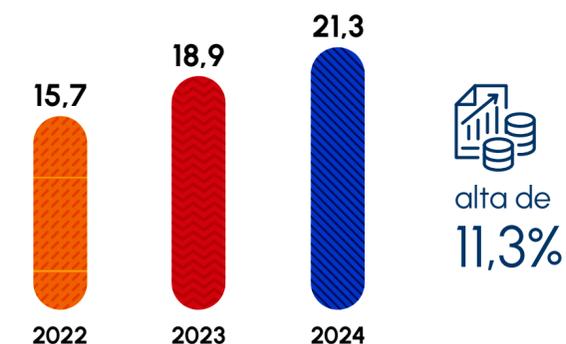


Saiba mais sobre o banQi clicando [aqui](#).

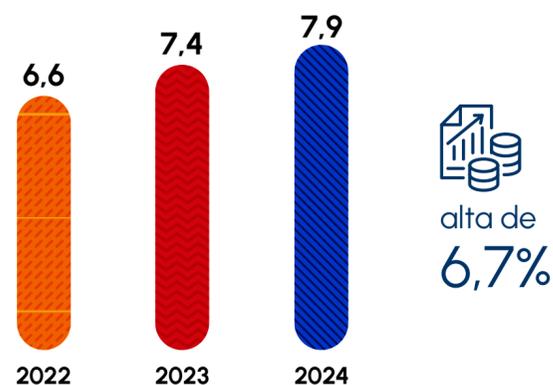
Total TPV acumulado (R\$ bilhões)



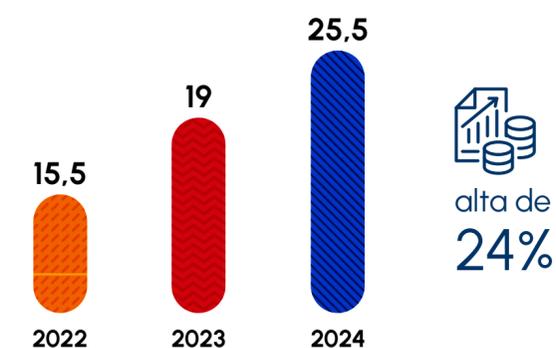
Download do app acumulado (milhões)



Abertura de contas acumulada (milhões)



Total de transações acumulado (R\$ bilhões)





CB FULL, NOSSA NOVA FORMA DE PENSAR A LOGÍSTICA

Os serviços de logística do Grupo Casas Bahia passaram a se chamar CB Full, guarda-chuva para todas as nossas soluções voltadas para esse setor. A marca foi oficializada em outubro de 2024, como parte da reestruturação do Grupo.

O serviço passou a ser ainda mais relevante e estratégico, tornando-se uma importante fonte de receita ao oferecer nossa rede de armazenagem e entregas também para outras empresas interessadas. Realizamos entregas em 100% das cidades brasileiras, contando com o apoio de mais de mil lojas físicas e de mais de 1 milhão de metros quadrados de área para armazenagem em nossos 25 Centros de Distribuição. Com a utilização de entregadores autônomos e transportadores, conseguimos alcançar todos os CEPs brasileiros.

Com o CB Full, surge também a opção CB Cross, que permite aos fornecedores armazenarem seu estoque na rede logística da Casas Bahia antes da confirmação de pedidos em canais do Grupo ou em outras plataformas.

Em 2024, a principal marca para a área de Logística foi a retomada do crescimento, o que trouxe desafios relacionados ao ajuste de estrutura para atender com eficiência os produtos do *core business* da Companhia. Esse processo envolveu a revisão

da malha e das operações logísticas, além do alinhamento de recursos, garantindo que os volumes crescentes fossem absorvidos sem comprometer os prazos e a qualidade das entregas.

Entre os destaques, tivemos projetos focados em aprimorar a eficiência operacional e estrutural, com investimentos em tecnologia, reorganização de processos e maior integração entre áreas, preparando a logística para a expansão da demanda e fortalecendo o atendimento ao cliente.

Mais eficiência

Nossa logística ganhou, entre 2023 e 2024, o apoio do Manhattan Active Warehouse Management (WMS), ferramenta para otimizar as operações nos CDs, melhorando o controle de estoque, a precisão das movimentações e a eficiência no processo de *picking*.

Os resultados foram positivos, com destaque para a melhoria na gestão do inventário, a redução de erros operacionais e o aumento na velocidade de processamento de pedidos. A integração do sistema também contribuiu para uma maior visibilidade das operações e possibilitou ajustes em tempo real, o que impactou diretamente na agilidade das entregas e na satisfação do cliente.

O crescimento na produtividade foi de 30%, e conseguimos reduzir em 20% os equipamentos, parte por causa das mudanças estruturantes e da implantação de sistema alinhado com a malha.

Mar aberto

O modelo de logística de mar aberto, quando oferecemos nossa estrutura para terceiros, é importante na estratégia do Grupo, permitindo ampliar a capilaridade das operações e atingir regiões mais distantes com maior eficiência. Esse formato contribuiu para otimizar custos, aproveitando parcerias com transportadoras externas para complementar a operação própria e atender a picos de demanda, especialmente no *e-commerce*.

Em termos de *performance*, o modelo se destacou ao reduzir prazos de entrega em áreas de difícil acesso e ao manter a qualidade do serviço mesmo com o crescimento do volume de pedidos. Apesar de alguns desafios de adaptação e coordenação com parceiros externos, os resultados demonstraram impacto positivo na satisfação dos clientes e na competitividade do grupo.

Fulfillment

Em 2024, tivemos crescimento do GMV Fulfillment de 249%, alavancado por 26% de aumento de clientes, o que nos possibilita disponibilizar as nossas lojas físicas para a logística dos lojistas do nosso *marketplace*, operando como ponto de retirada e de postagem dos pedidos desses parceiros. O grande diferencial é atender a pedidos e entregas de outros *players* de mercado com os quais o lojista esteja conectado.





Fornecedores

GRI 2-6, 3-3 (Tema material: Cadeia de valor responsável)

Movimentamos uma ampla rede de fornecedores, divididos em diretos, indiretos e fábrica Bartira. Os fornecedores diretos atendem às categorias de móveis, eletroeletrônicos, eletrodomésticos e outros produtos correlatos comercializados em nossas lojas físicas e nossos canais digitais.

Já os indiretos abrangem categorias como *facilities*, consultoria, TI, embalagens, auditoria, segurança, limpeza, alimentação, mobiliário, manutenção, comunicação visual, uniformes, empreitada e outros serviços essenciais para a operação.

A maior concentração de fornecedores indiretos está nas regiões Sudeste e Sul, especialmente nos estados de São Paulo, Minas Gerais e Paraná, devido à proximidade com os principais centros operacionais do Grupo. As regiões Nordeste e Centro-Oeste também possuem representatividade, especialmente para serviços locais, como manutenção e limpeza em unidades específicas.

Temos, ainda, um importante braço de fabricação de móveis, a Bartira, o que nos demanda também fornecedores de madeira, acessórios, produtos químicos e embalagens.



Encerramos o ano de 2024 com 1.795 fornecedores ativos, e gastamos com eles cerca de R\$ 24,5 bilhões. Todos os produtos são comprados localmente, de fabricantes nacionais. Consideradas todas as unidades de CDs, fábrica, lojas físicas e escritórios do Grupo Casas Bahia. **GRI 204-1**

AVALIAÇÕES DE FORNECEDORES

Para garantir uma cadeia responsável e que respeite a cultura e os valores da Companhia, submetemos os fornecedores a rigorosas avaliações de risco. Todos os nossos fornecedores têm conhecimento do Código de Conduta Ética do Grupo Casas Bahia e das principais políticas do Programa de Integridade, e se comprometem com o cumprimento de suas diretrizes ao assinar o contrato de compra com a Companhia, inclusive os prestadores de serviços.

Não toleramos o descumprimento de legislação e condenações, inclusive socioambientais, como trabalho infantil e análogo ao trabalho escravo. Nosso Programa de Integridade acompanha de perto a gestão de riscos de fornecedores em conjunto com outras áreas internas, como Suprimentos e Fiscal. Veja mais no capítulo [Nossa governança](#).

A participação de parceiros lojistas de *marketplace* exige que eles cumpram critérios quanto à origem e à tributação dos produtos comercializados em nossa plataforma, além de todos os critérios igualmente aplicáveis aos nossos fornecedores.

Temos instrumentos contratuais que requerem a adesão e o cumprimento integral da legislação trabalhista vigente nas regiões em que atuamos, principalmente em termos de direitos humanos e respeito ao meio ambiente.

Todos os fornecedores contratados são informados sobre o Código de Conduta Ética e as práticas anticorrupção da Companhia por meio do contrato, de termos e condições gerais de serviços, além de treinamentos presenciais para categorias selecionadas.



Comunidades

GRI 203-2

Responsável pelo investimento social do Grupo Casas Bahia, a [Fundação Casas Bahia](#) atua em três frentes estratégicas para multiplicar oportunidades que promovam o desenvolvimento pessoal e profissional de jovens e microempreendedores brasileiros: Protagonismo Jovem, Fomento ao Empreendedorismo e Engajamento Social.

O propósito da Fundação Casas Bahia é fortalecer as comunidades, contribuindo para a construção de uma sociedade mais próspera e inclusiva, com oportunidades iguais para todos.

Em 2024, com um investimento social de R\$ 2,7 milhões, a Fundação impactou mais de 30 mil pessoas em todo o país por meio de 6 projetos e ações em 26 estados e no Distrito Federal. O foco de atuação foram projetos de educação/formação e geração de renda para jovens e mulheres empreendedoras, porque acreditamos que iniciativas como essas contribuem de forma mais efetiva para a transformação social, reduzindo problemas como desemprego e exclusão social e econômica, principalmente entre a população que vive nas periferias das grandes cidades brasileiras.

Desde 2022, a Fundação Casas Bahia é signatária do Pacto Global, de forma independente da sua mantenedora. Assim, assumiu o compromisso de reportar anualmente seu progresso em relação aos dez princípios universais nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e anticorrupção.

Queremos ser reconhecidos como uma instituição que promove transformação efetiva na sociedade e viabiliza a redução das desigualdades.





METAS 2025

O principal compromisso assumido pela Fundação Casas Bahia – capacitar 50 mil jovens e empreendedores entre 2021 e 2025 – foi alcançado em 2024, um ano antes do prazo previsto, totalizando mais de 58 mil pessoas beneficiadas no período.

Esse marco foi possível com a parceria em projetos como o Instituto PROA e a Jornada Dona de Si, comprometidos com a formação socioemocional de jovens para o mercado de trabalho e de mulheres empreendedoras em situação de vulnerabilidade social.

Com a meta de formação de jovens e empreendedores atingida, ajustamos o compromisso dos nossos investimentos, refletindo os ganhos em eficiência operacional que conquistamos nos últimos anos e que nos permitiram impactar positivamente mais pessoas com os mesmos recursos.

Dessa forma, reavaliamos as metas assumidas para 2025:

- Alcançar investimento de R\$ 22 milhões em projetos sociais.
- Apoiar a formação de 65 mil jovens e empreendedores.

Números da Fundação Casas Bahia

| ANO | Investimento (R\$) | Jovens beneficiados | Empreendedores beneficiados | Total de jovens e empreendedores beneficiados |
|--------------|--------------------|---------------------|-----------------------------|---|
| 2021 | 9.032.913 | 11.505 | 1.089 | 12.594 |
| 2022 | 4.179.227 | 9.587 | 8.918 | 18.505 |
| 2023 | 3.709.716 | 11.683 | 3.052 | 14.735 |
| 2024 | 2.751.213 | 9.990 | 2.319 | 12.309 |
| Total | 19.673.069 | 42.765 | 15.378 | 58.143 |

A FUNDAÇÃO CASAS BAHIA EM 2024



R\$ 2,7 milhões
investidos em ações sociais



30.471
pessoas beneficiadas



21
organizações sociais apoiadas



9.990
jovens formados
(65% mulheres e 58% negros)



2.319
empreendedores formados (82% mulheres e 71% negros)



525
participações voluntárias



34
ações de voluntariado realizadas



998
horas doadas

SOS RIO GRANDE DO SUL

No pilar de engajamento social, na frente de ajuda humanitária, o grande destaque de 2024 foi a campanha "SOS Rio Grande do Sul", que mobilizou mais de 150 voluntários na triagem de mais de 20 mil itens arrecadados nas lojas do Sudeste e do Sul, nos CDs, na fábrica Bartira e em nossas sedes administrativas. No total, estimamos mais de 35 toneladas de doações arrecadadas pelos clientes e colaboradores do Grupo.

Foram doados mais de 6 mil itens, entre colchões, travesseiros, cobertores, produtos de higiene e limpeza e cestas básicas, beneficiando mais de 7 mil pessoas afetadas pelas enchentes que ocorreram em maio no estado. A iniciativa teve o apoio de quatro ONGs parceiras, que trabalharam localmente na distribuição dos itens doados.

Nossa relação com o meio ambiente



O CONTEÚDO DESTE CAPÍTULO ESTÁ RELACIONADO A:

Temas materiais:

- 🔗 Ecoeficiência operacional e circularidade
- 🔗 Mudanças climáticas e emissões atmosféricas

Capital da metodologia de Relato Integrado:

- 🔗 Natural

ODS:

- 🔗 7 (Energia limpa e acessível)
- 🔗 12 (Consumo e produção responsáveis)
- 🔗 13 (Ação contra a mudança global do clima)



Nossa relação com o meio ambiente

Somos uma empresa comprometida em tornar nossa atuação mais limpa e eficiente na geração e destinação de resíduos e no consumo de energia. Temos orgulho de manter, há mais de dez anos, o programa de reciclagem REVIVA, uma referência no varejo brasileiro. Também atuamos para utilizar energia renovável, com a meta de ter 90% de toda a energia utilizada

em nossas operações adquirida de fontes limpas e renováveis até o final de 2025.

Nossa **Política de Meio Ambiente** concentra os temas relativos à ecoeficiência, sobre os quais observamos e analisamos o desempenho da qualidade da gestão a partir de quatro compromissos principais, que

se desdobram em planos de ação aprimorados constantemente:

- ▶ Aumento progressivo no uso de energia renovável
- ▶ Mapeamento dos aspectos e impactos ambientais causados pela operação

- ▶ Aumento da adesão ao Programa REVIVA, nosso programa de coleta de resíduos recicláveis
- ▶ Gestão das emissões de gases de efeito estufa (GEE) com foco na mitigação das emissões oriundas da operação

NÚMEROS DAS NOSSAS INICIATIVAS AMBIENTAIS EM 2024



Cerca de **34 mil toneladas** de material reciclado desde 2015



6 toneladas de eletrônicos enviadas para descarte correto



250 famílias, de 11 cooperativas, foram beneficiadas com o programa de reciclagem



2.800 toneladas de embalagens enviadas para reciclagem





Ecoeficiência operacional e circularidade

GRI 3-3 (Tema material: Ecoeficiência operacional e circularidade)

Temos consciência de nosso papel como agentes transformadores e influenciadores no que diz respeito à ecoeficiência e à circularidade, e definimos a meta de reutilizar todos os materiais possíveis antes do descarte final.

Para isso, como forma de gestão desse nosso tema material, atuamos com nossas equipes de operações apoiando os processos de envio de resíduos, as emissões de notas para transporte de resíduos, treinamentos e campanhas de comunicação sobre temas relacionados à agenda ESG, que são direcionados a todos os públicos da Companhia.

Com o aumento do engajamento dos nossos colaboradores, impactamos positivamente não apenas as nossas metas internas, mas também a conscientização do consumidor e das comunidades em geral.

Desde 2019, seguimos os conceitos da economia circular de forma estratégica nas nossas operações. A economia circular propõe uma redução na produção de resíduos até o ponto em que eles sejam completamente reintroduzidos no ciclo de produção e consumo. Isso deve ser feito diminuindo-se também as emissões dos processos de produção, distribuição e reciclagem e aumentando-se o uso de energia de fontes renováveis.

A economia circular se baseia em três princípios:

- ▶ Eliminar resíduos e poluição desde o princípio.
- ▶ Manter produtos e materiais em uso.
- ▶ Regenerar sistemas naturais.

Os aspectos ambientais mais críticos na operação da Companhia estão diretamente ligados a esses princípios. São eles: redução no consumo de energia, reciclagem de embalagens, origem da madeira utilizada na fábrica de móveis e descarte de produtos pós-consumo.

A área de Sustentabilidade é responsável pela coleta de dados e consolidação final, para fins de análises da eficiência das ações dos programas da Companhia. Os dados são inseridos no Painel ESG, para consultas e tomadas de decisões. **GRI 301-3**

Nossas metas relacionadas à ecoeficiência operacional e à circularidade são aumentar o uso de energia oriunda de fontes renováveis nas nossas operações e ampliar a aderência das lojas do Grupo ao Programa REVIVA.

Recicláveis e logística reversa

GRI 3-3 (Tema material: Ecoeficiência operacional e circularidade), 301-3, 306-2, SASB CG-MR-410a.2, SASB CG-MR-410a.3

O nosso **Programa REVIVA** existe desde 2008, atuando nas frentes de resíduos recicláveis e logística reversa de eletroeletrônicos.

Os resíduos recicláveis gerados em nossos escritórios, lojas e CDs, assim como as embalagens devolvidas

pelos clientes durante a entrega dos produtos, são encaminhados para 11 cooperativas parceiras, que promovem a reciclagem desses materiais. Só em 2024, o REVIVA destinou cerca de 2.800 toneladas de resíduos para reciclagem.

Tínhamos como meta atingir 80% de participação das lojas no programa. Reforçamos a importância do trabalho de reciclagem nas lojas para aumentar a aderência ao REVIVA e conseguimos alcançar 82% de lojas enviando *bags* com recicláveis numa frequência maior do que nove meses no ano.

Os eletroeletrônicos usados descartados pelos clientes em nossas lojas recebem tratamento especial, sendo recolhidos pela empresa parceira Green Eletron, que é responsável pela destinação dos componentes eletrônicos e garante que eles retornem para a cadeia de produção da indústria,

recomeçando o ciclo da logística reversa. Pilhas e baterias também são

aceitas. Temos 755 coletores para esse fim espalhados por nossas lojas em 22 estados e no Distrito Federal, tendo coletado mais de 6 toneladas de eletroeletrônicos para descarte adequado e reciclagem em 2024.





Geração de resíduos

GRI 306-1, 306-2, SASB CG-MR-410a.2

Nossos maiores volumes de resíduos¹ são materiais recicláveis, vindos de embalagens de mercadorias, e resíduos orgânicos ou resíduos comuns de varrição. Além das embalagens, nossos maiores volumes de resíduos orgânicos são gerados nos refeitórios dos Centros de Distribuição, onde contamos com empresas especializadas para fazer o tratamento e a destinação adequada desse material.

Para assegurar a destinação correta de resíduo coletado e transportado, contamos com o Manifesto de Transporte Terrestre (MTR), o Certificado de Destinação Final (CDF) e a Declaração de Movimentação de Resíduos (DMR).

Na fábrica de móveis Bartira, atuamos no reaproveitamento de resíduos gerados. Em 2024, foram reaproveitadas cerca de 9,6 mil toneladas de pó de madeira, utilizado em fornos de cerâmica para a cura dos blocos, permitindo nossa atuação direta na economia circular.

A área de Facilities realiza a gestão operacional dos resíduos seguindo os conceitos de economia circular, em parceria com cooperativas que, além de tratá-los e destiná-los corretamente, fornecem relatórios de consolidação dos resíduos classe I e II e sua destinação final.

¹ Resíduos *upstream*: gerados nas nossas operações – resíduos comuns, resíduos classe I. Resíduos *downstream*: resíduos recicláveis oriundos de produtos que comercializamos, como embalagens de refrigeradores, máquinas de lavar roupa e televisores.

A Companhia não atua com produtos químicos perigosos nem gera volumes significativos de resíduos classificados como perigosos, com foco na minimização de embalagens, destinação adequada de eletroeletrônicos e móveis e promoção da rastreabilidade na destinação dos resíduos gerados ao longo da cadeia. GRI 301-3

Fábrica Bartira

Resíduos gerados em toneladas métricas, por composição dos resíduos¹ (em toneladas) GRI 306-3

| Resíduos – FÁBRICA | 2022 | 2023 | 2024 | Detalhamento dos resíduos |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|------------------|---------------------------|
| Resíduos perigosos (classe I) | 95,30 | 83,70 | 80,27 | Óleo e resíduo de pintura |
| Resíduos não perigosos (classe II) | 9.174,50 | 8.486,80 | 10.126,21 | |
| Total | 9.269,80 | 8.570,50 | 10.206,48 | |

¹ Em sua maioria, os resíduos perigosos originam-se de pinturas, óleo mineral e borra de tinta. Já no caso dos resíduos não perigosos, a composição se dá por madeira, metal, papelão, plástico e vidro.

Resíduos não destinados para destinação final, por composição dos resíduos e por operações de recuperação¹ (em toneladas) GRI 306-4

| Resíduos – FÁBRICA | Recuperação fora da organização | | | Detalhamento dos resíduos |
|---|---------------------------------|---------------|---------------|----------------------------------|
| | 2022 | 2023 | 2024 | |
| Resíduos perigosos (classe I)² | 42,00 | 27,40 | 36,90 | |
| Preparação para reutilização | 42,00 | 27,40 | 36,00 | Borra de tinta |
| Outras operações de recuperação | 0,00 | 0,00 | 0,90 | Óleo de motor |
| Resíduos não perigosos (classe II)² | 234,60 | 213,30 | 362,40 | Papel, plástico e ferro |
| Compostagem | - | - | 18,00 | Serragem (madeira) |
| Reciclagem | 234,60 | 213,30 | 344,40 | Papel, plástico, ferro e madeira |
| Total | 276,60 | 240,70 | 399,30 | |

¹ Todo resíduo não destinado é tratado por terceiros, ou seja, é realizada a reciclagem do material de forma externa.

² As destinações reciclagem, biodigestão, alimentação animal, preparação para reutilização e outras operações de recuperação não constam da tabela porque seus valores são zero nos anos reportados.

Resíduos destinados para destinação final, por composição dos resíduos e por operações de destinação¹ (em toneladas) GRI 306-5

| Resíduos – FÁBRICA | Destinação fora da organização | | | Detalhamento dos resíduos |
|---|--------------------------------|-----------------|-----------------|--------------------------------|
| | 2022 | 2023 | 2024 | |
| Resíduos perigosos (classe I)² | 52,90 | 55,30 | 43,37 | Material contaminado (tinta) |
| Incineração (sem recuperação de energia) | 52,90 | 55,30 | 43,37 | Material contaminado (tinta) |
| Resíduos não perigosos (classe II)² | 8.939,90 | 8.273,50 | 9.763,81 | |
| Incineração (com recuperação de energia) | 8.820,00 | 8.195,00 | 9.675,48 | Madeira, papel e resíduo comum |
| Confinamento em aterro | 119,90 | 78,50 | 88,33 | Resíduos de cozinha e cantina |
| Total | 8.939,90 | 8.328,80 | 9.807,18 | |

¹ Todo resíduo é destinado externamente, via contrato com terceiros.

² As destinações tratamento de efluente, coprocessamento e outras operações de destinação não constam da tabela porque seus valores são zero nos anos reportados.

| Resíduos – FÁBRICA | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|----------|----------|-----------|
| Total de resíduos gerados ¹ | 9.269,80 | 8.570,50 | 10.206,48 |
| Total de resíduos destinados para recuperação e destinação | 9.269,80 | 8.570,50 | 10.206,48 |

¹ Todo resíduo gerado é tratado e/ou enviado para o destino final.





Grupo Casas Bahia

Resíduos gerados em toneladas métricas, por composição dos resíduos (em toneladas) GRI 306-3

| Resíduos – Grupo Casas Bahia | 2022 | 2023 | 2024 | Detalhamento dos resíduos |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|---|
| Resíduos perigosos (classe I) | 68,10 | 37,40 | 26,53 | Lâmpadas, sólidos e líquidos contaminados, infectantes, lodo de ETE |
| Resíduos não perigosos (classe II) | 6.902,50 | 6.932,60 | 5.842,56 | Comum, orgânicos, entulho, jardinagem, materiais recicláveis, madeira, caixa de gordura, água de lavagem de bateria |
| Total | 6.970,60 | 6.430,00 | 5.869,09 | |

Resíduos não destinados para disposição final, por composição dos resíduos e por operações de recuperação¹ (em toneladas) GRI 306-4

| Resíduos – Grupo Casas Bahia | Recuperação fora da organização | | | Detalhamento dos resíduos |
|---|---------------------------------|-----------------|-----------------|--|
| | 2022 | 2023 | 2024 | |
| Resíduos perigosos (classe I) ¹ | 0,00 | 0,00 | 0,00 | |
| Resíduos não perigosos (classe II) ¹ | 3.523,80 | 3.225,80 | 2.831,02 | |
| Reciclagem | 3.523,80 | 3.175,70 | 2.777,87 | Papel, papelão, plástico, isopor e sucata metálica |
| Biodigestão | 0,00 | 2,00 | 0,00 | |
| Alimentação animal | 0,00 | 24,80 | 0,00 | |
| Compostagem | 0,00 | 23,30 | 53,15 | Avarias sólidas, jardinagem e orgânicos |
| Total | 3.523,80 | 3.225,80 | 2.831,02 | |

¹ As destinações reciclagem, biodigestão, alimentação animal, compostagem, preparação para reutilização e outras operações de recuperação não constam da tabela porque seus valores são zero nos anos reportados.

Resíduos destinados para disposição final, por composição dos resíduos e por operações de disposição¹ (em toneladas) GRI 306-5

| Resíduos – Grupo Casas Bahia | Disposição fora da organização | | | Detalhamento dos resíduos |
|---|--------------------------------|-----------------|-----------------|---|
| | 2022 | 2023 | 2024 | |
| Resíduos perigosos (classe I) | 68,10 | 37,30 | 26,53 | |
| Incineração (com recuperação de energia) | 0,00 | 0,00 | 0,00 | |
| Incineração (sem recuperação de energia) | 0,00 | 0,20 | 0,00 | |
| Confinamento em aterro | 28,40 | 6,60 | 0,97 | Infectante, lâmpadas, líquidos contaminados e sólidos contaminados |
| Tratamento de efluente | 39,70 | 26,30 | 25,00 | Líquidos contaminados e lodo ETE |
| Coprocessamento | 0,00 | 3,40 | 0,33 | Sólidos contaminados |
| Outras operações de disposição | 0,00 | 0,80 | 0,23 | Autoclave ambulatorial e descontaminação |
| Resíduos não perigosos (classe II) | 3.378,70 | 3.166,80 | 3.011,54 | |
| Incineração (com recuperação de energia) | 0,00 | 8,00 | 0,00 | |
| Incineração (sem recuperação de energia) | 0,00 | 9,90 | 15,77 | Comum, jardinagem e orgânicos |
| Confinamento em aterro | 3.255,60 | 2.759,80 | 2.764,34 | Avarias sólidas, comum, entulho, jardinagem, madeira, orgânico e vidros |
| Tratamento de efluente | 123,10 | 344,30 | 169,66 | Água de lavagem de bateria, avarias líquidas, caixa de gordura, gordura vegetal, limpeza fossa e lodo ETE |
| Coprocessamento | 0,00 | 44,80 | 46,82 | Isopor, outros, papelão e plástico |
| Outras operações de disposição | 0,00 | 0,00 | 14,95 | Recuperação energética |
| Total | 3.446,80 | 3.204,10 | 3.038,07 | |

| Resíduos – Grupo Casas Bahia | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|----------|----------|----------|
| Total de resíduos gerados ¹ | 6.970,60 | 6.429,90 | 5.869,09 |
| Total de resíduos destinados para recuperação e disposição | 6.970,60 | 6.429,90 | 5.869,09 |

¹ Todo resíduo gerado é tratado e/ou enviado para o destino final.

Menos resíduos com a assistência técnica

GRI 301-3, SASB CG-MR-410a.3

O Departamento de Assistência Técnica (DAT) tem por objetivo influenciar toda a cadeia de valor do Grupo Casas Bahia, possibilitando uma melhor experiência de compra aos nossos clientes e garantindo a qualidade em toda a jornada, além de dar a melhor destinação aos produtos de pós-venda com custos sustentáveis.

Em 2024, aperfeiçoamos os esforços do DAT para melhorar o serviço ao consumidor e para reduzir a quantidade de produtos enviados para descarte. Nossos clientes recebem assistência em casa por meio de equipes especializadas para os consertos, com o objetivo de evitar o máximo possível as trocas, tanto de itens eletroeletrônicos quanto de móveis. Mantemos, ainda, o Balcão de Assistência Técnica em 241 lojas, onde os consumidores encontram apoio e informação sobre os produtos.

Produtos tratados no pós-venda e que estejam em condições de uso voltam às lojas para serem comercializados com valores mais baixos e com a indicação clara de sua situação para o consumidor. A economia com produtos que deixaram de ser trocados alcançou, em 2024, R\$ 373,7 milhões, aumentando a eficiência da operação e reduzindo os impactos ambientais com a circulação e o descarte dos produtos.

Depois de as devoluções passarem por análise e assistência técnica, cerca de 54% delas voltaram para venda em saldos nas lojas, contribuindo diretamente para o aumento da vida útil dos produtos e para a nossa atuação na economia circular. Outra parte retornou aos fabricantes ou foi vendida como sucata em leilões.

Apenas 5% dos produtos devolvidos são enviados para descarte no programa de reciclagem, recebendo o tratamento adequado para retornarem à cadeia produtiva como matéria-prima. As iniciativas de melhoria do DAT contribuem para a redução de resíduos e reforçam nosso compromisso com a economia circular.



Mudanças climáticas e emissões

GRI 3-3 (Tema material: Mudanças climáticas e emissões atmosféricas)

Outra frente de nossa atuação ambiental diz respeito às mudanças climáticas e às emissões atmosféricas. A gestão das nossas emissões atmosféricas é realizada visando monitorar e mitigar as emissões de gases de efeito estufa (GEE) das operações, considerando as oportunidades e os riscos de cada negócio diante dos impactos potenciais das mudanças climáticas.

Elaboramos, desde 2019, o inventário de emissões de GEE para quantificar nosso impacto em relação às mudanças climáticas e apoiar estratégias para mitigar essa ação. O inventário é produzido de acordo com o Programa Brasileiro do GHG Protocol, que adota

uma metodologia internacionalmente reconhecida para quantificar as emissões das empresas. Desde 2020, recebemos o Selo Ouro do GHG Protocol por realizarmos um inventário de emissões completo e seguro.

Além disso, reportamos nossas informações ao Carbon Disclosure Project (CDP), organização que apoia as empresas no combate às mudanças climáticas por meio de mapeamento e levantamento dos riscos climáticos. Temos trabalhado continuamente na evolução logística para a redução do consumo de combustíveis fósseis, geradores de emissões de GEE. Ao longo dos últimos anos, atuamos em diversas iniciativas:

- Meios de transporte** – Buscamos usar meios de transporte menos poluentes nas entregas, como veículos elétricos e bicicletas; reduzir o uso de veículos pesados, substituídos na última milha por veículos mais leves e com maior eficiência na ocupação, nas rotas e no consumo de combustível.
- Descentralização de entregas** – Criamos novos modelos para entrega dos produtos ao cliente, como o Retira Rápido, em que os próprios clientes retiram gratuitamente suas compras on-line na loja mais próxima, reduzindo um dos trechos de entrega.
- Rotas** – Revisamos e otimizamos rotas e dividimos as cargas por veículo, para ampliar a eficiência; usamos *softwares* e tecnologia para garantir o melhor trajeto para cada veículo, reduzindo o volume de quilômetros rodados e evitando viagens adicionais ou deslocamentos de vários veículos nas mesmas regiões e horários.

Para termos uma visão dos resultados esperados, realizamos a coleta de dados internamente para acompanhar a qualidade e a eficácia dos processos das operações relacionados a emissões de CO₂. Mapeamos o escopo 1, que representa emissões geradas pelas instalações próprias da Companhia [ar-condicionado, carro próprio, uso de gás liquefeito de petróleo (GLP) em empilhadeiras e refeitórios]; o escopo 2, que abrange emissões provenientes do consumo de energia que alimenta a sede, as filiais e os CDs; e o escopo 3, que engloba emissões geradas



por prestadores de serviços, como transportadoras, resíduos destinados a aterro, viagens aéreas e uso de táxis em viagens terrestres.

Esses dados são usados para acompanhar e controlar as emissões e entender eventuais aumentos e diminuições. Para os próximos anos, estamos estudando metas possíveis e dentro da realidade do varejo para serem aplicadas.

Em 2024, alcançamos uma redução significativa de emissões em comparação a 2023 – 28% no inventário em geral e 38% no escopo 3. Parte dessa redução se deve a uma melhoria no processo do inventário, pois antes tínhamos informações estimadas de veículos e agora, com a informação mais assertiva e a distribuição nos veículos corretos, chegamos ao número correto e obtivemos um ganho.

Outra parte da redução veio da diminuição de quilômetros rodados com menos entregas. Nossa estratégia de focar no core (eletrodomésticos e móveis) e nos retirarmos de algumas categorias trouxe uma redução no número de entregas realizadas em relação ao ano anterior. Essa decisão estratégica gerou reorganização da operação e ganhos de eficiência.





Emissões diretas (escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)^{1,2}

GRI 305-1

| Emissões diretas de GEE, em tCO ₂ e | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|------------------|-----------------|------------------|
| Combustão estacionária | 511,041 | 474,061 | 443,021 |
| Combustão móvel | 615,48 | 775,613 | 722,898 |
| Emissões fugitivas | 4.048,13 | 2.654,69 | 4.247,840 |
| Total – escopo 1 | 5.174,655 | 3.904,36 | 5.413,765 |
| Emissões biogênicas de CO₂ | 411,736 | 287,01 | 277,453 |

¹ Não houve emissões significativas em processos industriais, agrícolas, mudança no uso do solo, resíduos sólidos, efluentes e HCFC-22.

² Abordagem da consolidação: Controle Operacional.

Emissões indiretas (escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia¹ GRI 305-2

| Emissões indiretas de GEE, em tCO ₂ e ² | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|------------------------|-------------------|------------------------|
| Eletricidade | 6.444,406 | 6.223,516 | 9.513,904 |
| Total – escopo 2 | 6.444,406 | 6.223,516 | 9.513,904 |
| Qual a abordagem de consolidação do consumo de energia? | Baseada na localização | Escolha de compra | Baseada na localização |

¹ O aumento das emissões em 2024 se deve à evolução no processo de coleta de dados do inventário e de reporte das informações relativas ao escopo 2.

² Não houve emissões significativas em perdas indiretas de transmissão e distribuição, compra de energia térmica e outros.

Notas:

1. Fonte dos fatores de conversão: Balanço Energético Nacional (BEN).
2. Metodologia de cálculo: GHG Protocol.
3. Foram considerados nos cálculos de todos os escopos os gases CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆ e NF₃. Adicionalmente, ao escopo 3, também foram considerados os gases HFC, HFC32, HFC125, HFC134a, HFC143a e HFC152a.

Outras emissões indiretas (escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)¹

GRI 305-3

| Outras emissões indiretas de GEE, em tCO ₂ e | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| Transp. & distrib. <i>upstream</i> | 34.455,54 | 23.859,01 | 22.669,88 |
| Transp. & distrib. <i>downstream</i> | 32.135,14 | 41.402,23 | 19.689,74 |
| Resíduos sólidos gerados | 1.420,66 | 3.976,90 | 3.464,38 |
| Viagens a negócios | 1.250,52 | 393,82 | 347,83 |
| Total – escopo 3 | 69.261,867 | 69.631,955 | 46.171,833 |
| Emissões biogênicas de CO₂ | 7.115,60 | 8.100,44 | 6.318,22 |

¹ Não houve emissões significativas em efluentes gerados, deslocamento casa-trabalho e outros.

Intensidade de emissões de GEE (tCO₂e/MM em receita líquida)¹ GRI 305-4

| Intensidade de emissões 2022 | Base para o cálculo 2022 | | | |
|--------------------------------|--------------------------|---------------------|---------------------|-------------|
| | Emissões (escopo 1) | Emissões (escopo 2) | Emissões (escopo 3) | Denominador |
| Escopo 1 + escopo 2 + escopo 3 | 5.174,655 | 6.444,406 | 69.261,867 | 30.898 |
| 2,62 | | | | |

| Intensidade de emissões 2023 | Base para o cálculo 2023 | | | |
|--------------------------------|--------------------------|---------------------|---------------------|-------------|
| | Emissões (escopo 1) | Emissões (escopo 2) | Emissões (escopo 3) | Denominador |
| Escopo 1 + escopo 2 + escopo 3 | 3.904,36 | 6.223,516 | 69.631,955 | 28.847 |
| 2,87 | | | | |

| Intensidade de emissões 2024 ² | Base para o cálculo 2024 | | | |
|---|--------------------------|---------------------|--------------------------------|-------------|
| | Emissões (escopo 1) | Emissões (escopo 2) | Emissões (escopo 1 + escopo 2) | Denominador |
| Escopo 1 + escopo 2 | 5.413,77 | 9.396,199 | 14.927,674 | 27.206 |
| 0,55 | | | | |

¹ Em 2024, foram consideradas apenas as emissões de escopos 1 e 2. Os relatórios de anos anteriores incluíam também as emissões do escopo 3.

² O aumento da intensidade em 2024, considerados apenas os escopos 1 e 2, se deve à diminuição da receita líquida, somada ao aumento das emissões dos mesmos.





Energia

GRI 3-3 (Tema material: Ecoeficiência operacional e circularidade). SASB CG-MR-130a.1, CG-EC-130a.1

Estamos focados em utilizar energia oriunda de fontes renováveis, o que contribui diretamente para uma economia de baixo carbono. Tivemos um grande salto em relação a 2021, quando apenas 29% da energia que utilizávamos era limpa. Em 2024, atingimos 91% de consumo de energia renovável para as operações sob gestão Grupo Casas Bahia, o que exclui as lojas de shopping. Com isso, superamos nossa meta pública de 90%, que havia sido estabelecida para o final de 2025.

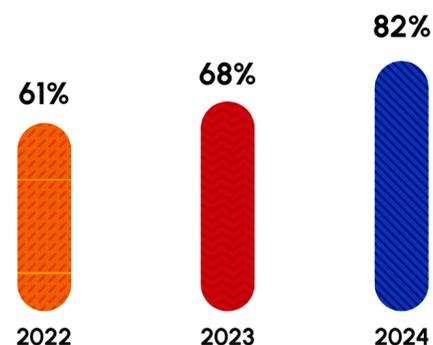
Para atingir esse patamar, nas lojas com consumo de baixa tensão, adquirimos energia solar proveniente de geração distribuída, como de usinas solares. Já nas lojas e unidades de média e alta tensão, adquirimos energia incentivada renovável de fontes de baixo impacto, como usinas eólicas, de biomassa, solares e pequenas centrais hidrelétricas (PCHs), por meio do Mercado Livre de Energia.

Fábrica Bartira

Em 2024, o aumento de 25% no consumo total de energia foi acompanhado por um crescimento de 29% na produção de caixas, mostrando que o consumo energético por unidade produzida foi reduzido. Apesar do aumento no consumo total de energia, houve um avanço na eficiência energética, com uma redução de 2,85% no consumo de energia por caixa produzida (kWh/cx). Essa melhoria reflete o uso mais eficiente da energia no processo produtivo.

Uso de energia renovável¹

SASB CG-MR-130a.1, CG-EC-130a.1



¹ O cálculo do consumo abrange todo o volume utilizado, independentemente da origem da aquisição. Isso significa que consideramos tanto a energia comprada diretamente pela empresa quanto a estimativa do volume adquirido por terceiros para nossas operações (lojas de shopping).



Consumo de energia dentro da organização GRI 302-1

| Consumo de combustíveis dentro da organização por tipo de combustível usado (GJ) | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|------------------|------------------|------------------|
| Etanol hidratado | 5.263,86 | 2.637,80 | 2.569,21 |
| Etanol anidro (% na gasolina) | 665,59 | 1.435,69 | 1.202,04 |
| Biodiesel (% no diesel) | 106,71 | 121,73 | 220,98 |
| Total – fontes renováveis | 6.036,16 | 4.195,22 | 3.992,40 |
| Gás natural | 11,46 | 17,96 | 9,21 |
| Gasolina | 2.673,83 | 6.785,22 | 4.690,21 |
| Diesel | 1.568,86 | 1.002,88 | 1.813,12 |
| GLP | 12.816,41 | 12.053,57 | 10.853,58 |
| Total – fontes não renováveis | 17.070,56 | 19.841,67 | 17.366,13 |

| Consumo de energia elétrica (GJ) ¹ | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| Total de energia elétrica consumida | 543.202,14 | 588.663,60 | 636.238,44 |

¹ Fonte dos fatores de conversão: Balanço Energético Nacional (BEN). Percentual de etanol na gasolina: 27%; percentual de biodiesel no diesel: 10%. Fonte do percentual: ferramenta GHG 2024.

Consumo de energia dentro da organização¹ GRI 302-1

| Consumo total de energia dentro da organização em GJ | 2024 |
|--|----------------|
| Fontes não renováveis | 133.124 |
| Fontes renováveis | 524.473 |
| Total de energia consumida | 657.597 |

¹ O Grupo Casas Bahia não vende energia elétrica. Fonte dos fatores de conversão: Balanço Energético Nacional (BEN). Percentual de etanol na gasolina: 27%; percentual de biodiesel no diesel: 10%. Fonte do percentual: ferramenta GHG 2024.

Consumo de energia fora da organização GRI 302-2

| Consumo de energia fora da organização (GJ) | 2024 |
|---|-------------------|
| Etanol anidro | 3.663,31 |
| Biodiesel | 81.033,39 |
| Total renovável | 84.696,70 |
| Diesel | 667.621,63 |
| Gasolina | 14.280,90 |
| Total não renovável | 681.902,53 |

Intensidade energética para a organização^{1, 2, 3} GRI 302-3

| Grupo Casas Bahia | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Total de energia consumida (GJ) | 491.483,98 | 532.958,69 | 636.238,44 |
| Denominador: área (m ² de lojas) | 2.927.000,00 | 2.700.000,00 | 2.600.000,00 |
| Intensidade energética (A/B) | 0,168 | 0,197 | 0,245 |

| Bartira | 2024 |
|---------------------------------|--------------|
| Total de energia consumida (GJ) | 68.710,74 |
| Denominador: produto (caixas) | 2.873.180,00 |
| Intensidade energética (A/B) | 0,024 |

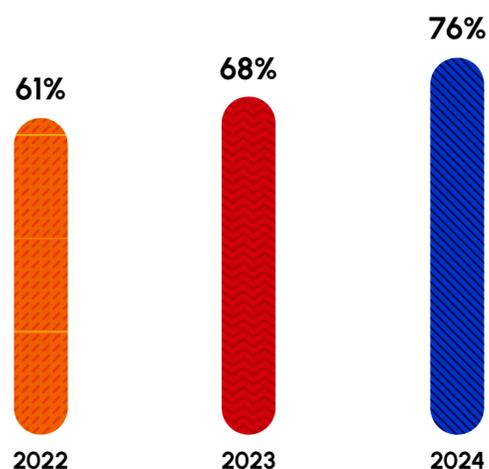
¹ Fonte dos fatores de conversão: Balanço Energético Nacional (BEN).

² Foram consideradas as seguintes fontes: etanol hidratado, etanol anidro (% na gasolina), biodiesel (% no diesel), gasolina, diesel, GLP e gás natural.

³ Consumo dentro da organização.

Percentual de energia elétrica proveniente do mercado livre¹

SASB CG-MR-130a.1, CG-EC-130a.1



¹ O restante da energia consumida (24% em 2024) provém da rede, incluindo o valor estimado para as lojas de shopping.

| Consumo de combustíveis fora da organização (GJ) ¹ | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| Etanol anidro (% na gasolina) | 3.938,60 | 8.746,94 | 3.251,80 |
| Biodiesel (% no diesel) | 91.450,90 | 102.244,78 | 81.033,39 |
| Total – fontes renováveis | 95.389,50 | 110.991,72 | 84.285,19 |
| Gasolina | 15.354,10 | 34.098,74 | 12.676,71 |
| Diesel | 881.153,10 | 842.379,02 | 667.621,63 |
| Total – fontes não renováveis | 896.507,20 | 876.477,76 | 680.298,34 |

¹ Informações referentes à logística (CDs, Bartira, lojas e última milha). Percentual de etanol na gasolina: 27%; percentual de biodiesel no diesel: 10%. Fonte do percentual: ferramenta GHG 2023.





Nosso futuro



SUA CASA MERECE
SMART TV 50" 4K LED
22X 249,91
2.000,00 2.999,00
QUER SABER MAIS?
Smart TV 50" 4K LED

Conheça o programa de fidelidade LG FAMILY CLUB
Life's Good

DICA
QUAL A DISTÂNCIA IDEAL ENTRE TV E O SOFÁ DA SUA CASA?
TV ULTRA HD 4K

Hisense

A4 SMART

AMBILIGHT tv
Mergulhe em um novo estilo de vida

AMBILIGHT tv
Mergulhe em um novo estilo de vida

AMBILIGHT tv
Mergulhe em um novo estilo de vida



Nosso futuro

O ano de 2025 é importante para o Plano de Transformação do Grupo Casas Bahia. Depois de quase dois anos realizando ajustes na operação para melhorar a rentabilidade e o fluxo de caixa, agora estamos prontos para fazer nosso negócio crescer de forma saudável e sustentável. Nossa meta é retomar a liderança no varejo até 2028, com expansão de lojas e serviços.

Sabemos de nossa força e contribuição social para oferecer crédito a brasileiros de todas as faixas sociais, em especial à população de baixa renda. Melhoramos nossos mecanismos de aprovação de crédito e vamos seguir expandindo nosso crediário via cartão e carnê. A concretização do Fundo de Investimento em Direitos Creditórios (FIDC), a boa aceitação do reperfilamento de nossa dívida e a percepção do mercado de que concretizamos os ajustes necessários nos fazem acreditar na aceleração desse processo. Nosso foco agora é oferecer cada vez mais serviços para quem escolhe a Casas Bahia, com garantias e seguros exclusivos.

A reformulação mostrou, ainda, nosso potencial em logística, com capacidade de atender milhões de consumidores todos os dias, utilizando a maior

capilaridade do Brasil. Nossa marca mais nova, CB Full, vai consolidar o trabalho de otimizar entregas e espaços, servindo também a parceiros no chamado mar aberto.

Nossas lojas físicas, grande referencial para a população, vão continuar ganhando cara nova, com mais experiências para o cliente, sempre pensando em como se integrar ainda mais com a jornada de consumo virtual. Em 2024, tivemos boas experiências com a megaloja no Shopping

Aricanduva, em São Paulo, e com o projeto itinerante do caminhão que levou produtos à cidade de Itapajé, no Ceará. Para 2025, vamos avaliar o investimento nesse tipo de ação.

Estamos focados na dedicação total ao cliente, em nos aproximar ainda mais dele e tornar sua experiência conosco a melhor possível, seja no ambiente físico ou no virtual. Para isso, continuaremos os investimentos em tecnologia e o uso da inteligência artificial para otimizar o negócio.

O crescimento segue com responsabilidade social, fortalecendo nossos pilares culturais, que incluem ambientes mais diversos e sustentáveis. É tempo de revermos nossas metas para avançar naquelas que já conquistamos e rediscutir as que ainda precisamos vencer.

No último ano de nosso Plano de Transformação CB25, seguimos fortes em nosso objetivo de dedicação total ao cliente, entregando resultados e sendo protagonistas o tempo todo!





Sumários de conteúdo GRI e SASB



Sumário de conteúdo GRI

Declaração de uso Grupo Casas Bahia relatou em conformidade com as Normas GRI para o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2024.

GRI 1 usado GRI 1: Fundamentos 2021

Normas setoriais da GRI aplicáveis Não houve utilização de normas setoriais

| NORMA GRI | CONTEÚDO | LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA | OMISSÃO | | |
|--|----------|--|--|--------|---|
| | | | REQUISITOS OMITIDOS | MOTIVO | JUSTIFICATIVA |
| GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021 | | | | | |
| A ORGANIZAÇÃO E SUAS PRÁTICAS DE RELATO | | | | | |
| GRI 2: Conteúdos gerais 2021 | 2-1 | Detalhes da organização | 10 | | |
| | 2-2 | Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização | 5 | | |
| | 2-3 | Período de relato, frequência e ponto de contato | 5 | | |
| | 2-4 | Reformulações de informações | N/A | | |
| | 2-5 | Verificação externa | 5 | | |
| ATIVIDADES E EMPREGADOS | | | | | |
| GRI 2: Conteúdos gerais 2021 | 2-6 | Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios | 10, 58. Não houve mudanças significativas em comparação ao período de relato anterior. | | |
| | 2-7 | Empregados | 40, 41 | | |
| | 2-8 | Trabalhadores que não são empregados | N/A | | Informação não disponível. Por questões operacionais, o processo de gestão de risco de terceiros (GRT) foi reestruturado e será retomado futuramente. |
| GOVERNANÇA | | | | | |
| GRI 2: Conteúdos gerais 2021 | 2-9 | Estrutura de governança e sua composição | 23, 25 | | |
| | 2-10 | Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança | 23, 24 | | |
| | 2-11 | Presidente do mais alto órgão de governança | 24 | | |



| NORMA GRI | CONTEÚDO | LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA | OMISSÃO | | | |
|---|----------|--|---|--------|---------------|--------------------------|
| | | | REQUISITOS OMITIDOS | MOTIVO | JUSTIFICATIVA | |
| GOVERNANÇA (CONT.) | | | | | | |
| GRI 2: Conteúdos gerais 2021 | 2-12 | Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos | <u>23</u> | | | |
| | 2-13 | Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos | <u>23</u> | | | |
| | 2-14 | Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade | <u>5</u> | | | |
| | 2-15 | Conflitos de interesses | <u>25</u> | | | |
| | 2-16 | Comunicação de preocupações cruciais | <u>25</u> | | | |
| | 2-17 | Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança | <u>24</u> | | | |
| | 2-18 | Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança | <u>24</u> | | | |
| | 2-19 | Políticas de remuneração | <u>23, 26, 28</u> | | | |
| | 2-20 | Processo para determinação da remuneração | <u>26</u> | | | |
| | 2-21 | Proporção da remuneração total anual | N/A | | | Informação confidencial. |
| ESTRATÉGIA, POLÍTICAS E PRÁTICAS | | | | | | |
| GRI 2: Conteúdos gerais 2021 | 2-22 | Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável | <u>3</u> | | | |
| | 2-23 | Compromissos de política | <u>23, 29, 30, 31, 34</u> | | | |
| | 2-24 | Incorporação de compromissos de política | <u>30, 31, 34</u> | | | |
| | 2-25 | Processos para reparar impactos negativos | <u>32</u> | | | |
| | 2-26 | Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações | <u>32</u> | | | |
| | 2-27 | Conformidade com leis e regulamentos | Não houve casos de não conformidade no ano de relato. | | | |
| | 2-28 | Participação em associações | <u>29</u> | | | |



| NORMA GRI | CONTEÚDO | | LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA | OMISSÃO | | |
|---|----------|--|----------------------|-------------------------|--------|--|
| | | | | REQUISITOS OMITIDOS | MOTIVO | JUSTIFICATIVA |
| ENGAJAMENTO COM STAKEHOLDERS | | | | | | |
| GRI 2: Conteúdos gerais 2021 | 2-29 | Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i> | <u>6, 37</u> | | | |
| | 2-30 | Acordos de negociação coletiva | <u>40</u> | | | |
| GRI 3: TEMAS MATERIAIS 2021 | | | | | | |
| GRI 3: Tópicos materiais 2021 | 3-1 | Processo de definição de temas materiais | <u>6</u> | | | |
| | 3-2 | Lista de temas materiais | <u>6</u> | | | |
| ECOFICIÊNCIA OPERACIONAL E CIRCULARIDADE | | | | | | |
| GRI 3: Tópicos materiais 2021 | 3-3 | Gestão dos temas materiais - Ecoeficiência operacional e circularidade | <u>7, 63, 68</u> | | | |
| GRI 301: Materiais | 301-3 | Produtos e suas embalagens reaproveitados | <u>63, 64, 65</u> | a, b | | Informação confidencial. |
| GRI 306: Resíduos 2020 | 306-1 | Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos | <u>64</u> | | | |
| | 306-2 | Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos | <u>63, 64</u> | | | |
| | 306-3 | Resíduos gerados | <u>64, 65</u> | | | |
| | 306-4 | Resíduos não destinados para disposição final | <u>64, 65</u> | | | |
| | 306-5 | Resíduos destinados para disposição final | <u>64, 65</u> | | | |
| GRI 302: Energia 2016 | 302-1 | Consumo de energia dentro da organização | <u>68, 69</u> | Anos anteriores | | Houve uma alteração no modelo de gestão da área, passando a considerar a energia elétrica renovável e não renovável nas categorias, impossibilitando a comparabilidade com os anos anteriores. |
| | 302-2 | Consumo de energia fora da organização | <u>69</u> | | | |
| | 302-3 | Intensidade energética | <u>69</u> | Anos anteriores Bartira | | Houve uma alteração no modelo de gestão da área, passando a considerar caixa no lugar de SKU, impossibilitando a comparabilidade com os anos anteriores. |



| NORMA GRI | CONTEÚDO | LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA | OMISSÃO | | |
|---|----------|--|--|--------|---------------|
| | | | REQUISITOS OMITIDOS | MOTIVO | JUSTIFICATIVA |
| ECONOMIA OPERACIONAL E CIRCULARIDADE (CONT.) | | | | | |
| GRI 302: Energia 2016 | 302-4 | Redução do consumo de energia | Não houve redução no consumo de energia, considerando o cálculo baseado na soma dos consumos totais. | | |
| MUDANÇAS CLIMÁTICAS E EMISSÕES ATMOSFÉRICAS | | | | | |
| GRI 3: Tópicos materiais 2021 | 3-3 | Gestão dos temas materiais - Mudanças climáticas e emissões atmosféricas | 7, 66 | | |
| GRI 305: Emissões 2016 | 305-1 | Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE) | 67 | | |
| | 305-2 | Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia | 67 | | |
| | 305-3 | Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE) | 67 | | |
| | 305-4 | Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE) | 67 | | |
| | 305-5 | Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE) | Não houve redução nas emissões de gases de efeito estufa (GEE). | | |
| ACESSIBILIDADE FINANCEIRA | | | | | |
| GRI 3: Tópicos materiais 2021 | 3-3 | Gestão dos temas materiais - Acessibilidade financeira | 7, 55 | | |
| GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016 | 203-2 | Impactos econômicos indiretos significativos | 59 | | |
| CADEIA DE VALOR RESPONSÁVEL | | | | | |
| GRI 3: Tópicos materiais 2021 | 3-3 | Gestão dos temas materiais - Cadeia de valor responsável | 7, 34, 58 | | |
| GRI 204: Práticas de compra | 204-1 | Proporção de gastos com fornecedores locais | 58 | | |
| GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores 2016 | 308-1 | Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais | 34 | | |
| GRI 408: Trabalho infantil 2016 | 408-1 | Operações e fornecedores com risco significativo para a ocorrência de trabalho infantil | 34 | | |



| NORMA GRI | CONTEÚDO | LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA | OMISSÃO | | | |
|---|----------|--|---|--------|---------------|---|
| | | | REQUISITOS OMITIDOS | MOTIVO | JUSTIFICATIVA | |
| CADEIA DE VALOR RESPONSÁVEL (CONT.) | | | | | | |
| GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016 | 409-1 | Operações e fornecedores com risco significativo para a ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo | 34. Não foi identificado, durante o processo de avaliação, nenhum risco à ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo no ano de relato. | | | |
| GRI 410: Práticas de segurança | 410-1 | Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos | Em 2024, 99% do pessoal de segurança foi capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos. O Grupo Casas Bahia exige que o curso de formação e reciclagem aborde o tema de Direitos Humanos, garantindo que os profissionais de segurança privada atuem dentro dos princípios da legalidade e do respeito à dignidade humana. | | | |
| GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016 | 414-1 | Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais | 34 | | | |
| SEGURANÇA E PRIVACIDADE DE DADOS | | | | | | |
| GRI 3: Tópicos materiais 2021 | 3-3 | Gestão dos temas materiais - Segurança e privacidade de dados | 8, 35 | | | |
| GRI 418: Privacidade do cliente | 418-1 | Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes | 36 | | | |
| GOVERNANÇA, ÉTICA E TRANSPARÊNCIA | | | | | | |
| GRI 3: Tópicos materiais 2021 | 3-3 | Gestão dos temas materiais - Governança, ética e transparência | 8, 21, 30, 34 | | | |
| GRI 205: Combate à corrupção 2016 | 205-1 | Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção | 30 | | | |
| GRI 205: Combate à corrupção 2016 | 205-2 | Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção | 31, 34 | c, d | | c. Informação confidencial. d. O treinamento anticorrupção está sendo desenvolvido para 2025, uma agenda para treinamento <i>in loco</i> com C-Level e diretoria, eventualmente abrangendo também os membros do órgão de governança. |
| | 205-3 | Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas | 31 | | | |



| NORMA GRI | CONTEÚDO | LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA | OMISSÃO | | |
|--|----------|--|---------------------|--------|---------------|
| | | | REQUISITOS OMITIDOS | MOTIVO | JUSTIFICATIVA |
| INOVAÇÃO E TECNOLOGIA COM FOCO NO CLIENTE | | | | | |
| GRI 3: Tópicos materiais 2021 | 3-3 | Gestão dos temas materiais - Inovação e tecnologia com foco no cliente | 8, 54 | | |
| GRI 201: Desempenho econômico | 201-1 | Valor econômico direto gerado e distribuído | 11, 17 | | |
| DIVERSIDADE, INCLUSÃO E BEM-ESTAR NO AMBIENTE DE TRABALHO | | | | | |
| GRI 3: Tópicos materiais 2021 | 3-3 | Gestão dos temas materiais - Diversidade, inclusão e bem-estar no ambiente de trabalho | 8, 46, 49 | | |
| GRI 401: Emprego | 401-1 | Novas contratações e rotatividade de empregados | 41, 42 | | |
| | 401-2 | Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial | 43 | | |
| | 401-3 | Licença-maternidade/paternidade | 43 | | |
| GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018 | 403-1 | Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho | 49 | | |
| | 403-2 | Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes | 50 | | |
| | 403-3 | Serviços de saúde do trabalho | 51 | | |
| | 403-4 | Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho | 51 | | |
| | 403-5 | Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho | 49 | | |
| | 403-6 | Promoção da saúde do trabalhador | 43 | | |
| | 403-7 | Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios | 49 | | |
| | 403-8 | Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho | 49 | | |



| NORMA GRI | CONTEÚDO | | LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA | OMISSÃO | | |
|--|----------|--|----------------------|---------------------|--------|--|
| | | | | REQUISITOS OMITIDOS | MOTIVO | JUSTIFICATIVA |
| DIVERSIDADE, INCLUSÃO E BEM-ESTAR NO AMBIENTE DE TRABALHO (CONT.) | | | | | | |
| GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018 | 403-9 | Acidentes de trabalho | <u>50</u> | | | |
| | 403-10 | Doenças profissionais | <u>50</u> | | | |
| GRI 404: Capacitação e educação | 404-1 | Média de horas de capacitação por ano, por empregado | <u>45</u> | | | |
| | 404-3 | Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira | <u>44</u> | | | |
| GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016 | 405-1 | Diversidade em órgãos de governança e empregados | <u>25, 48</u> | | | |
| | 405-2 | Razão matemática do salário e remuneração entre mulheres e homens | <u>40</u> | | | |
| GRI 406: Não discriminação 2016 | 406-1 | Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas | <u>32</u> | Anos anteriores | | Em função de uma reestruturação da área e da alteração de seu modelo de gestão, os dados detalhados atuais não são diretamente comparáveis com os anos anteriores. |



Sumário de conteúdo SASB

| | INDICADOR | DESCRIÇÃO DO INDICADOR | PÁGINA | RESPOSTA |
|--|--------------|--|--------|----------------------------|
| SASB CG-MR: VAREJISTAS E DISTRIBUIDORES MULTINHA E ESPECIALIZADOS | | | | |
| TÓPICO DE DIVULGAÇÃO: GESTÃO DE ENERGIA EM VAREJO E DISTRIBUIÇÃO | | | | |
| SASB CG MR | CG-MR-130a.1 | (1) Energia total consumida, (2) porcentagem de eletricidade da rede e (3) porcentagem renovável | 68, 69 | |
| | CG-MR-230a.1 | Descrição da abordagem para identificar e abordar os riscos de segurança de dados | 36 | |
| TÓPICO DE DIVULGAÇÃO: SEGURANÇA DE DADOS | | | | |
| SASB CG MR | CG-MR-230a.2 | (1) Número de violações de dados, (2) porcentagem que são violações de dados pessoais, (3) número de clientes afetados | 36 | Não registramos violações. |
| TÓPICO DE DIVULGAÇÃO: PRÁTICAS TRABALHISTAS | | | | |
| SASB CG MR | CG-MR-310a.1 | (1) Salário médio por hora e (2) porcentagem de funcionários de loja e centro de distribuição ganhando salário mínimo, por região | | Informação confidencial. |
| | CG-MR-310a.2 | (1) Rotatividade voluntária e (2) involuntária para funcionários de loja e centro de distribuição | 41, 42 | |
| | CG-MR-310a.3 | Valor total das perdas monetárias como resultado de processos legais associados a violações da lei trabalhista | | Não houve perdas. |
| TÓPICO DE DIVULGAÇÃO: DIVERSIDADE E INCLUSÃO DA FORÇA DE TRABALHO | | | | |
| SASB CG MR | CG-MR-330a.1 | Porcentagem de representação de (1) gênero e (2) grupo de diversidade para (a) gerência executiva, (b) gerência não executiva e (c) todos os outros funcionários | 25, 48 | |
| | CG-MR-330a.2 | Valor total das perdas monetárias como resultado de processos legais associados à discriminação no emprego | | Não houve perdas. |
| TÓPICO DE DIVULGAÇÃO: FORNECIMENTO, EMBALAGEM E MARKETING DE PRODUTOS | | | | |
| SASB CG MR | CG-MR-410a.1 | Receita de produtos de terceiros certificados com padrões ambientais ou sociais de sustentabilidade | | Informação confidencial. |
| | CG-MR-410a.2 | Discussão de processos para avaliar e gerenciar riscos ou perigos associados a produtos químicos em produtos | 63, 64 | |
| | CG-MR-410a.3 | Discussão de estratégias para reduzir o impacto ambiental da embalagem | 63, 65 | |
| TÓPICO DE DIVULGAÇÃO: MÉTRICAS DE ATIVIDADE | | | | |
| SASB CG MR | CG-MR-000.A | Número de (1) locais de varejo e (2) centros de distribuição | 11 | |
| | CG-MR-000.B | Área total de (1) espaço de varejo e (2) centros de distribuição | 11 | |



| | INDICADOR | DESCRIÇÃO DO INDICADOR | PÁGINA | RESPOSTA |
|--|--------------|---|--------|----------------------------|
| SASB CG-EC: PEGADA DE CARBONO E CONSUMO DE ENERGIA | | | | |
| TÓPICO DE DIVULGAÇÃO: HARDWARE INFRA-ESTRUTURAS GESTÃO ENERGIA E ÁGUA | | | | |
| SASB CG EC | CG-EC-130a.1 | (1) Energia total consumida, (2) porcentagem de eletricidade da rede e (3) porcentagem de energia renovável | 68, 69 | |
| TÓPICO DE DIVULGAÇÃO: PRIVACIDADE DE DADOS E PUBLICIDADE | | | | |
| SASB CG EC | CG-EC-220a.1 | Número de usuários cujas informações são usadas para fins secundários | | Informação confidencial. |
| | CG-EC-220a.2 | Políticas e práticas relacionadas a publicidade comportamental e privacidade do usuário | 35 | |
| | CG-EC-230a.1 | Descrição da abordagem para identificação e tratamento de riscos de segurança de dados | 36 | |
| | CG-EC-230a.2 | (1) Número de violações de dados, (2) percentual que são violações de dados pessoais, (3) número de usuários afetados | 36 | Não registramos violações. |
| TÓPICO DE DIVULGAÇÃO: RECRUTAMENTO, INCLUSÃO E PERFORMANCE | | | | |
| SASB CG EC | CG-EC-330a.1 | Porcentagem de colaboradores engajados | 39 | |



KPMG Auditores Independentes Ltda.
Rua Verbo Divino, 1400, Conjunto Térreo ao 801 - Parte,
Chácara Santo Antônio, CEP 04719-911, São Paulo - SP
Caixa Postal 79518 - CEP 04707-970 - São Paulo - SP - Brasil
Telefone +55 (11) 3940-1500
kpmg.com.br

Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes sobre as informações não financeiras constantes no Relato Integrado 2024

Ao Conselho de Administração e Acionistas da
Casas Bahia S.A.
São Paulo - SP

Conclusão

Realizamos um trabalho de asseguração limitada sobre as informações não financeiras constantes no "Relato Integrado 2024" ("Relatório") da Casas Bahia S.A. ("Companhia") relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024, preparadas em conformidade com as normas da *Global Reporting Initiative (GRI) - GRI Standards*, do *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, e com a Orientação CPC 09 – Relato Integrado (que tem correlação à Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo *International Integrated Reporting Council – IIRC*) ("Critérios").

Com base nos procedimentos executados e nas evidências obtidas, não temos conhecimento de nenhum fato que nos leve acreditar que as informações não financeiras constantes no "Relato Integrado 2024" da Casas Bahia S.A. relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024 não foram preparadas, em todos os aspectos relevantes, em conformidade com as normas da *Global Reporting Initiative (GRI) - GRI Standards*, do *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, e com a Orientação CPC 09 – Relato Integrado (que tem correlação à Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo *International Integrated Reporting Council – IIRC*).

Nossa conclusão sobre as informações não financeiras constantes no "Relato Integrado 2024" ("Relatório") da Casas Bahia S.A. ("Companhia"), relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024, não se estende a nenhuma outra informação que acompanhe ou contenha as informações da Fundação Casas Bahia, e as informações do período de 2022 do *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, e períodos de 2022 e 2023 da Orientação CPC 09 – Relato Integrado (que tem correlação à Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo *International Integrated Reporting Council – IIRC*).



Base para a conclusão

Conduzimos nosso trabalho de acordo com a NBC TO 3000 (revisada) – Trabalho de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão e *International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (revised) – Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information*, emitidas pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) e *International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)*, respectivamente. Nossas responsabilidades em relação a essas normas estão descritas mais detalhadamente na seção "Nossas responsabilidades" do relatório.

Cumprimos com os requisitos de independência e outros requisitos éticos do Código de Ética Profissional do Contador e das Normas Profissionais (incluindo as Normas de Independência) emitidos pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) baseados nos princípios fundamentais de integridade, objetividade, competência profissional e devido zelo, confidencialidade e comportamento profissional.

Nossa firma aplica a NBC PA 01 Gestão de Qualidade para Firms (Pessoas Jurídicas e Físicas) de Auditores Independentes e o *International Standard on Quality Management (ISQM) 1, Quality Management for Firms that Perform Audits or Reviews of Financial Statements, or Other Assurance or Related Services Engagements, emitidas pelo CFC e IAASB*, respectivamente. Essa norma requer que a firma elabore, implemente e opere um sistema de gestão de qualidade, incluindo políticas ou procedimentos relativos ao cumprimento de requisitos éticos, normas profissionais e requisitos legais e regulatórios aplicáveis.

Acreditamos que as evidências obtidas são suficientes e apropriadas para fundamentar a nossa conclusão.

Ênfase – informações de períodos anteriores

As informações não financeiras constantes no Relatório referente ao período de 2022 foram preparadas em conformidade com as normas da *Global Reporting Initiative (GRI) - GRI Standards* que foram por nós asseguradas e emitimos uma conclusão sem modificação em 12 de maio de 2023, e as informações não financeiras constantes no Relatório referente ao período de 2023 foram preparadas em conformidade com as normas da *Global Reporting Initiative (GRI) - GRI Standards* e do *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)* que foram por nós asseguradas e emitimos uma conclusão sem modificação em 04 de junho de 2024.

Nossa conclusão não está modificada em relação aos assuntos acima.

**Responsabilidades da administração da Companhia pelo Relatório**

A administração da Companhia é responsável pelo(a):

- desenho, implementação e manutenção dos controles internos relevantes para a preparação das informações constantes no Relatório que estão livres de distorção relevante, independente se devido a fraude ou erro;
- seleção dos critérios como sendo adequados para a preparação das informações não financeiras constantes no Relatório e a referência apropriada aos critérios utilizados ou descrição desses critérios; e
- a preparação e apresentação adequada das informações constantes no Relatório de acordo com os Critérios.

Nossas Responsabilidades

Somos responsáveis por:

- planejar e executar o trabalho para obter uma asseguaração limitada sobre se as informações não financeiras constantes no Relatório da Companhia relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024 preparadas de acordo com os Critérios estão livres de distorção relevante, independentemente se devido a fraude ou erro;
- formar uma conclusão independente, com base nos procedimentos executados e nas evidências obtidas; e
- reportar nossa conclusão ao Conselho de Administração e Acionistas da Companhia.

Resumo do trabalho que executamos como base para nossa conclusão

Exercemos julgamento profissional e mantivemos o ceticismo profissional ao longo do trabalho. Desenhamos e executamos nossos procedimentos para obter evidência sobre as informações não financeiras constantes no Relatório da Companhia que é suficiente e apropriada para fornecer uma base para nossa conclusão. Nossos procedimentos selecionados dependem do nosso entendimento das informações não financeiras constantes no Relatório da Companhia e de outras circunstâncias do trabalho, além de nossa consideração das áreas em que é provável que surjam distorções materiais. Ao realizar o trabalho, nós:

- planejamos os trabalhos, considerando a materialidade dos aspectos para as atividades da Companhia, da relevância das informações divulgadas, do volume de informações quantitativas e qualitativas e dos sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes no Relatório;
- obtivemos o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de indagações e entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
- realizamos a aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados nas informações constantes no Relatório;
- para os casos em que os dados não financeiros se correlacionem com indicadores de natureza financeira, efetuamos o confronto desses indicadores com as demonstrações financeiras e/ou registros contábeis; e



- avaliamos os processos para a elaboração do Relatório e da sua estrutura e conteúdo, com base nos Critérios.

Os procedimentos realizados em um trabalho de asseguaração limitada variam em termos de natureza e época, e sua extensão é restrita (menos extensa) do que em trabalho de asseguaração razoável. Assim, o nível de segurança obtido em um trabalho de asseguaração limitada é substancialmente menor do que a segurança que teria sido obtida caso um trabalho de asseguaração razoável tivesse sido realizado.

São Paulo, 29 de agosto de 2025

KPMG Auditores Independentes Ltda.
CRC 2SP-014428/O-6


Flavio Gozzoli Gonçalves
Contador CRC 1SP290557/O-2



Coordenação:

Diretoria de Gente, Gestão, Sustentabilidade e Comunicação Corporativa

Curadoria de conteúdo, redação, projeto gráfico e diagramação:

Quintal 22 Comunicação Corporativa

Indicadores:

Ferso ESG

Fotografias:

Acervo Grupo Casas Bahia

Asseguração limitada:

KPMG Auditores Independentes Ltda.

