**Resultados 3T24**

**Renato Franklin – CEO**

**Intro**

Olá! Sejam muito bem-vindos à apresentação de resultados do 3º trimestre de 2024 do Grupo Casas Bahia.

**Destaques**

No 3º trimestre de 2024, tivemos o quarto trimestre consecutivo de melhoria das margens operacionais, evidenciando a potencial alavancagem operacional que temos a frente.

Nesse tri, temos o início da captura das iniciativas do Plano em termos de GMV. Assim, temos a retomada da loja física, com aumento de 6,5% nas mesmas lojas. O 1P online reduziu a queda para 22,6%, enquanto o 3P avançou 18,3% pela mudança de mix, priorizando categorias core. E o mais importante: todos os canais registraram melhoria de rentabilidade, além de apresentarem tendência positiva de crescimento.

**Logística**

Continuamos avançando na monetização de serviços, que usufruem dos ativos do nosso ecossistema e adicionam novas fontes de receita para a Cia.

Lançamos o serviço logístico de full cross, que permite aos fornecedores armazenar seus produtos em nossos CDs, antes da realização dos pedidos de compra, seja em nossas bandeiras ou de terceiros. Essa modalidade permite grandes melhorias na gestão de estoque, como redução dos dias de estocagem, menor tempo de entrega, abastecimento just in time, diminuição de ruptura, regionalização, além da possibilidade de compartilhar a operação com marketplace e mar aberto.

A indústria passa a ter à sua disposição um operador logístico com escala nacional e expertise em itens leves e pesados, que atua de forma agnóstica, atendendo também outras plataformas de varejo. Isso possibilita uma produção linear e previsível, com entregas agendadas regularmente, reduzindo fricções operacionais e sistêmicas. Acreditamos que será transformador para a cadeia, otimizando estoques e, consequentemente capital investido, e também reduzindo rupturas.

Além disso, unificamos as operações logísticas sob uma única marca, a CB full e passamos a oferecer plataforma completa de serviços, utilizando uma malha já estabelecida. Atuamos não apenas para sellers, mas também para clientes fora do nosso ecossistema, gerando incremento de receita, diluição de custos, aprimoramento do sortimento, melhorias nos prazos de estoque e entrega, além da melhora no nível de serviço. Acreditamos em um alto potencial de crescimento dessa nova unidade de negócios, sem necessidade de novos investimentos.

**Crediário**

Nossa carteira de crediário teve incremento de mais de R$ 150 milhões no tri, voltando a sua máxima histórica ao atingir R$ 5,7 bilhões. Destaco também a maior participação já registrada no digital, com 9% de penetração nas vendas, tanto do 1P quanto do 3P, enquanto as lojas físicas atingiram 26,5% de penetração.

Esse crédito está sendo ofertado para um perfil de cliente bem conhecido por nós, mantendo a rentabilidade do produto financeiro, com indicadores saudáveis de inadimplência. O resultado disso é que temos uma redução anual de 0,9 p.p. no over 90 e a perda líquida estável.

**Casas Bahia ADs**

Estamos em constante inovação para melhorar a experiência omnicanal dos anunciantes. Nossa solução de retail media, por meio de uma plataforma integrada, permite criar e gerenciar campanhas de forma unificada em todos os ambientes, digital e físico. No terceiro trimestre, registramos um crescimento de receita bruta superior a 400% em relação ao mesmo período de 2023 e de 38% em comparação com o trimestre anterior.

Com isso, estamos consolidando as bases do mais completo ecossistema omnicanal do varejo brasileiro, sendo inclusive reconhecidos por parceiros globais, como o Salesforce, onde fomos o único varejista da América Latina, apresentando nosso case e o potencial do Casas Bahia Ads, durante o evento Dreamforce, realizado em setembro, em San Francisco.

**Plano de Transformação**

Nosso Plano de Transformação segue em pleno progresso, com novas oportunidades sendo mapeadas para aumentar a rentabilidade e fortalecer o fluxo de caixa.

Dentre as iniciativas que visam impulsionar a receita, destaco o novo ferramental de precificação com IA que já está em piloto para 80% da receita do canal online e temos o começo dos testes nas lojas físicas.

Além disso, implementamos em todas as lojas a ferramenta de advanced analytics, que nossos vendedores passam a possuir na palma da mão, para aumento da eficiência e produtividade. No 4T começaremos a colher alguns frutos dessas alavancas.

A penetração do crediário, que aumentou 3,2 p.p. para 17,7% das vendas, continua como alavanca estratégica do nosso plano, contribuindo para o aumento de vendas e de rentabilidade.

Os resultados até aqui mostram que estamos no caminho certo, cientes dos desafios que ainda temos, mas confiantes como nosso objetivo.

Passo agora a palavra ao Elcio para os destaques financeiros.

**Elcio Ito**

**Destaques do Trimestre**

Obrigado, Renato, e olá a todos!

Antes de entrarmos nos detalhes financeiros, quero destacar a nossa disciplina na execução do Plano de Transformação, iniciado há pouco mais de um ano. Esse plano foi focado em rentabilidade e geração de fluxo de caixa, por meio de uma alocação de capital mais estratégica, priorizando nossas categorias core, reavaliando nossas estratégias dos canais de venda e, finalmente, implementando uma gestão rígida de custos e despesas.

Agora, falando sobre os resultados do trimestre, alcançamos uma margem bruta de 31,6%, um aumento de 0,9 p.p. em relação ao 2º trimestre deste ano e 8,6 p.p. acima do 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.

Em relação às despesas gerais e administrativas ou SG&A, seguimos nosso compromisso com uma estrutura eficiente e enxuta, com uma redução acumulada de R$ 336 milhões nos primeiros nove meses deste ano.

A combinação entre uma margem bruta mais robusta e um SG&A enxuto nos levou a uma margem EBITDA de 7,7% no trimestre, um crescimento de 0,7 p.p. em relação ao 2º trimestre. Esse é o quarto trimestre consecutivo de melhoria sequencial de margem, mesmo diante da redução de receita.

Em preparação para o aumento sazonal da demanda com a Black Friday e o Natal, houve um aumento nos estoques em R$ 417 milhões. Apesar disso, conseguimos avançar na monetização líquida dos créditos tributários e fortalecer nossa liquidez, fechando o trimestre com R$ 3,1 bilhões em liquidez, um aumento de R$ 232 milhões em relação ao último trimestre.

Como parte do Plano de Transformação, tomamos decisões estratégicas, como descontinuar 23 categorias no canal 1P, reduzir incentivos no online — especialmente no canal B2B — e fechar 61 lojas, o que levou a uma redução da receita de forma planejada. Observamos que a redução deste trimestre foi de 3%, em comparação com uma média de 14% em trimestres anteriores como observado no gráfico superior esquerdo.

O gráfico inferior esquerdo demostra a redução do SG&A neste período e os gráficos à direita demonstram a melhoria consistente em nossa margem bruta e margem EBITDA pelo quarto trimestre consecutivo. A segunda fase do plano agora se foca no crescimento de receita sustentável e potencial alavancagem operacional. Renato já comentou sobre a expansão nas lojas físicas e nosso foco em tornar o canal online mais rentável.

**DRE**

Sobre a receita, além das vendas com mercadorias, destaco o crescimento de 28% na receita de serviços, com destaque para seguros, garantia estendida e comissões do 3P. A receita de soluções financeiras também teve um avanço de 38%, com crediário alcançando uma penetração de 17,7% da receita bruta, impulsionada pela retomada do crescimento da carteira.

Nosso lucro bruto foi de R$ 2 bilhões, com uma margem de 31,6%, um aumento anual de 8,6 p.p. e trimestral de 0,9 p.p. Esse crescimento foi suportado pela maior participação da receita de serviços e do crediário. Com ajustes estruturais e controle rigoroso de despesas, reduzimos as despesas em 2,9% neste período, com uma economia total de R$ 336 milhões nos últimos nove meses.

O EBITDA do trimestre alcançou R$ 491 milhões, uma margem de 7,7%, o que representa uma melhora sequencial e anual consistente. O resultado financeiro totalizou R$ 738 milhões, impactado principalmente pela elevada taxa de juros, e alcançamos um LAIR com uma melhoria de 58% ano a ano, embora ainda tivemos um prejuízo de R$ 369 milhões.

**Fluxo de Caixa e Posição de Liquidez**

Na análise de fluxo de caixa, tivemos um impacto do capital de giro devido ao aumento de estoque para a alta demanda do fim de ano. Mesmo assim, nossa monetização líquida de créditos tributários foi de R$ 206 milhões neste período. As demandas judiciais consumiram R$ 212 milhões, o menor valor registrado para o terceiro trimestre nos últimos cinco anos.

Com investimentos estáveis de R$ 46 milhões e um arrendamento de R$ 255 milhões, encerramos com um fluxo de caixa livre negativo de R$ 179 milhões. Entretanto, com as novas captações e linhas de financiamento, incluindo aquelas relacionadas ao crediário, tivemos uma adição de R$ 232 milhões à nossa posição de liquidez, alcançando R$ 3,1 bilhões liquidez no final do trimestre.

Muito obrigado a todos. Devolvo a palavra ao Renato.

**Renato Franklin**

**Considerações Finais**

Obrigado Elcio.

Estamos animados e preparados para uma Black Friday de sucesso e aproveitar a sazonalidade do quarto trimestre para mais uma evolução nos nossos resultados! Nossa equipe está motivada e com mais ferramentas para maximizar vendas e rentabilidade.

Fortalecemos nossas alianças com os grandes fornecedores e garantimos estoques de qualidade e com profundidade para aproveitarmos as oportunidades, utilizando nossa capilaridade, a força das nossas marcas nas lojas e no digital, nossa malha logística e o potencial do nosso crediário! Será um trimestre importante para o Grupo Casas Bahia!

Tudo isso, mantendo o foco em rentabilidade e fluxo de caixa, que norteiam todas as nossas decisões. Continuamos inovando e investindo para garantir um crescimento sustentável e preparar o grupo para um novo ciclo de expansão no final de 2025.

Seguiremos com Dedicação Total a Vocês!

Muito obrigado a todos e até amanhã na nossa videoconferência.