

Relatório Anual 2023

GRUPO

CASASBAHIA

CASASBAHIA

pontofrio:

extra.com.br

bartira

banQi
CASASBAHIA

ASAP^{LOG}

3

APRESENTAÇÃO

Mensagem da liderança
Destaques de 2023
Sobre o relatório

7

PERFIL

Retomando as nossas fortalezas
Marcas
Nossos números

12

NOSSO NEGÓCIO

Nossa cultura
Plano de Transformação CB25
Times engajados e confiantes
Modelo de omnicanalidade
Inovação e tecnologia para o cliente
Soluções financeiras
Nossa logística

29

SUSTENTABILIDADE E ESG

Política de Sustentabilidade
Temas materiais
Compromissos
Modelo de negócio e Geração de valor

38

AMBIENTAL

Princípios e aspectos ambientais
Ecoeficiência e Economia circular
Mudanças climáticas e emissões
Energia

46

SOCIAL

Nossos colaboradores
Jornada do colaborador
Saúde e Segurança
Atuação social ESG
Relacionamento com fornecedores

71

GOVERNANÇA

Estrutura de governança
Programa de *Compliance*
Gestão de riscos
Segurança e privacidade de dados
Relação com investidores

85

DESEMPENHO FINANCEIRO

Destaques financeiros

89

ANEXOS

Glossário
Sumário de conteúdo da GRI
Sumário de conteúdo SASB
Relatório de Asseguração Limitada
dos Auditores Independentes

CRÉDITOS



APRESENTAÇÃO

Mensagem da liderança

Destaques de 2023

Sobre o relatório

Graziely da Cunha

Mensagem da liderança

GRI 2-22

No ano de 2023, demos passos importantes para a construção de uma Companhia rentável e longa. Revisitamos nossa estratégia para uma abordagem especialista, focando no que temos expertise e sabemos operar com rentabilidade. Mudamos a denominação social para Grupo Casas Bahia e resgatamos a cultura Dedicção Total a Você, corroborando a mentalidade "back to basics" internamente e o reconhecimento de milhares de clientes.

Podemos dizer, que as prioridades estratégicas dos anos anteriores refletiam um momento diferente, tanto para a Companhia, quanto para o ambiente macroeconômico. Em um cenário de taxa de juros reduzida e aumento da demanda do canal online durante a pandemia, a Cia, assim como demais players do mercado, tiveram seu foco direcionado principalmente para o crescimento de GMV. Porém, não necessariamente, esse movimento foi feito privilegiando a rentabilidade e a adaptação para cenários mais desafiadores. A mudança de planejamento que estamos realizando busca, justamente, ser mais duradoura e tornar o Grupo um *player* mais resiliente.

Vivemos um cenário de incertezas econômicas e geopolíticas mundiais, que impactaram de forma direta ou indiretamente o varejo brasileiro, além de um momento duro para o próprio setor no início de 2023. Adicionalmente, viemos de um ano anterior marcado pela crescente alta dos juros, um panorama macroeconômico crítico e um posicionamento recuado dos consumidores. Tivemos que pensar fora da caixa e isso não significou inovar além das expectativas. Muitas vezes, voltar ao básico, bem-feito, que nos trouxe até aqui, é a maior forma disruptiva de mudar.

Neste contexto, chego para integrar o time e contribuir com a exploração dessas novas prioridades, focando na geração de caixa e na melhoria da rentabilidade. Alguns dos fatores que serão desenvolvidos são, ter um fluxo de caixa livre robusto com cobertura de juros, melhorar o ROIC e ser referência no setor

para métrica de spread sobre custo de capital. EBITDA e GMV serão consequência da mobilização para as duas prioridades anteriores, e vislumbramos margem EBITDA superior ao atual e o GMV refletindo ajustes com foco em retorno. Para implantar essa mudança estratégica lançamos um Plano de Transformação.

Ao longo de 2023, colocamos em prática nosso Plano de Transformação - CB25, atuando em dois fatores principais: alavancas operacionais e alavancas para melhoria da estrutura de capital. Do lado das alavancas operacionais, além da disciplina na alocação de capital, trouxemos a inclusão de métricas mais financeiras para avaliação de performance de canal e categorias. Elas alavancaram as tomadas de decisões, trazendo otimização de estoque e de custos, bem como contribuindo para o fluxo de caixa. Nosso objetivo é tornar a Companhia mais rentável e sustentável. Assim, estamos construindo um legado para o comércio varejista. Do lado das alavancas de estrutura de capital, há iniciativas para um novo modelo de financiamento do crediário e constante aprimoramento do perfil da dívida.

Abaixo, segue um conjunto de iniciativas operacionais e de estrutura de capital já executados, que andam paralelas aos dois fatores principais mencionados:

1. Modelo de gestão baseado em novas métricas de margem e ciclo de caixa;
2. Redução de estoques antigos;
3. Adequação do quadro de colaboradores;
4. Redução de lojas deficitárias e readequação de CDs;
5. Migração de 23 subcategorias com margens negativas do IP para venda exclusiva no 3P;
6. Eficiência de despesas de marketing, logística e monetização de ativos tributários;
7. Reforço na Estrutura de Capital e Alongamentos do perfil da dívida ("*Liability Management*").

Lançado no 2º semestre de 2023, o plano de transformação e reforçou a alta capacidade de entrega das iniciativas, que

seguem dentro do planejado e terão captura gradual ao longo de 2024 e 2025. Ainda não chegamos na metade da execução do Plano e, portanto, continuaremos focados nas alavancas operacionais, melhorando nossa eficiência e produtividade. Manteremos o foco na rentabilidade e fluxo de caixa, com elevada disciplina do capital empregado.

À medida que avançamos com a execução do Plano, mesmo diante de um cenário macro ainda desafiador, nos preparamos para um ciclo de crescimento sustentável, para sermos o melhor varejista omnicanal especialista de 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.

Com esse olhar afetivo, resgatando não só a nossa essência, mas aquilo que pulsa o varejo, que é a confiança, focamos, ainda mais, nossos esforços na venda de categorias que fizeram nossa história. Se existe um especialista no mercado em vender móveis, eletrodomésticos, eletroeletrônicos e telefonia, somos nós, o Grupo Casas Bahia. Nossas marcas, Casas Bahia, Pontofrio e Extra.com.br estão presentes diariamente na rotina do povo brasileiro. Somos nós, que possibilitamos o acesso ao crédito e ao patamar de consumo para uma parte da população que ainda não está bancarizada. Somos nós, que nos dedicamos incansavelmente a oferecer a melhor experiência de atendimento, compra e entrega. Somos nós, que entregamos em todos os municípios deste país continental.

Estamos otimistas com o futuro, confiantes que estamos no caminho correto e com muita clareza do nosso propósito. Aproveitamos para agradecer a todos os nossos clientes, colaboradores, fornecedores, instituições financeiras e demais *stakeholders*.

Seguiremos com Dedicção Total a Vocês!



Renato Franklin
CEO Grupo Casas Bahia

Destques 2023


18º ano
consecutivo no
Top of Mind,
como referência dos
brasileiros em móveis
e eletrodomésticos


63
anos de investimentos
sociais por meio da
Fundação Casas Bahia


R\$ 34,4
bilhões
de receita bruta

Geração de fluxo
de caixa livre de

R\$ 648
milhões

R\$ 5,3
bilhões
em carteira ativa
de crédito


Representatividade de negros

34,3%
na liderança


44,8%
no quadro geral
de colaboradores


35 mil
pessoas
beneficiadas pela
Fundação Casas Bahia


3.207 ton
de resíduos
coletados no
Programa Reviva


+68%
de energia consumida
proveniente de fontes
limpas e renováveis


10,7 ton
de eletroeletrônicos
destinados à reciclagem


De volta às origens: retorno do
nome original do Grupo e ao
slogan **"Dedicação Total a Você"**


Evolução anual da adesão
na GPTW, **de 40% para 65%** e
melhoria de 4 p. p. no Índice de
Confiança Trust Index

Sobre o relatório

GRI 2-2 | 2-3

Temos o prazer de apresentar a edição 2023 do Relatório Anual do Grupo Casas Bahia. Este relato compreende todas as nossas operações, marcas e companhias controladas, incluindo Casas Bahia, Ponto, Bartira, Extra.com.br, banQi e ASAPLog.

Os dados reportados seguem as diretrizes das normas da *Global Reporting Initiative* (GRI), e da *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB) de reporte de informações ESG (Ambiental, Social e Governança, na sigla em inglês) e abrangem o período entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2023, coincidindo com o período do relato financeiro.

Nas páginas seguintes, relatamos nosso desempenho em termos de governança, estratégia e iniciativas, com foco na geração de valor e nas performances financeira, social e ambiental. As informações estão organizadas de acordo com nossa materialidade, que estabelece os temas mais relevantes para o nosso negócio, na visão dos nossos *stakeholders*.



Informações e dúvidas sobre este relatório devem ser encaminhadas para a área de Sustentabilidade do Grupo Casas Bahia, pelo e-mail: sustentabilidade@grupocasasbahia.com.br

O presente relatório compreende os dados acerca de todas as operações, marcas e companhias do Grupo Casas Bahia no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2023.



Caio Baba - SP

Como ler este relatório

As referências utilizadas ao longo desta publicação se desdobram em diferentes formas de leitura do documento. Além da leitura linear, é possível navegar entre os conteúdos de acordo com as diretrizes de reporte adotadas:



Global Reporting Initiative
Temas materiais: servem de base para a construção de todo o relatório. No [Sumário de conteúdo da GRI](#), apontamos quais indicadores estão relacionados a cada tema material;



Metodologias GRI e SASB – Sustainability Accounting Standards Board:
[Saiba mais](#) a partir de nossos temas materiais, escolhemos os indicadores a serem reportados. No início de cada subcapítulo, apontamos quais indicadores estão sendo abordados. No Sumário de Conteúdo GRI e no [Sumário de conteúdo da SASB](#), explicamos o conteúdo de cada indicador, apontando a página em que são reportados;



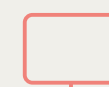
Relatório dos auditores independentes
[Saiba mais](#) sobre o parecer da auditoria sobre as informações relatada neste relatório.

Ferramentas de leitura

Tag indicadores
[GRI 2-2 | 2-3](#)

Links internos
([Saiba mais na página xx](#))

Links externos



Interatividade



Sumários interativos



PERFIL

Retomando as nossas fortalezas

Marcas

Nossos números

Elenice Ferreira - Hub SP

Sumário
Interativo



Retomando as nossas fortalezas

GRI 2-1 | 2-2

Desde a primeira loja Casas Bahia, inaugurada em 1952, no município de São Caetano do Sul, no Grande ABC (SP), nossa jornada se confunde com a evolução do segmento varejista nacional. Somos referência no comércio de móveis e eletrodomésticos, produtos essenciais para o nosso negócio. Além dessas linhas, vendemos eletrônicos, telefonia, portáteis, ferramentas e utilidades domésticas que, juntamente com os itens de cama, mesa e banho, representaram o início do sonho de erguer o que é hoje um gigante do varejo brasileiro.

São mais de 70 anos de história, sempre presentes na mente, no coração e na casa dos brasileiros. Nesse período, já atendemos em nossas lojas físicas ou em nosso e-commerce, mais de 108 milhões de clientes.

A força da marca Casas Bahia é notória. Como uma das maiores varejistas do Brasil, carrega hoje, mais do que nunca, a nossa ambição de oferecermos uma jornada de compra completa, descomplicada e customizada aos nossos clientes, para que possamos ser o melhor varejista omnicanal especialista de eletroeletrônicos e móveis do Brasil e gerar valor aos *stakeholders* com uma operação eficiente, digital e sustentável.

Nossa sede está localizada na cidade de São Paulo (SP). Operamos em todo o território nacional por meio das marcas Casas Bahia, Ponto, Bartira, banQI, ASAPlog e Extra.com.br. Nossas lojas expressam uma forte presença territorial, com endereços em 22 estados, mais o Distrito Federal, e participação significativa no ambiente digital. A conjunção dessas duas forças promove a oportunidade do consumidor definir onde, quando e como deseja se relacionar conosco.

Estruturamos um ecossistema diverso, coeso e inovador de produtos e serviços, além de carregarmos um portfólio de marcas líderes de mercado. Também oferecemos a melhor experiência de compra, por meio de uma ampla oferta de produtos, serviços, soluções financeiras e logística.

A fim de potencializar esse ecossistema e o nosso DNA de atuar com o foco totalmente voltado aos nossos clientes, reassumimos, em 2023, o nosso nome original como alicerce do Grupo. Esse movimento endossa a marca Casas Bahia como a nossa maior fortaleza perante a sociedade e o mercado.

Resgatamos também o "Dedicação Total a Você". O slogan remete a uma relação emocional e salvaguarda nossa história de confiança no consumidor brasileiro [\(veja mais em Cultura\)](#).

Como uma das **maiores varejistas do Brasil**, carregamos a nossa ambição de oferecermos uma jornada completa, descomplicada e customizada aos nossos clientes.



Rosemeire dos Santos - Loja



Nosso ecossistema

O Grupo Casas Bahia opera em um ecossistema composto por vendas no IP (canais próprios de venda); um *marketplace* variado; malha logística eficiente e capilarizada; e serviços financeiros

■ Vendas no IP (canais próprios)

Levamos aos consumidores uma gama de produtos, por meios dos nossos próprios canais de venda, buscando nos consolidar e fortalecer cada vez mais nossa participação no mercado varejista.

■ Marketplace

Oferecemos aos consumidores uma variedade ainda maior de mercadorias vendidas pelos nossos lojistas parceiros, com objetivo de ampliarmos a frequência de relacionamento com o ecossistema do Grupo.

■ Malha logística

Atendemos as nossas operações com eficiência e prestamos serviços aos nossos lojistas (*sellers*). Essa rede permite despachar produtos leves e pesados por meio de uma ampla e robusta malha logística capilarizada em todos os municípios do país. Ao mesmo tempo, garante que o cliente final receba em casa seus produtos, com segurança e celeridade.

■ Serviços financeiros

Oferecemos crédito e cartões *co-branded*, nas lojas físicas, nos canais online e como um serviço para outros varejistas, de fora do nosso ecossistema, ampliando as possibilidades e condições de compra de nossos clientes e da população em geral.

Marcas

GRI 2-2

CASASBAHIA

Rede varejista especializada na comercialização de eletrodomésticos, eletroeletrônicos, móveis e utilidades domésticas, está presente em **22 estados brasileiros**, além do Distrito Federal, e conta com **943 lojas físicas**. É uma das marcas mais valiosas do Brasil, segundo o ranking da consultoria Interbrand.

pontofrio:

Rede varejista de móveis, eletrodomésticos e eletrônicos. Atua com **135 lojas** nas regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste, e é líder no mercado do estado do Rio de Janeiro. **Referência em inovação**, apresenta para o consumidor novas possibilidades, por meio de grande variedade de produtos e serviços.



Com mais de **17 anos no mercado** nacional, a plataforma online comercializa um amplo número de produtos, que incluem itens automotivos, fraldas, móveis, utilidades domésticas etc.

bartira

Maior fábrica de móveis de madeira do Brasil e da América Latina. Diariamente, mais de 19 mil m² de chapas de madeira são transformadas para confeccionar mais de 880 mil produtos por ano, que são oferecidos com exclusividade pelas lojas Casas Bahia.

banQi

É a conta digital parceira da Casas Bahia. Com uma carteira 100% digital, foi desenvolvida para promover a inclusão econômica, social e digital dos clientes. Por meio do aplicativo, os usuários têm acesso ao crediário e podem fazer consulta, pagamento e controle das parcelas, além de usar serviços bancários.



Empresa de tecnologia especializada em soluções para logística de última milha. Sua plataforma nos conecta a entregadores autônomos para agilizar esse tipo de entrega, especialmente nas grandes cidades.



Nossas lojas
estão em

540

idades de

22

estados e no
Distrito Federal

Nota: As mesmas entidades estão incluídas tanto nas demonstrações financeiras consolidadas auditadas quanto nas informações financeiras registradas em registro público.

Nossos números

GRI 2-1 | 2-6 | SASB CG-MR-000.A | CG-MR-000.B

R\$ **5,3**
bilhões

na carteira ativa de crédito

R\$ **34,4**
milhões

de receita bruta (Grupo)

R\$ **42,7**
bilhões

em GMV* bruto

* Volume Bruto de Mercadorias

1.078

lojas

540

idades com lojas
físicas instaladas

1.507m²

de espaços de varejo

29

Centros de
Distribuição

1.263
milhões

em m² em área de
armazenamento

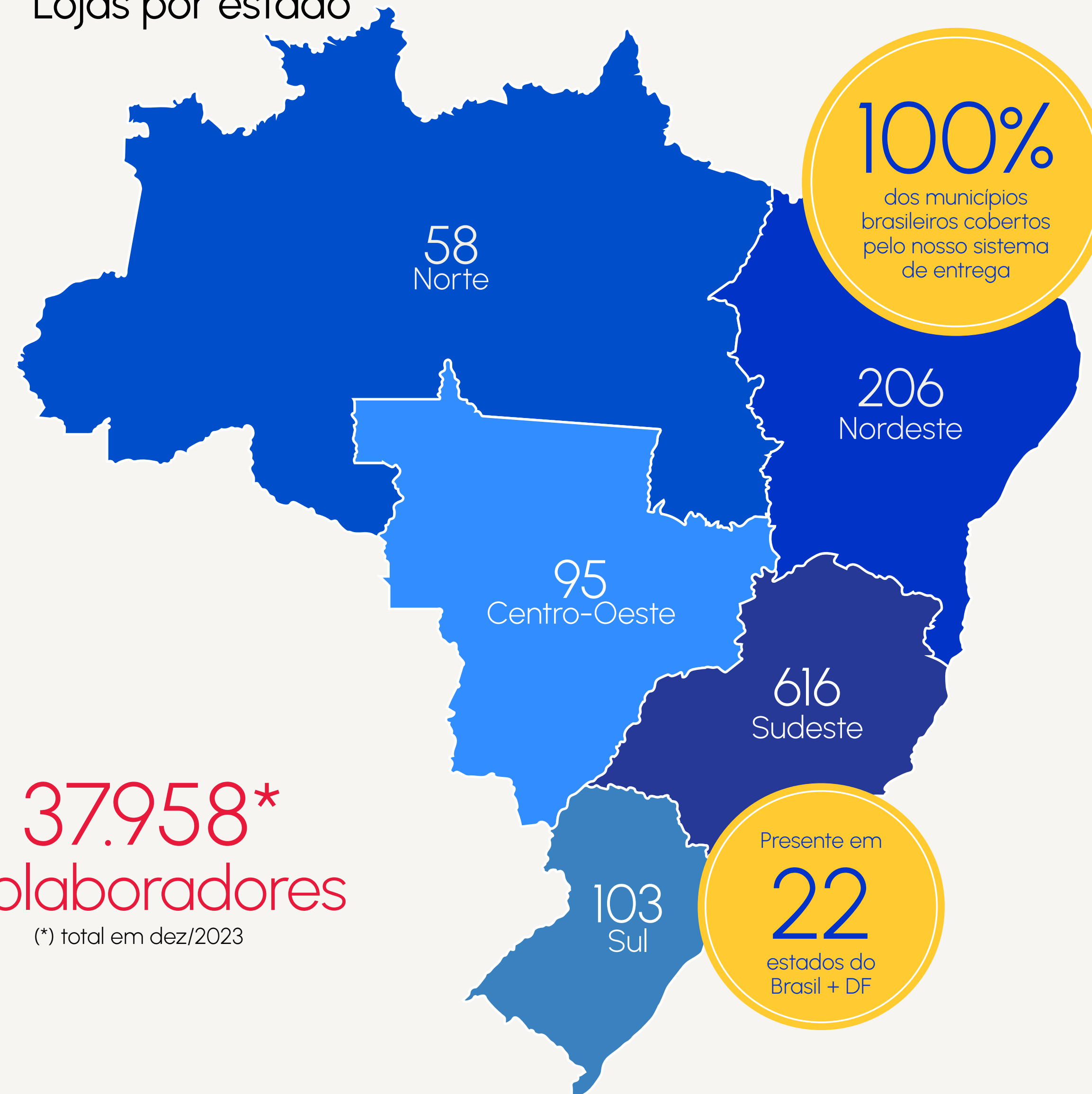
163
mil

sellers parceiros
no marketplace

37.958*
colaboradores

(* total em dez/2023)

Lojas por estado



NOSSO NEGÓCIO

Nossa cultura

Plano de Transformação CB25

Times engajados e confiantes

Modelo de omnicanalidade

Inovação e tecnologia para o cliente

Soluções financeiras

Nossa logística

Nossa cultura

O ano de 2023 foi marcado pela volta às nossas origens culturais. Muito mais do que um reposicionamento de marca, a decisão de reassumir o nome original e o slogan, que tanto diz sobre nós, fortaleceu a nossa cultura organizacional, cujo valor mais relevante é a compreensão coletiva de que a razão de existir do Grupo Casas Bahia é nos dedicarmos 100% ao cliente.

Esse é o pilar central da nossa cultura, consolidada durante o ano, após um esforço coletivo de extrema relevância, que engajou milhares de colaboradores, das mais diversas áreas de atuação dentro do Grupo. Todos puderam contribuir com

ideias e conceitos, e o resultado serviu de base para a alta administração aprovar nossa nova matriz de cultura organizacional, calcada em crenças e comportamentos esperados, que fazem sentido para todos nós.

Cada um dos pilares possui uma crença e os comportamentos desejados. Dessa forma, cada colaborador pode se conectar de forma prática aos conceitos abordados. Além disso, existe um tema transversal, que fortalece a cultura da ética e da integridade, tão relevante para todas as organizações.

Nossa nova cultura tem cinco pilares:

Dedicação total ao cliente

Sou totalmente dedicado ao cliente, nossa razão de existir.

Entregamos resultados

Tenho autonomia, me desafio e desafio os outros e sou reconhecido por entregar resultados sustentáveis.

Paixão pela nossa gente

Sou diverso, cuido e incluo nossa gente, acredito e reconheço o potencial de cada um.

Protagonistas o tempo todo

Sou inconformado e atuo como facilitador sempre.

Simplicidade em tudo que fazemos

Sou simples no dia a dia e foco no que é essencial para entregar nossos resultados.



Nossa cultura e valores

Nosso jeito de ser reflete nossos valores, para nortear atitudes, comportamentos e decisões aqui no Grupo Casas Bahia.

1. DEDICAÇÃO TOTAL AO CLIENTE

Sou totalmente dedicado ao cliente, nossa razão de existir.

CRENÇAS

Eu acredito que cada interação é uma oportunidade única de encantar e servir o cliente, para a realização dos seus sonhos.

COMPORTEMENTOS

- Eu me conecto com o cliente para fidelizar e gerar confiança, e um relacionamento de longo prazo.
- Eu facilito a vida do cliente, e me diferencio através das minhas atitudes e ações.

2. ENTREGAMOS RESULTADOS

Tenho autonomia, me desafio e desafio os outros e sou reconhecido por entregar resultados sustentáveis.

CRENÇAS

Eu acredito que a disciplina na execução e decisões baseadas em dados, geram os melhores resultados para a empresa e atuo com integridade e ética em tudo que faço.

COMPORTEMENTOS

- Eu tenho metas desafiadoras, entrego os resultados e reconheço que o sucesso da empresa é um processo coletivo.
- Sou responsável pelos meus resultados e contribuo para os objetivos da empresa.

3. PAIXÃO PELA NOSSA GENTE

Sou diverso, cuido e incluo nossa gente, acredito e reconheço o potencial de cada um.

CRENÇAS

Eu acredito que a nossa gente é o nosso maior diferencial. Cuidar de todos é responsabilidade de cada um e juntos vamos construir um mundo mais justo e sustentável.

COMPORTEMENTOS

- Eu respeito as pessoas e ideias diferentes da minha, para que eu possa me desenvolver e colaborar com o outro.
- Eu promovo um ambiente inclusivo, seguro e livre de julgamento para que as pessoas possam ser elas mesmas.

4. PROTAGONISTAS O TEMPO TODO

Sou inconformado e atuo como facilitador sempre.

CRENÇAS

Eu acredito que independente da minha função, tenho atitude e responsabilidade na busca de soluções.

COMPORTEMENTOS

- Eu tenho atitude e facilito a solução em qualquer situação.
- Eu sou inconformado com problemas, busco ajuda, enfrento com coragem e resolvo até o fim.

5. SIMPLICIDADE EM TUDO QUE FAZEMOS

Sou simples no dia a dia e foco no que é essencial para entregar nossos resultados.

CRENÇAS

Eu acredito que o simples traz praticidade e gera melhores resultados.

COMPORTEMENTOS

- Eu entendo que ser simples também exige criatividade, inovação e compromisso com o resultado.
- Eu descomplico e resolvo com simplicidade, e isso não quer dizer fazer de qualquer jeito.

Em linha com o slogan do Grupo Casas Bahia – “Dedicação Total a Você”, levamos adiante a crença de que cada interação é uma oportunidade única de encantar e servir o cliente, para a realização dos seus sonhos. Essa convicção em nossas atitudes e ações nos impulsiona, sobretudo, a agir de forma conectada, para proporcionarmos uma excelente experiência de compra e para construirmos um relacionamento de longo prazo. De um lado, essa atitude facilita a vida do cliente, o encanta e o fideliza. Do outro, nos diferencia da concorrência e gera resultados financeiros positivos.

Plano de Transformação CB25

O realinhamento da nossa cultura organizacional vem no bojo da mudança da Diretoria Executiva (veja mais em [Diretoria Executiva](#)), que também deu início a outro movimento de extrema relevância para o Grupo Casas Bahia: o Plano de Transformação CB25 (Plano CB25). O objetivo é ser referência no varejo em geração de valor e retorno do capital investido. Esta meta deve ser alcançada com redução e manutenção de eficiência de custos, melhoria na estrutura de capital e liquidez e aumento de receita nas categorias core, que está alinhada à nossa estratégia de *Back to Basics*. As alavancas da transformação viabilizam essa trajetória, em paralelo a uma mudança cultural e do modelo de gestão da Companhia.

Nesse sentido, o Plano CB25 define as atitudes, os comportamentos e as decisões efetivas que devem tornar possível chegarmos, em 2025, onde determina a nossa ambição.

Em abril de 2024, apresentamos ao mercado um reperfilamento de dívida que objetiva, de forma substancial, a estrutura de capital e fluxo de caixa da Companhia para os próximos anos. A Companhia distribuiu um pedido de Recuperação Extrajudicial a fim de implementar de maneira segura, efetiva, transparente e bem-sucedida o reperfilamento de dívidas financeiras, da ordem de R\$ 4,1 bilhões. O acordo está em processo de homologação com os órgãos responsáveis.

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.



Consulte na íntegra o conteúdo de toda comunicação realizada pelo Grupo sobre o acordo Extra Judicial [aqui](#).

Vantagens competitivas

Para sermos bem-sucedidos nesse plano, confiamos nas vantagens competitivas que sustentam nosso ecossistema estratégico e dizem muito a nosso respeito. São elas:



Omnicanalidade (o cliente pode comprar onde e como ele quiser)



Rede logística nacional *as a service*



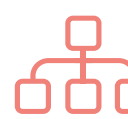
Forte oferta de serviços financeiros



Top of Mind na categoria Eletrodomésticos e Móveis



1.078 lojas em todas as regiões do Brasil



540 cidades em 22 estados+DF



Entrega de produtos em todos os 5.560 municípios

#TodosPeloCliente

Promovemos o fórum #TodosPeloCliente, uma iniciativa interna dedicada à identificação de oportunidades ao longo da jornada do consumidor, reunindo esforços colaborativos de diversas áreas.

Nestes encontros, a equipe responsável e outras áreas parceiras trabalham para criar um plano de ação conjunto, visando corrigir trajetórias e implementar melhorias significativas na experiência do cliente. Com a participação de 24 áreas rotativas, cada uma contribuindo conforme a necessidade específica, buscamos constantemente alcançar maior eficiência, desempenho excepcional e aprimoramento na prestação de serviços, sempre com foco na entrega de qualidade. Essa abordagem multifacetada reflete nosso compromisso contínuo com a satisfação do cliente e a excelência operacional.

Temos 24 áreas que pensam em conjunto planos de ação para melhorar a experiência do cliente.

Marcha evolutiva

A transformação do nosso modelo de atendimento visa satisfazer nossos clientes. A iniciativa ganhou tração a partir da internalização da operação de atendimento Disk Procon, em 2020. O objetivo claro é conferir maior eficácia nos atendimentos dedicados ao cliente.

Como consequência, temos observado a elevação, nesse período, do volume total de relacionamentos efetuados. Ao mesmo tempo, registramos a melhora dos índices de satisfação dos consumidores e de resolutividade dos casos:

Além da internacionalização da operação, a adoção da ferramenta Genesis permitiu racionalizar as ativações, independentemente do canal, inicialmente acionado pelo cliente. O sistema de CRM integrado (*Customer Relationship Management*, termo em inglês que pode ser traduzido como Gestão de Relacionamento com o Cliente) também trouxe maior agilidade aos atendimentos, desobrigando o cliente de responder às mesmas perguntas, que já foram feitas naquele ou em outros contatos realizados. Com isso, o tempo médio de solução entre a abertura e o encerramento dos protocolos é de 3 dias, uma melhora significativa de 67% se comparado com 2021.

Prêmio Cliente SA 2023 e Prêmio Latam 2024 Categoria: Líder em Operações de Call Center Interno

Nossa dedicação também se expressa nas operações de Atendimento ODC (Órgão de Defesa do Consumidor), que segregam nossa atenção às manifestações dos clientes feitas junto aos órgãos públicos de defesa do consumidor. Desde meados de 2022 esse serviço é feito pelo atendimento interno com o objetivo de nos tornar referência no mercado brasileiro de relacionamento com o cliente do varejo, em qualidade e eficiência. Desde então, já alcançamos elevados índices de satisfação do cliente do Grupo Casas Bahia.

Além disso, a marca encerrou o ano com evolução significativa na taxa de resolução das reclamações registradas (veja abaixo detalhamento):

ÍNDICES DE RESOLUÇÃO (EM %)

Reclamações registradas	2021	2022	2023
SINDEC GRUPO CB	82,45	80,74	83,97
PROCON SP GRUPO CB	72,75	75	83,45
GOV CB.COM	76,66	81,27	88,3
GOV PF.COM	77,68	81,1	84,49
GOV EX.COM	76,04	82,61	86,4
GOV CB	78,7	80,79	90,61
GOV PF	81,14	80,23	85,11

Qualidade e eficiência no atendimento direto aos órgãos de defesa do consumidor.

Atendimento nas redes sociais

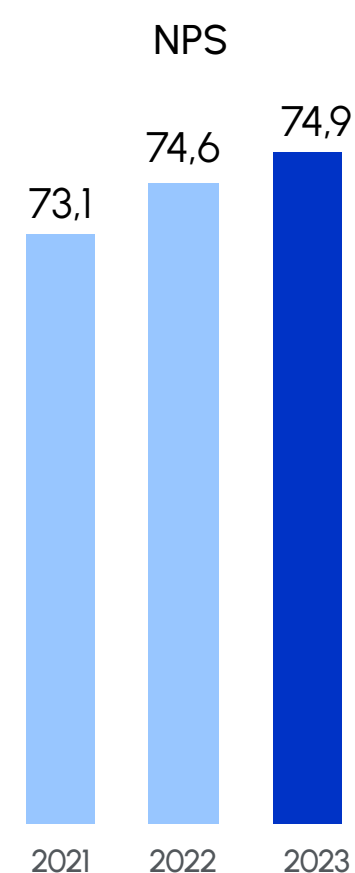
A melhora no atendimento ao cliente também se refletiu nas nossas redes sociais. Para isso, estabelecemos processos e treinamentos aplicados à empresa parceira, responsável pelas redes do Grupo, além da utilização de ferramenta de automação para formulação de respostas mais personalizadas, com o objetivo de medir nossa qualidade de forma censitária.

As iniciativas geraram uma redução expressiva do SLA (sigla de *Service Level Agreement*, ou Acordo de Nível de Serviço, em português). O tempo de resposta a uma demanda do cliente, que em 2020 era medido em 7 horas e 31 minutos, em 2023 passou para 13 minutos.

Pesquisa de satisfação

Além disso, implementamos, no primeiro semestre de 2022, uma pesquisa de satisfação de consumidores para acompanhar de perto a opinião desse público sobre a interação e resolução dos problemas nas nossas redes. A eficácia do nosso empenho, em 2023, foi comprovada pela pesquisa *Net Promoter Score* (NPS), que mede o grau de satisfação dos clientes por categorias de respostas e identifica as suas necessidades com relação à nossa marca.

Além do NPS, passamos a usar outras plataformas para avaliar a satisfação dos clientes em comércios físicos e medimos os apontamentos dos consumidores na plataforma Reclame Aqui, procurando encontrar oportunidades de melhoria e traçando planos de ação. Confira a evolução dos resultados de todas as nossas marcas nos últimos anos, registrados na plataforma:



Bandeira	2021	2022	2023
Casas Bahia Online	7,1	7,4	7,6
Extra Online	7,3	7,3	7,6
Ponto Online	7,4	7,2	7,4
Casas Bahia Marketplace	7,7	7,5	7,9
Extra Marketplace	7,6	7,2	7,8
Ponto Marketplace	7,6	7,3	7,7
Casas Bahia Lojas Físicas	7,1	7,7	8,0
Ponto Lojas Físicas	8,1	8,0	8,2
Bartira	8,7	8,9	9,3

Vou Olhar Além (VOA)

No ano de 2023, implementamos com sucesso a inovadora metodologia de atendimento, denominada Vou Olhar Além (VOA). Essa abordagem foi cuidadosamente elaborada com a colaboração ativa dos membros da equipe de atendimento do Grupo. Juntos, identificamos as características e atributos essenciais que orientam as respostas mais eficazes, soluções pertinentes diante das preocupações dos consumidores que utilizam nossos canais de atendimento, buscando soluções proativas e personalizadas.



Gleice Lopes - SCS

Times engajados e confiantes

GRI 2-29 | SASB CG-EC-330a.1

Além de clientes satisfeitos, buscamos manter nossos times motivados. A melhora expressiva da nossa pontuação na pesquisa 2023 do *Great Place to Work* (GPTW) confirma o engajamento dos nossos colaboradores ao propósito do Grupo. O percentual de adesão na GPTW saiu de 40%, no ano anterior, para 65%.

A pesquisa é uma das ferramentas mais reconhecidas de identificação sobre a percepção interna do ambiente das empresas (clima organizacional). Nela, os colaboradores são convidados a participar e refletir sobre o seu dia a dia no trabalho, as práticas corporativas, os aspectos (positivos e negativos) da gestão de pessoas.

O Índice de Confiança (*Trust Index*), que revela as notas atribuídas às visões interna e externa do colaborador, passou de 70% para 74% no período. Isso representa o aumento do comprometimento e da confiança dos nossos times nas nossas fortalezas inatas.

O resultado sinaliza que a maioria das milhares de pessoas que trabalham no Grupo demonstram orgulho de fazerem parte, bem como confiança umas nas outras, em suas lideranças e na capacidade da alta direção em nos levar a um bom resultado, fortalecendo o que temos de melhor. A partir das respostas coletadas na pesquisa, nossa liderança e o C-Level desdobraram os resultados para acompanhá-los e criar planos de ação.

A pontuação expressiva na pesquisa 2023 do GPTW - o percentual de adesão de 40% para 65% confirma o engajamento dos colaboradores ao nosso propósito. Já o Índice de Confiança (*Trust Index*) passou de 70% para 74% representando maior comprometimento e confiança dos nossos times nas nossas fortalezas.



Magu Ribeiro - SCS



Modelo de omnicanalidade

Para nós, a omnicanalidade é uma das fortalezas do ecossistema do Grupo, pois dá aos clientes mais possibilidades de acesso, a partir da integração de canais – lojas físicas, aplicativos e sites. De forma muito consistente, essa pluralidade de vias de acesso aos nossos produtos e serviços facilita e oferece mais conforto e praticidade na jornada de compra. Não por outro motivo, nosso lema entre os vendedores é: “Venda como, quando e onde o cliente quiser”.

A complementariedade entre os universos físico e digital (ou, como chamamos, *figital*) deu ao cliente maior liberdade de escolha, entre ter muito mais praticidade e a comodidade do *e-commerce* e usufruir da proximidade e do calor humano dos vendedores das nossas lojas de rua ou de shopping centers. Por isso também os nossos canais de atendimento são unificados: o cliente que realiza uma compra na loja física pode verificar o status do pedido no site ou aplicativo, emitir segunda via de boleto para pagamento ou pedir, no ambiente digital, a troca de produtos, com acesso fácil a qualquer um dos canais disponíveis. Atualmente, mais de 40% das vendas estão no online.

E-commerce

Para nós, as vantagens do *e-commerce* vão além do aumento nas vendas dos nossos produtos core e do maior alcance territorial das nossas marcas. A modalidade também oferece uma melhor estrutura de relacionamento com o consumidor. No período, seguimos entre os principais players de mercado online, market share de 13,5%¹.

ME CHAMA NO ZAP

O Me Chama no Zap é uma das iniciativas mais interessantes entre as ações relacionadas com a jornada digital. De fato, a possibilidade do vendedor tradicional de loja trabalhar por meio do *WhatsApp* como um consultor, ou um *concierge*, estendendo sua atuação de venda assistida para além do espaço físico da loja, revolucionou o jeito de abordar os clientes e elevou a qualificação dos nossos profissionais da linha de frente de vendas.

Assim, nossa força de vendas cresce a partir do estímulo dado ao ato de experimentar novas formas de se comunicar com o cliente, algo construído desde o auge da pandemia, em 2020. Em 2023, mais de 25 % das vendas *on line* são provenientes desse canal.

Retira Rápido

O cliente conta com o serviço Retira Rápido, modalidade de entrega que propõe ao consumidor a possibilidade de retirar em uma loja mais próxima a compra online que ele fez. Duas horas após a comprovação da compra, e em até dez dias corridos, o produto adquirido fica à disposição dele.

Dessa forma, as nossas lojas físicas operam como mini hubs logísticos. Em 2023, 23% dos pedidos realizados no online foram retirados pelo próprio cliente nos nossos endereços físicos.

¹Fonte: CONFI Neotrust

Marketplace

SASB CG-MR-000.A| CG-MR-000.B

Considerado uma das maiores lojas virtuais do Brasil, o *marketplace* das marcas do Grupo funciona como um imenso shopping center *online*.

Nosso *marketplace* é hoje o canal de vendas para mais de 163 mil lojistas parceiros (*sellers*). Estes recebem o reforço adicional dos nossos vendedores de loja, que têm a liberdade de promover também as vendas dos produtos comercializados por esses *sellers*. Em 2023, o GMV foi de R\$ 5,8 bilhões, aumento de 9% se comparado com o ano anterior, com receita de R\$ 713 milhões e uma elevação de 18%. A participação do crediário digital foi de 5,3% das vendas e está disponível para mais de 2,7 milhões de SKUs, temos mais de 2.900 *sellers* habilitados no CDC digital, e desses 60% já realizaram vendas.

A plataforma oferece como serviços adicionais: Casas Bahia Entrega, solução logística sem comissão sobre o frete e rastreamento automatizado; Casas Bahia Ensina, escola de ensino sobre o varejo para lojistas e Casas Bahia Ads, criação fácil e eficiente de anúncios dos produtos.

+163 mil lojistas parceiros venderam seus produtos no nosso marketplace.

Casas Bahia Ads

Implementamos, em 2023, a plataforma Casas Bahia Ads, de soluções de publicidade para a loja parceira. O serviço permite expor a marca do *seller* aos 100 milhões de acessos mensais e 15 milhões de usuários ativos no app do nosso *marketplace*.

A ferramenta é considerada a maneira mais estratégica para atingir o consumidor em suas necessidades e já conta com um setor interno exclusivamente dedicado, que disponibiliza espaços de anúncios de produtos, como forma de impulsionar as vendas dentro do *marketplace*.

A Ads garante a participação do anúncio nas redes sociais do Grupo, em *pushs*, SMSs e e-mail marketing, entre outros formatos de mídia patrocinada, que acompanham toda a jornada de compra do cliente. Assim, nossos lojistas parceiros se beneficiam de maior visibilidade e omnicanalidade, bem como de audiência qualificada, conversão e mensuração de resultados.

O primeiro grande movimento da Casas Bahia Ads aconteceu em novembro, durante a Black Friday 2023, quando 24% das vendas da Companhia foram captadas por meio da plataforma.

APOSTA NO CORE DO NEGÓCIO

Os anúncios dos lojistas parceiros se somaram no ano às iniciativas do Grupo para a promoção da sua campanha "A Maior Black do Brasil". Na edição 2023 do evento, esta campanha refletiu nossa nova postura de apostar no *core* do nosso negócio (móveis e eletrodomésticos), na comercialização de seguros e serviços, e no uso do crediário, que possibilitou aos clientes o financiamento da compra por meio de pagamento parcelado.

Lojista como um cliente do negócio

Os lojistas do *marketplace* são nossos parceiros de negócios. Com eles, procuramos estabelecer um relacionamento empático e próximo, que gere valor para todos. Com uma comunicação transparente, objetiva e instrucional, apoiamos cada atuação empreendedora desses *sellers*.

O suporte é dado pelo Portal do Lojista Casas Bahia *Marketplace*. O site/aplicativo oferece recursos projetados para que os lojistas consigam cadastrar seus produtos de forma mais assertiva e acessar treinamentos, estatísticas e conteúdos relacionados a orientações financeiras.



Inovação e tecnologia para o cliente

GRI 3-3

A tecnologia tem sido essencial para aperfeiçoarmos nossos modelos de atendimento aos clientes e é um tema sensível para o nosso negócio. Em 2023, investimos por mais um ano em novas ferramentas e inovação, sempre como uma maneira de tornar a jornada do cliente mais simples, ágil e segura. A promoção da segurança e da privacidade de dados do nosso cliente, foi uma das nossas grandes frentes de desenvolvimento tecnológico em 2023, com a criação e implementação de importantes iniciativas relativas, inclusive, à educação antifraude.

Para saber como evoluímos tecnologicamente na área de logística, [veja em Tecnologia aplicada](#).

Segurança digital

Além de disponibilizar ambientes digitais seguros, nossa preocupação se estendeu à conscientização sobre o acesso seguro às redes sociais e a prevenção a fraudes cibernéticas que tenham nossos clientes como alvo. Para isso, criamos uma série de comunicações, todas condensadas em um *hotsite*, que separa dicas para tornar a experiência do cliente ainda melhor.

A página <https://www.grupocasasbahia.com.br/seguranca/> ensina o usuário a manter seus dados atualizados e a se proteger no uso do celular, com dicas e alertas sobre os golpes mais comuns e os perigos da utilização incorreta e desatenta dos canais digitais (site, *app*, e-mail e redes sociais). Também damos informações úteis sobre como identificar perfis e endereços eletrônicos falsos.

Ao longo do ano, e por ocasião da Black Friday, fizemos também disparos nos nossos diferentes canais de mensagens voltados à proteção do usuário.

Iniciativas estratégicas de IA

Temos atuado de modo bastante estratégico a fim de implementarmos projetos e iniciativas tecnológicas focadas na centralidade de cliente, que evitam a perda de credibilidade e proporcionam a melhor experiência de relacionamento e consumo.

Desse modo, apostamos na Inteligência Artificial (IA), que já está presente nos nossos atendimentos digitais, para nos ajudar a acelerar o tempo de resolução de problemas dos clientes por meio de autogestão, utilizando também celular, WhatsApp e redes sociais. Sempre que a IA identifica um novo contato, ela envia ao cliente uma mensagem empática e um menu virtual. O menu é construído automaticamente pela ferramenta, a partir do mapeamento de 180 diferentes jornadas possíveis de um cliente, e é programado especialmente para cada situação e meio de contato acionado na ocorrência. Com apenas um toque na tela, o cliente escolhe a opção adequada, entre as soluções disponibilizadas a ele.

Cerca de 90% dos nossos projetos de tecnologia foram pensados e executados utilizando nossa base de clientes ativos, o que nos permitiu identificar e solucionar possíveis problemas ocorridos durante a jornada de compra.



Soluções financeiras

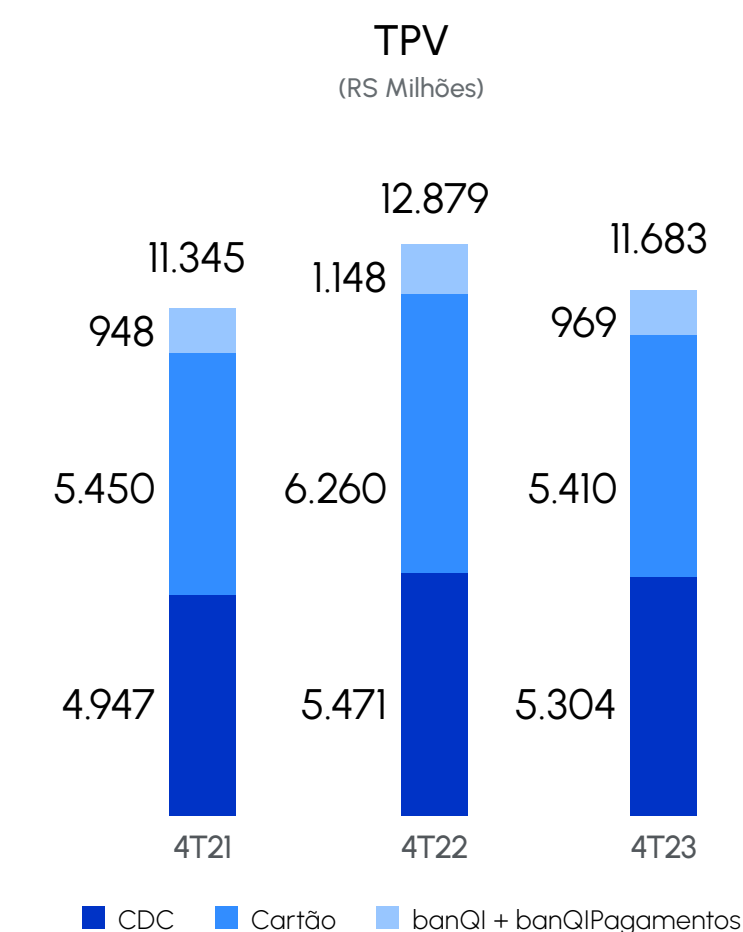
GRI 3-3 | 203-2

Desde a década de 1950, a marca Casas Bahia oferece a opção de crediário aos clientes. Esse é um dos valores mais longevos gerados pelo Grupo – cabe lembrar que fomos nós que popularizamos o acesso a crédito para o povo brasileiro. Seguindo com esse legado de simplificar e facilitar a vida de quem precisa de crédito com a digitalização dos pagamentos (carnê digital).

Base maior de clientes

Em 2023, no que diz respeito a serviços financeiros, o crescimento de nossas bases de cliente aconteceu tanto no ambiente do varejo (uso do crediário e cartões *co-branded*, por exemplo) quanto fora dele, por meio do banQi, pagamento de contas e serviços complementares.

Neste ano, atuamos com foco no aumento do volume de clientes totais, que chegou a 13,9 milhões de pessoas, responsáveis por um Volume Total de Pagamentos (TPV) de R\$ 11,7 bilhões.



Carteira do crediário fecha em

R\$ 5,3 bilhões

TPV cartões *co-branded* atingiu R\$ 5,4 bilhões, com

+ 3,6 milhões
de clientes

R\$ 11,7 bilhões
de TPV total

banQi atinge **+ 7,4 milhões** de contas abertas

Taxa Over 90 em 9,4% e perda sobre carteira de **4,5%**



4,4
milhões

de clientes ativos no crediário

90%

de penetração do crediário
on-line nos municípios no Brasil



R\$ 5,3
bilhões

na carteira



Perda sobre a carteira

4,5%

Crediário

O crediário é uma de nossas maiores vantagens competitivas, visto que somos o maior provedor dessa forma de concessão de crédito do Brasil (conceito *Buy now, Pay later*, ou, em português, Compre agora, Pague depois), que atende especialmente aos consumidores de baixa renda.

Entre as opções financeiras que dispomos, o tradicional carnê sempre foi destaque. Temos também o carnê digital, que facilita as compras dos produtos nos canais próprios tanto quanto no marketplace. Com ele, o cliente pode parcelar suas compras sem a necessidade de ter cartão de crédito, bastando ter o crédito aprovado nas Casas Bahia. O processo de controle e acompanhamento do crediário digital é 100% online. E isso reforça a confiança do consumidor e a nossa capacidade de continuarmos sendo realizadores de sonhos.

O crediário e o carnê digital são dois dos mais **potentes instrumentos de inclusão econômica,** garantindo ao consumidor de baixa renda acesso a produtos e serviços

INCLUSÃO ECONÔMICA

A modalidade do crediário facilitado é vital como instrumento de inclusão econômica, porque garante aos consumidores de baixa renda acesso a produtos e serviços – cerca de metade dos novos clientes têm renda de até R\$ 2.000,00 e não possuem vínculo empregatício formal.

O crescimento da carteira pulverizou a nossa oferta de crediário digital por todo o País. Com o nosso carnê, estamos alcançando 90% dos municípios brasileiros, mesmo aqueles nos quais ainda não abrimos uma loja

SEGURANÇA DA CARTEIRA

A Provisão para Devedores Duvidosos (PDD), que representa a reserva de dinheiro com foco na inadimplência, caiu 1,9 p.p. nos últimos dois anos, chegando a 11,2% ao final de 2023. A taxa over 90, que foi de 9,4%, estável ao longo do ano, refletindo a tendência na qualidade da carteira do crediário. O nível de perda sobre a carteira ativa manteve-se dentro da média histórica, 4,5% da carteira, corroborando os demais indicadores no crediário.

Importante também ressaltar a mudança no modelo de financiamento do Crédito Direto ao Consumidor com Interveniência (CDCI), que permite liquidar todos os boletos pagos em dinheiro diretamente nos correspondentes bancários instalados na nossas lojas. Para aumentar ainda mais a segurança das operações, implementamos um processo de biometria digital para 100% dos casos, reduzindo o risco de fraudes.

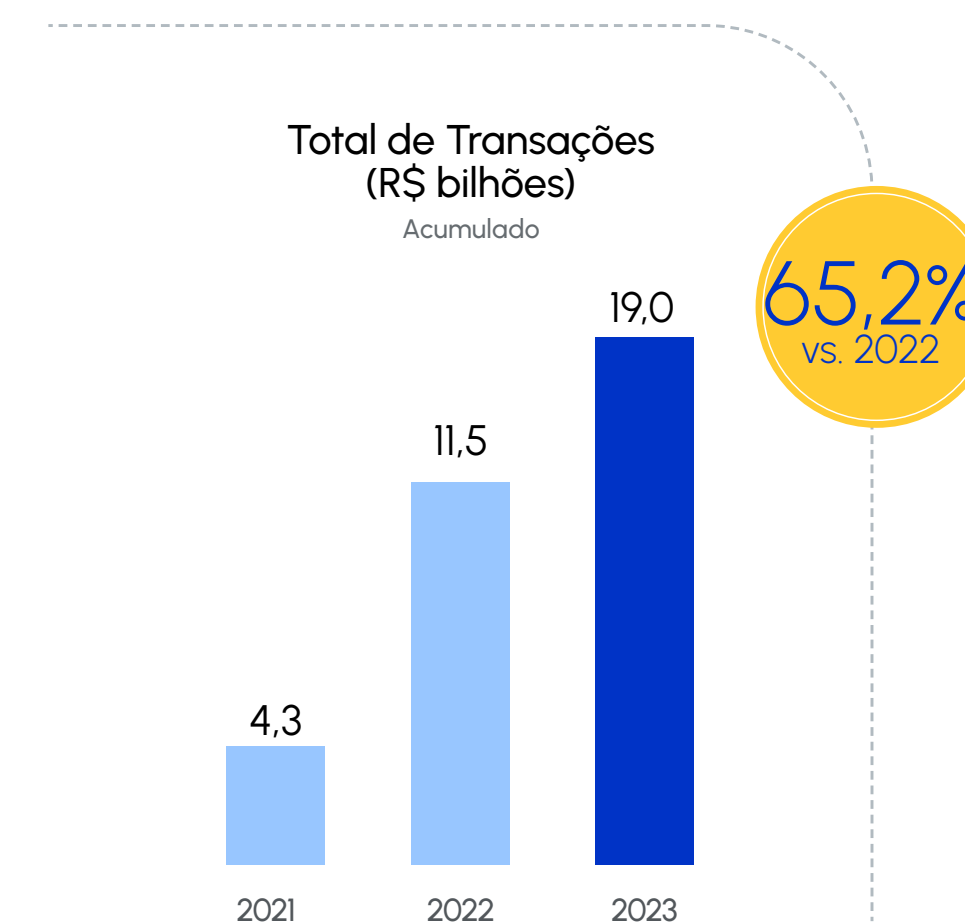
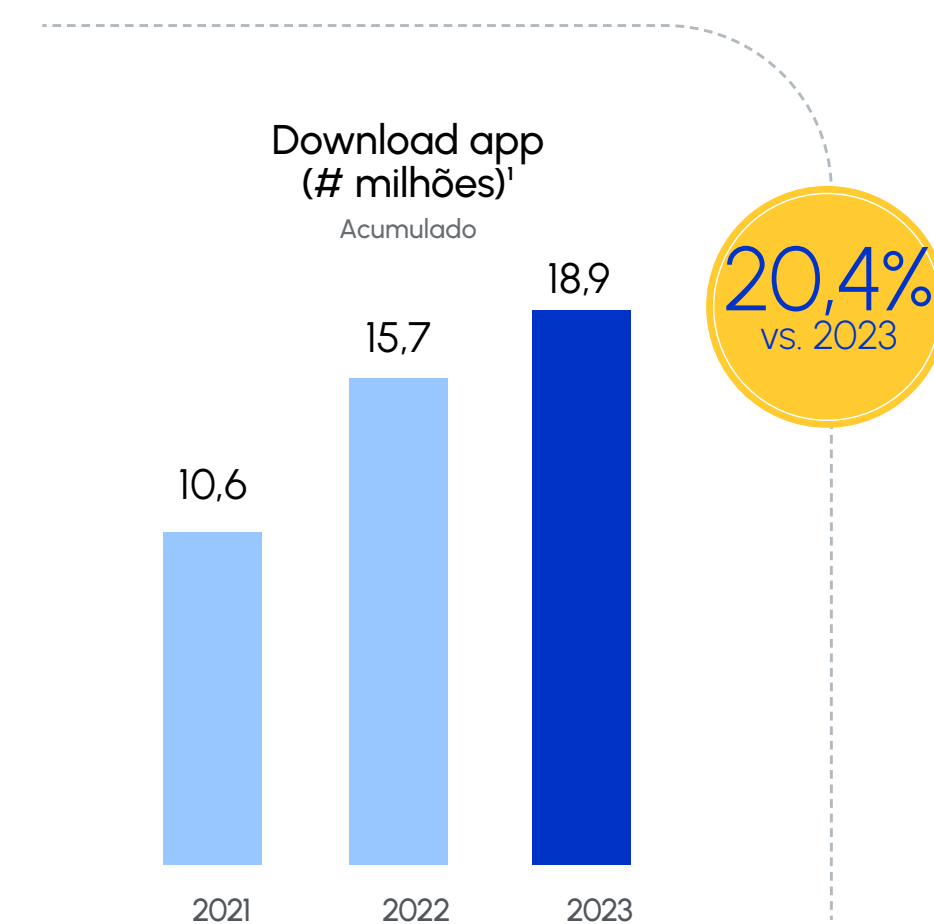
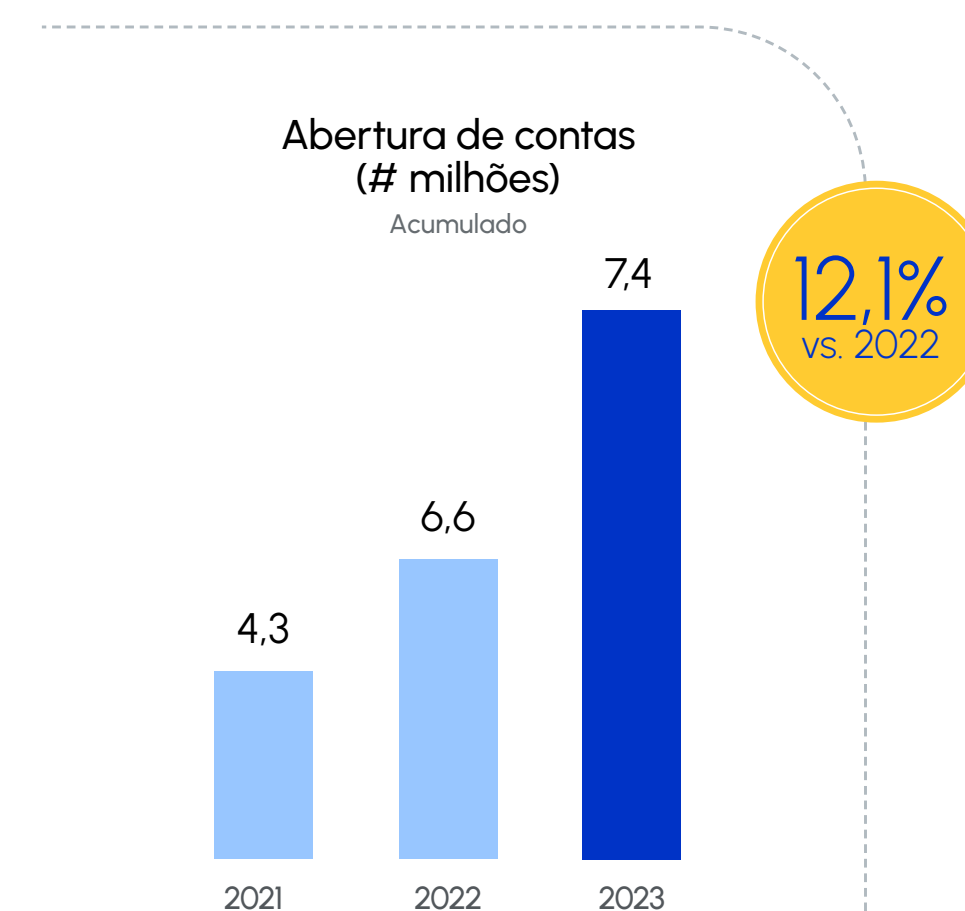
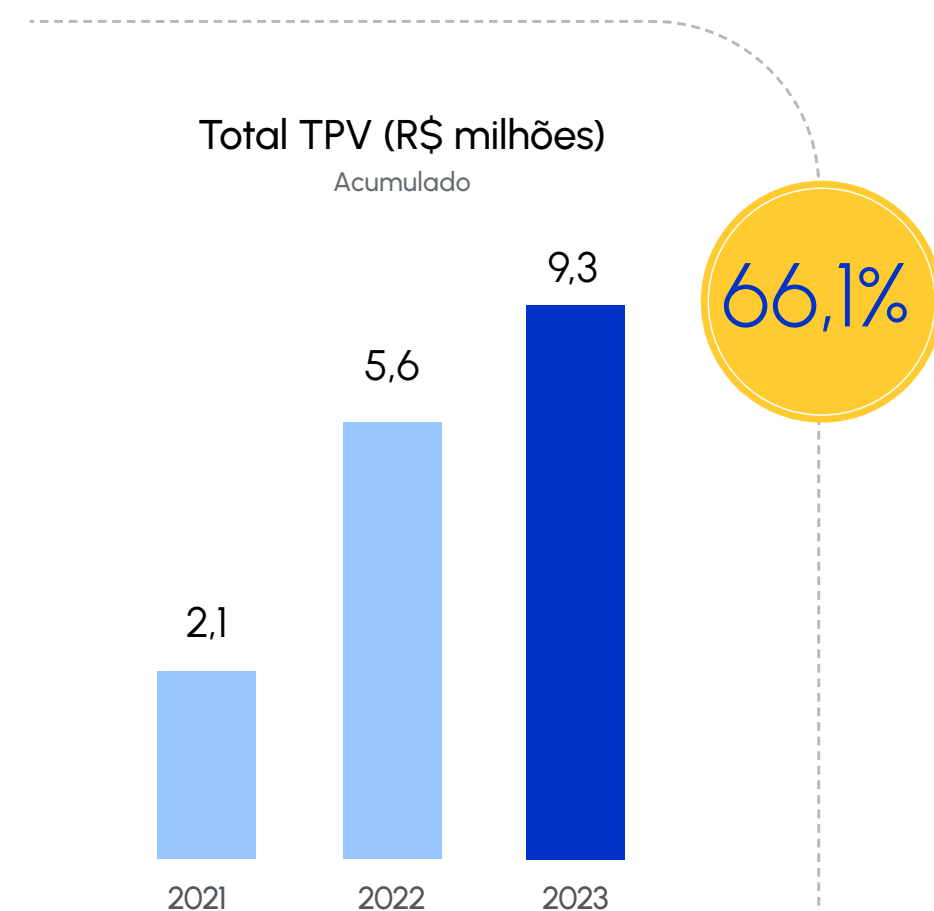
banQi

O banQi seguiu, em 2023, com crescimento consistente e focado na inclusão financeira, por meio de ofertas de produtos de créditos, conectando clientes ao ecossistema de produtos e serviços do Grupo e gerando valor ao negócio.

A conta digital banQi é uma alternativa de bancarização. Como conta online, o banQi coloca à disposição do cliente uma série de funcionalidades, entre elas a permissão de efetuar, em nossas lojas físicas, saques, depósitos, pagamentos e transferências. Dentro do aplicativo, a principal forma de transação atualmente é o Pix, tanto para entrada quanto para saída de dinheiro, bem como para pagamento das faturas.

No ato da aquisição do serviço, realizamos a análise de risco do crédito, a fim de reduzir ao máximo os riscos de inadimplência, cuja taxa tem se mostrado estável e controlada, em comparação com a média de mercado.

Em seu quarto ano de operação, os downloads do app acumulam 18,9 milhões com 7,4 milhões de contas. O app está cada vez mais inserido no dia a dia dos clientes.



Para conhecer missão, visão e valores do banQi, bem como o compromisso e outras informações da marca, [acesse aqui](#).

A conta digital banQi é uma alternativa de bancarização, colocando à disposição do cliente uma série de funcionalidades.

¹42x mais frequência de uso do app nos últimos 360 dias.



Tammy Castro - SCS

Educação financeira

GRI 3-3

À medida em que damos crédito para o nosso cliente adquirir os mais diversos produtos, entendemos o grau de responsabilidade que assumimos diante da sua saúde financeira. Buscamos disseminar informações qualificadas que colaborem para a criação de uma educação financeira sólida.

Educando financeiramente o nosso cliente, ajudamos as pessoas a gerenciarem seus recursos de forma eficaz, a planejar o futuro e a alcançar seus objetivos. Assim, decidimos conectar a nossa oferta de soluções financeiras (via banQi),

estendendo nossa atuação para a área de educação financeira. Colocamos então à disposição do público em geral o site <https://www.banqi.com.br/blog/educacao-financeira>, que oferece informações sobre como ter uma relação mais saudável com as finanças.

Acreditamos que nossos conteúdos de treinamento possam conscientizar as pessoas sobre o uso consciente do dinheiro, controle financeiro, organização de gastos, transações de pagamentos, conquista de renda extra e muito mais.

Decidimos conectar nossa oferta de soluções financeiras a conteúdos de educação financeira, colocando à disposição do público treinamentos sobre o uso consciente do dinheiro.

Nossa logística

Somos referência no varejo brasileiro em logística e contribuimos diretamente com a nossa ambição – de sermos o melhor varejista omnicanal de eletrodomésticos, eletroeletrônicos e móveis do Brasil – oferecendo uma operação eficiente e sustentável.

Hoje, temos uma ampla rede de centros de distribuição (CDs), com 29 unidades espalhadas pelos estados onde estamos presentes, perfazendo uma área de mais de 1,2 milhão de metros quadrados.

Boa parte da gestão das entregas é realizada com ampla participação da ASAPlog (veja mais a seguir), possibilitando uma melhoria nas condições de custo e frete, além de aumentar a eficiência operacional. Hoje, a subsidiária já responde por 30% das nossas entregas. A rede de CDs é reforçada por 100% das nossas lojas físicas, que estão todas habilitadas a funcionar como mini hubs e estações Retira Rápido.

Desta forma, conseguimos entregar diariamente pedidos em todas as 5.568 cidades do país, de 27 estados (incluindo o Distrito Federal). As entregas em 24 horas, por sua vez, já podem ser realizadas em mais de 3 mil cidades brasileiras.

MAR ABERTO

A logística do Grupo Casas Bahia é, também, um negócio. Estamos avançando em variados setores para dar densidade e volume à nossa logística, com consequente redução de custos.

Dessa forma, em 2023, conquistamos +93% de clientes no mar aberto (comercialização dos serviços para empresas de fora do ecossistema do Grupo) e estamos gerando receita incremental rentável. Além disso, o número de pedidos cresceu 96% no período.



Crescimento de
+126%
na receita de frete
(4T23 vs. 4T22)

+93%
clientes no mar aberto

+96%
pedidos

40%
das entregas
em até 24 horas

Logística a serviço do lojista (*fulfillment*)

ASAPLOG

Nossa plataforma logística é operacionalizada pela subsidiária ASAPlog, que se destaca no Brasil em infraestrutura integrada tecnológica e operacional e atua no fluxo de mercadorias entre CDs, lojas físicas e a última milha (entrega cliente).

Hoje, a ASAPlog nos conecta a entregadores autônomos para realizar a última milha e já nos possibilita atingir 100% dos CEPs brasileiros.

Utilizamos todos os tipos de transporte, de bicicleta e moto até avião ou barco, para vencer o desafio de transportar mercadorias até a casa do cliente, esteja ele onde estiver – o conceito é conhecido como *crowdshipping*. Diversificando os meios logísticos desse modo, a maior parte das nossas entregas chegam a seu destino em 24 horas ou menos, com segurança e rapidez.

Com isso, conseguimos reduzir o consumo de combustível e as nossas emissões. Também por esse motivo, estamos privilegiando o uso de veículos mais eficientes na última milha e usando *softwares* que orientam a divisão de cargas por veículo e uma tecnologia para traçar a melhor rota para cada veículo, reduzindo o total de quilômetros rodados e racionalizando os deslocamentos.

Além disso, a última milha é atendida por meio da descentralização de entregas pelas lojas físicas, no modelo Retira Rápido, que estimula os próprios clientes a retirarem na loja mais próxima as suas compras feitas online ([veja os detalhes em e-commerce](#)).

As nossas lojas físicas reforçam a logística dos *sellers* do nosso *marketplace*. Elas operam como pontos de retirada e de postagem dos pedidos desses parceiros lojistas.

A modalidade, chamada *fulfillment*, traz novas opções para esses lojistas e demais players de fora do nosso ecossistema, com menor custo de frete. O grande diferencial é que atende a pedidos e entregas de outros *players* de mercado com os quais o lojista esteja conectado. Esse serviço é oferecido pela CNT Logística, *startup*, adquirida pelo Grupo em 2022. O processo todo engloba desde a armazenagem de produtos até a categorização, alocação, coleta, embalagem, impressão de etiquetas, expedição e entrega do pacote à transportadora.

ENVIAS

Dentro do espectro de logística, o Envias é o programa que oferece serviços aos *sellers* parceiros.

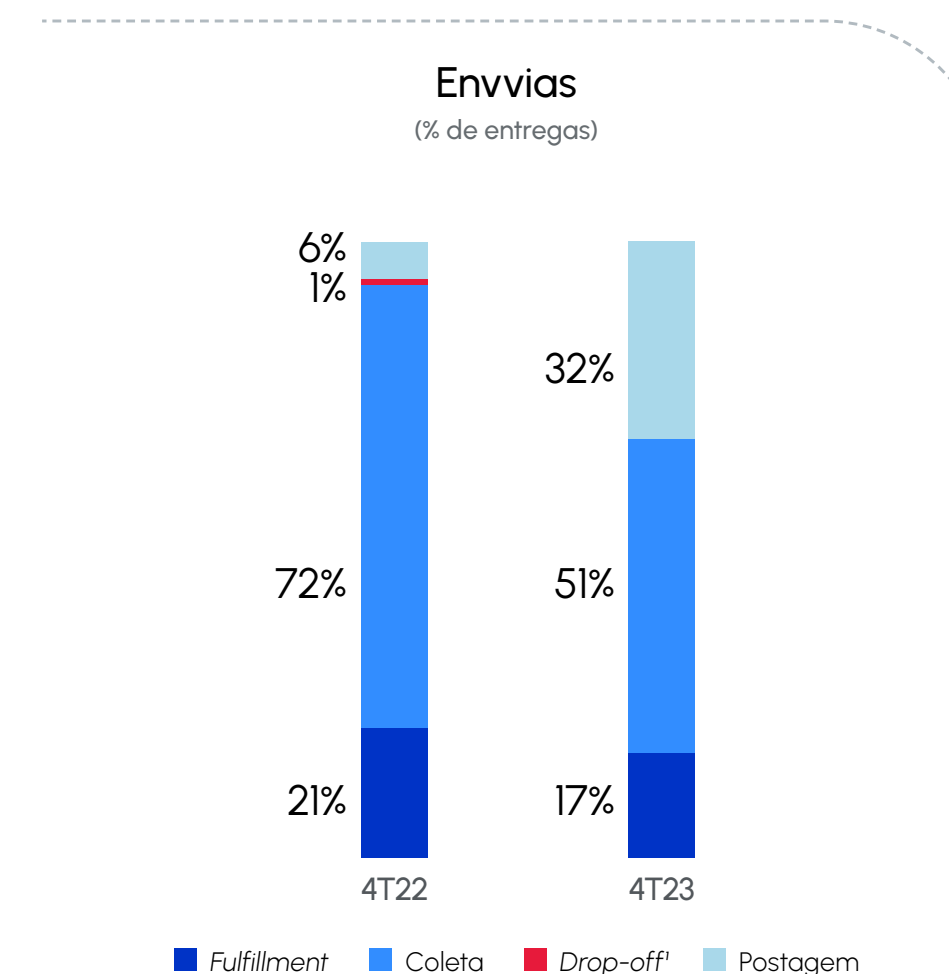
O serviço oferece quatro opções de envio de produtos:

- Postagem pelos correios
- *Fulfillment*
- Postagem em loja Casas Bahia (ASAPlog)
- Coleta nos *sellers*

O serviço traz outros benefícios, como frete eficiente e rápido, rastreamento de pedidos, atendimento ao cliente e garantia de ressarcimento em caso de roubos, extravio e avarias.

RESULTADOS 2023 – ENVIAS

A participação do *fulfillment* do Envias aumentou 15 p.p desde o início de 2022. Atualmente, temos mais de 70,8 mil *sellers* cadastrados em nossa plataforma.



¹Modalidade de entrega na qual o próprio cliente retira, em um ponto de coleta, a mercadoria adquirida online.

+61%
na receita do
fulfillment

+21%
no total de
clientes

Entregas no 3P



17%

Fulfillment



51%

Coleta



32%

Postagem

Tecnologia aplicada

Entendemos que a tecnologia é o motor que nos levará adiante, capacitando todas as áreas da Companhia para que disponibilizem ao cliente a melhor experiência de relacionamento e consumo.

Em 2023, nos tornamos os primeiros do varejo no Brasil a converter um sistema de gerenciamento logístico para o armazenamento de dados na nuvem. Começamos, em fevereiro, a implantação do Manhattan Active Warehouse Management (WMS) pelo centro de distribuição de Jundiaí (SP), escolhido por ser considerado o nosso coração logístico e por ser o maior do setor varejista na América Latina, com 306 mil m² de área para estocar e distribuir os produtos que são comercializados pelas marcas do Grupo e por vendedores parceiros.

Depois dele, nove outros CDs, localizados nos estados do Paraná, Pará, Minas Gerais, São Paulo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Manaus, passaram a fazer uso do novo sistema.

O WMS da Manhattan facilita a integração das vendas nas lojas físicas e nas plataformas online, como site e aplicativo, ao fazer a divisão mais eficaz do estoque entre todos os nossos canais de comercialização. A tecnologia também possibilita a ampliação das operações 3P (comercialização de produtos e serviços por parceiros do marketplace), fortalecendo nossa oferta de logística *as a service*, como fulfillment e *fullcommerce* para outros negócios.

A grande vantagem é ganhar tempo com a otimização dos processos internos dos operadores (conceito conhecido por "convocação ativa"), além da atualização automática e constante do software a cada 90 dias. Por meio do fulfillment, ofertamos um pacote completo da estrutura logística, desobrigando a empresa contratante de gerenciar e executar essas tarefas. O *fullcommerce*, por sua vez, agrega a esse pacote a operação do site da empresa, incluindo emissão de notas e sistemas.



SUSTENTABILIDADE E ESG

Política de Sustentabilidade

Temas materiais

Compromissos

Modelo de negócio e geração de valor

Política de Sustentabilidade

GRI 2-13 | 2-14 | 2-23

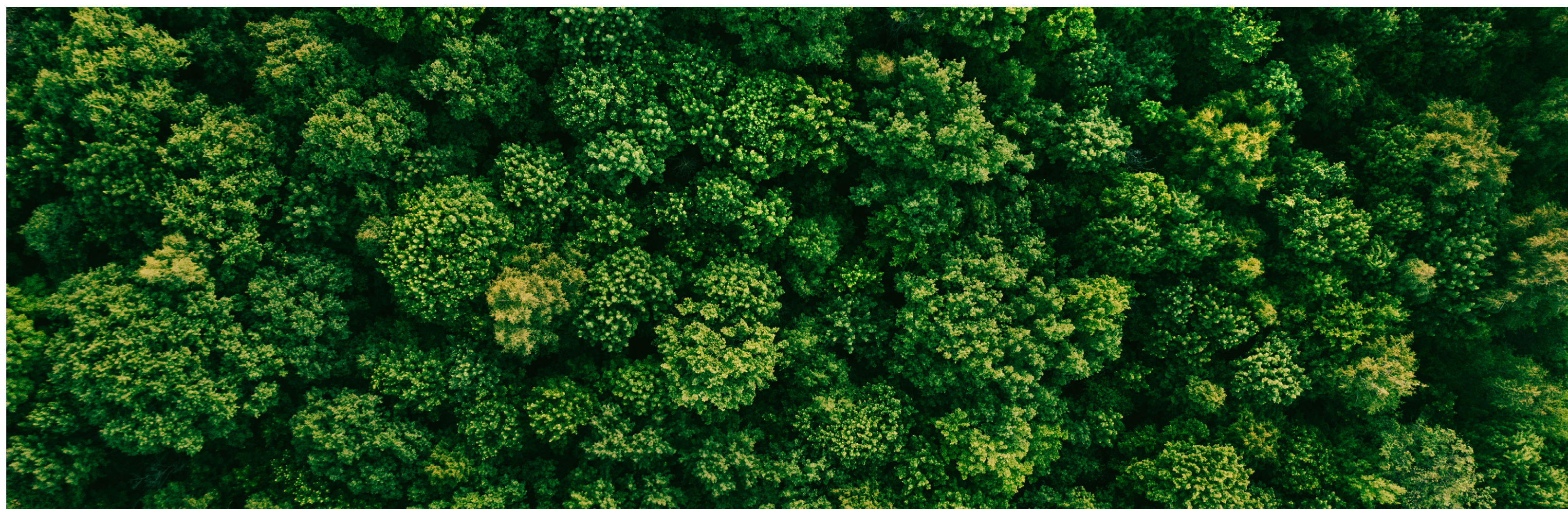
Por meio da nossa Política de Sustentabilidade, visamos fazer do Grupo Casas Bahia uma referência em sustentabilidade no varejo brasileiro. Buscamos nela as diretrizes de como expandir cada vez mais o conceito a todos os nossos públicos de relacionamento e todos os negócios, pois acreditamos que as práticas que contemplam os aspectos econômicos, sociais e ambientais no modelo de negócios contribuem para tornar a Companhia sustentável.

Como resposta, reforçamos nosso comprometimento com os princípios da economia circular e de baixo carbono, diversidade e inclusão e outros temas de atuação nos aspectos ESG.

Apoiados por uma cultura de transformação, que fomenta a inovação de forma colaborativa, atuamos de forma transversal

sobre todas as nossas unidades de lojas, centros de distribuição, hubs administrativos, fábrica (Bartira) e demais subsidiárias, para transformar processos, entregando qualidade, transparência, experiência, significado e propósito para todos que, de alguma forma, estão em contato com as nossas marcas. Para cada instância de governança, a Política de Sustentabilidade estabeleceu atribuições específicas ([veja mais em Responsabilidades dos órgãos de governança](#)).

Essa postura corrobora a crença de que a nossa contribuição é importante e nos dá orgulho de pertencer e realizar, materializando um dos valores da nossa cultura organizacional, que é entregar resultados sustentáveis e ser reconhecido por isso.



Princípios de sustentabilidade

As nossas práticas ESG têm como princípios:

Oferecer a melhor experiência para os clientes por meio de um atendimento inclusivo e diferenciado;

Ser uma empresa tão plural quanto o Brasil;

Oferecer oportunidades justas de desenvolvimento, considerando as especificidades dos grupos com maior vulnerabilidade socioeconômica;

Buscar inovações que promovam a economia de recursos naturais e uso de energias renováveis, com foco em uma economia de baixo carbono;

Atuar com foco em economia circular e de baixo carbono para dar a melhor destinação aos resíduos gerados em nossas operações e aos produtos de pós-consumo;

Agir com ética e transparência em toda a cadeia de fornecimento;

Promover aos colaboradores e clientes educação financeira, diminuindo as barreiras da inclusão econômica por meio de uma relação saudável com o dinheiro.

Responsabilidades em sustentabilidade dos órgãos de governança

GRI 2-12, 2-14

A Política atribui a cada uma das instâncias de governança do Grupo Casas Bahia papéis e responsabilidades socioambientais bem definidas, sendo que, as informações referente a Gestão de Sustentabilidade e ESG estão sob responsabilidade da Diretoria de Gente e Gestão, que tem como responsabilidade criar um elo entre a alta liderança e as demais áreas da Companhia. Já o Conselho de Administração participa do processo por meio da integração dos temas socioambientais ao planejamento estratégico e à operação da Companhia, com Estabelecimento de metas ESG para a Companhia, com impacto na remuneração variável dos executivos.

Entre suas principais responsabilidades estão: traçar as diretrizes estratégicas de sustentabilidade, considerando a aderência ao segmento de atuação e a geração de valor para o negócio; dar suporte aos diretores e ao Conselho de Administração sobre todos os aspectos estratégicos da agenda ESG; levantar investimentos; e promover o tema junto aos investidores, parceiros, instituições, governo e sociedade.

A Gerência de Sustentabilidade, por sua vez, deve atuar transversalmente junto às demais áreas para garantir que a estratégia de sustentabilidade seja cumprida e ampliada. É dela a incumbência, entre muitas outras tarefas, de desenvolver de forma bianual o estudo da materialidade juntos aos *stakeholders*.

Somos signatários do Pacto Global da ONU e reafirmamos nosso compromisso nas áreas de Direitos Humanos, Meio Ambiente e Práticas Anticorrupção.

Trajetória ESG

Depois de vários movimentos, A trajetória ESG do Grupo Casas Bahia reflete seu compromisso em conduzir negócios de forma responsável e sustentável, considerando não apenas o aspecto financeiro, mas também os impactos ambiental, social e de governança de suas operações. Confira alguns destaques de cada eixo:

- **Ambiental:** O Reviva, nosso programa de reciclagem, tem mais de dez anos e é uma referência no varejo brasileiro, contribuindo com redução do impacto ambiental e promovendo a inclusão social e a geração de renda para os cooperados.
- **Social:** Há mais de 60 anos oferecemos nosso crediário aos clientes, contribuindo com a inclusão financeira de milhares de pessoas. Nascemos inclusivos e temos tatuada em nosso DNA a capacidade de receber e valorizar a diversidade. Refletimos a pluralidade do Brasil nos nossos times e nos milhares de clientes que circulam nas lojas. Nossa cultura, nosso clima organizacional, nossas relações interpessoais e práticas corporativas estão alinhadas a essa visão, gerando impacto positivo nos ambientes externos e internos e nas localidades onde atuamos. As iniciativas da Fundação Casas Bahia de formação profissionalizante, geração de trabalho e renda para jovens e microempreendedores fortalecem as comunidades em que estamos inseridos, contribuindo com a redução das desigualdades sociais e dando força à população periférica. Também nos colocamos ao lado das comunidades por meio de ações de ajuda humanitária, principalmente em situações de calamidade pública.
- **Governança:** Somos signatários do Pacto Global da ONU e reafirmamos nosso compromisso nas áreas de Direitos Humanos, Meio Ambiente e Práticas Anticorrupção.

Temas materiais

GRI 2-29 | 3-1 | 3-2

Nossa Materialidade, construída e aprovada em 2021, é composta por oito temas materiais que refletem as nossas crenças e ambições.

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).

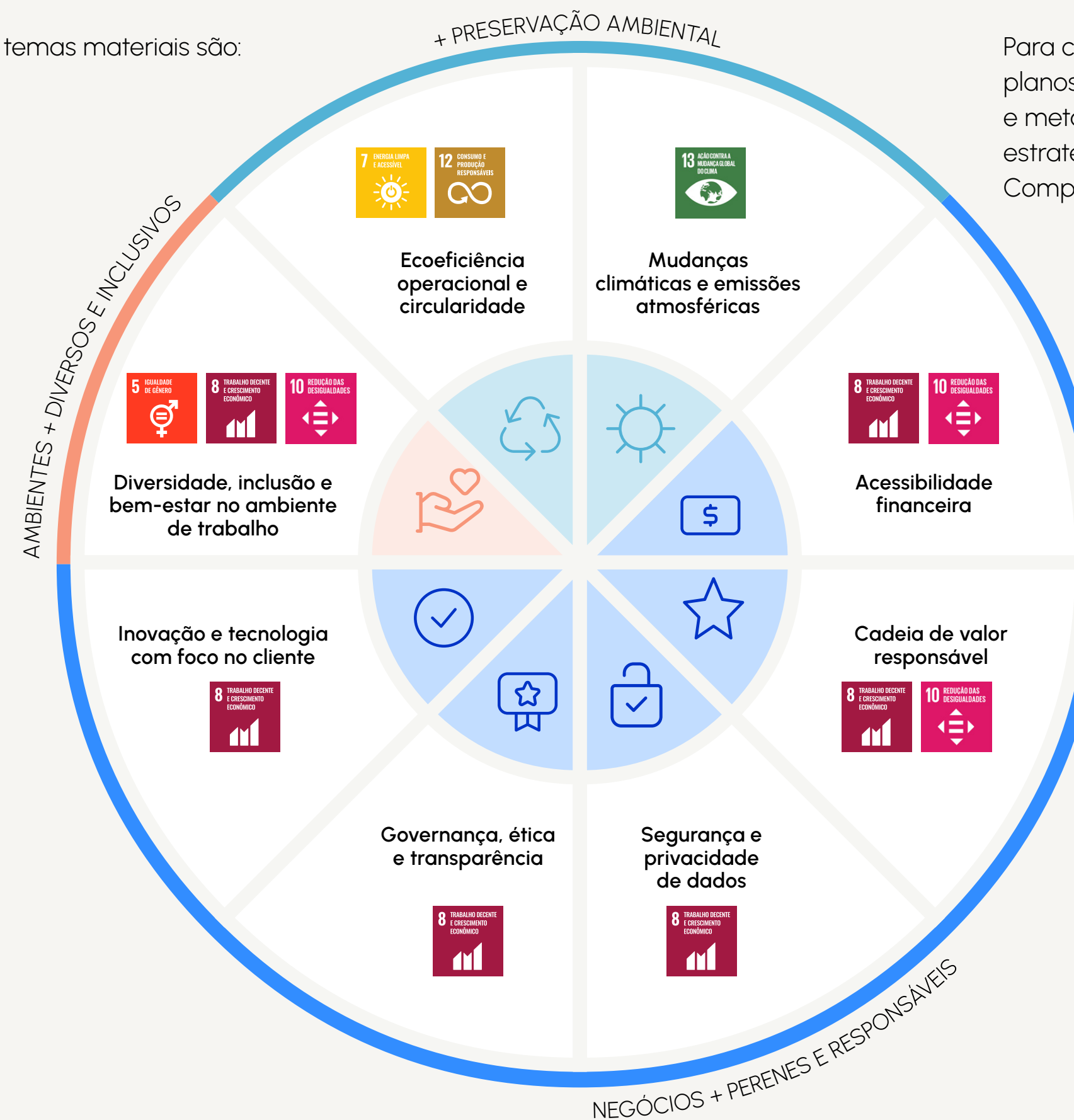
O desenvolvimento da materialidade envolveu 502 dos nossos *stakeholders*. Os temas escolhidos e aprovados consideram a percepção destas partes interessadas e a visão estratégica da alta liderança da Companhia ([veja em detalhes como foi o processo no Relatório Anual 2022](#)).

Plano estratégico de Sustentabilidade

Nosso Plano Estratégico de Sustentabilidade apoia a implementação de nossa Política de Sustentabilidade e está estruturado em três eixos de atuação, criados a partir do alinhamento entre a estratégia do negócio, os nossos temas materiais e os ODSs prioritários da Companhia, estabelecendo as prioridades de nossa gestão com horizonte até 2028.

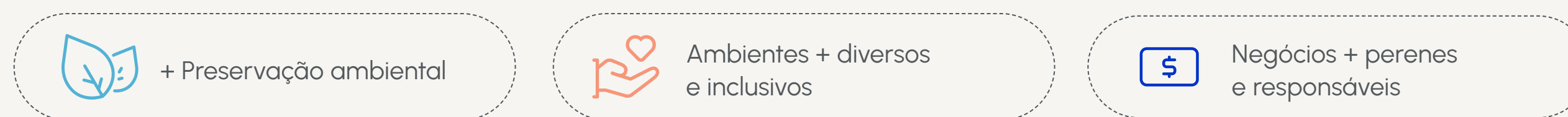
A partir desse cruzamento, garantimos que nosso modelo de negócios reforçe a geração de valor aos públicos de relacionamento e ao meio ambiente, ao mesmo tempo em que a sustentabilidade se torna um ativo da Companhia. Para cada pilar, foram estabelecidos itens prioritários e objetivos, desdobrados em metas a serem cumpridas nos próximos 4 anos. Ao longo de 2023, apesar das dificuldades impostas pelo cenário macroeconômico, que impactaram todo o varejo brasileiro, nos mantivemos firmes em nosso caminho estratégico, levando a frente os programas e iniciativas traçados. Nesse sentido, evoluímos no atingimento de nossas metas de diversidade e consumo de energia provenientes de fontes renováveis e nos objetivos traçados nos diferentes pilares.

Nossos temas materiais são:



Para cada um deles, estabelecemos os planos de ação, compostos por indicadores e metas, que passaram a compor o plano estratégico de sustentabilidade da Companhia para os próximos anos.

Três eixos de atuação configuram o nosso Plano Estratégico de Sustentabilidade:



Estudo de impactos

GRI 203-2, 3-3

	Inovação e Tecnologia com foco no cliente	Mudanças climáticas e emissões atmosféricas	Ética e transparência	Cadeia de valor responsável
Disclosure GRI	GRI 3: Tópicos materiais GRI 201: Desempenho Econômico 2016	GRI 3: Tópicos materiais GRI 305: Emissões 2016	GRI 3: Tópicos materiais GRI 205: Combate à Corrupção 2016	GRI 3: Tópicos materiais GRI 308: Avaliação Ambiental de Fornecedores 2016 GRI 408: Trabalho Infantil 2016 GRI 409: Trabalho Forçado ou Análogo Ao Escravo 2016
Impactos	<p>Impactos negativos Como impacto potencial: em busca de garantir a inovação e tecnologia da empresa, é importante evitar o desalinhamento dos projetos e iniciativas às estratégias de inovação tecnológica e centralidade no cliente, que pode ser causado pelas atividades do Grupo.</p> <p>Impactos positivos A ampliação na distribuição de produtos devido às facilidades dos meios digitais é um impacto real que colabora para a melhoria da área de Inovação e Tecnologia do Grupo Casas Bahia.</p>	<p>Impactos negativos Como impacto potencial: o aumento das emissões de gases de efeito estufa (GEE) provenientes de toda cadeia produtiva, que pode ser ocasionado pelas atividades do Grupo Casas Bahia.</p> <p>Impactos positivos A redução das emissões de gases de efeito estufa (GEE) provenientes de atividades diretas foi identificada como um impacto real do Grupo.</p>	<p>Impactos negativos Como impactos potenciais há os danos à reputação, imagem ou financeiros, que podem ocorrer devido à falta de alinhamento aos padrões de cultura, condutas ilegais ou comportamento antiético por parte de parceiros que atuam na plataforma de marketplace.</p> <p>Impactos positivos A criação de valor para a Companhia por meio da construção de uma cultura baseada na ética e na integridade, na utilização das normas e políticas e na redução de danos de imagem e prejuízos financeiros advindos de desvios de conduta, fraudes e conflitos de interesse são impactos potenciais gerados devido ao Programa de Integridade.</p>	<p>Impactos negativos Como impacto potencial: o impacto de imagem por violação de leis e regulamentos na cadeia de valor, que pode ser causado pelas atividades do Grupo.</p> <p>Impactos positivos Uma cadeia de fornecimento em conformidade com questões regulatórias, sociais e ambientais e incentivo a práticas socioambientais junto aos fornecedores que vá além das exigidas por lei são impactos potenciais.</p>
Recursos/partes interessadas afetadas				



Disclosure GRI	Diversidade, inclusão e bem-estar no ambiente de trabalho	Acessibilidade financeira	Segurança e privacidade de dados	Ecoeficiência operacional e circularidade
Impactos	<p>GRI 3: Tópicos materiais GRI 401: Emprego 2016 GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2016 GRI 404: Capacitação e Educação 2016 GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016 GRI 406: Não discriminação 2016</p>	<p>GRI 3: Tópicos materiais GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016</p>	<p>GRI 3: Tópicos materiais GRI 205: Combate à Corrupção 2016 GRI 418: Privacidade do cliente 2016 GRI 410: Práticas de Segurança 2016 SASB: E-commerce (EC) - Comércio eletrônico Privacidade de dados e publicidade</p>	<p>GRI 3: Tópicos materiais GRI 204: Práticas de Compra 2016 GRI 301: Materiais 2016 GRI 302: Energia 2016 GRI 306: Resíduos</p>
	<p>Impactos negativos Como impacto potencial: para garantir o bem-estar e segurança no ambiente de trabalho, é importante que haja mecanismos para evitar afastamentos por acidentes de trabalho, que pode ocorrer nos centros de distribuição e no processo produtivo da Bartira. Como impactos reais, foram identificadas a ocorrência de menor diversidade de gênero e raça nos cargos de liderança e em órgãos de governança e a alteração no tipo de perfil das condenações judiciais trabalhistas.</p> <p>Impactos positivos O quadro funcional diverso em gênero, cor/ etnia, LGBTIQAP+e PCDs, um impacto real para o Grupo, que ocorre devido às ações de incentivo à diversidade e inclusão.</p>	<p>Impactos negativos O endividamento da população é uma preocupação no que diz respeito à acessibilidade financeira, sendo um impacto potencial que pode ocorrer com os consumidores no segmento varejista.</p> <p>Impactos positivos O acesso de uma maior parcela de consumidores a produtos e serviços devido a condições de pagamento facilitadas é um impacto real que atinge os clientes do Grupo.</p>	<p>Impactos negativos Como impacto potencial: o aumento dos custos com sistemas de proteção e segurança e as penalidades decorrentes de violação à legislação aplicável podem ocorrer nas atividades da Companhia.</p> <p>Impactos positivos O aumento da segurança e privacidade de dados dos clientes e fornecedores é um impacto real imprescindível para o Grupo Casas Bahia.</p>	<p>Impactos negativos A geração de resíduos, é um impacto real que ocorre devido as operações do Grupo.</p> <p>Impactos positivos A geração de renda para as famílias associadas às cooperativas que ocorre nos processos de circularidade da empresa, o aumento de resíduos destinados à reciclagem e o aumento do uso de energia renovável das operações são impactos reais e significativos no que diz respeito à ecoeficiência operacional. Já a redução do descarte de resíduos é um impacto potencial.</p>
Recursos/partes interessadas afetadas				

Compromissos

GRI 2-23 | 2-24 | 2-28/2-29

Somos signatários de diversos acordos e compromissos que oferecem parâmetros institucionais para a nossa estratégia de sustentabilidade, o que nos ajuda a manter um relacionamento adequado com nossos *stakeholders* – clientes, comunidades, fornecedores, acionistas, imprensa, conselheiros e colaboradores.

Compromisso

Pilar do plano estratégico de sustentabilidade


Conselho de Sustentabilidade da Fecomercio SP — Fecomercio

 NEGÓCIOS PERENES E RESPONSÁVEIS


Pacto Global — ONU

 NEGÓCIOS PERENES E RESPONSÁVEIS

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

 AMBIENTES + DIVERSOS E INCLUSIVOS


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)

 AMBIENTES + DIVERSOS E INCLUSIVOS

Fórum de Empresas e Direitos LGBT — Mais de 80 empresas brasileiras

 AMBIENTES + DIVERSOS E INCLUSIVOS


Manifesto Seja Antirracista — Instituto Identidades do Brasil (ID_BR)

 AMBIENTES + DIVERSOS E INCLUSIVOS

Movimento Mulher 360 — Instituto Ethos

 AMBIENTES + DIVERSOS E INCLUSIVOS

Princípios de Empoderamento das Mulheres — WEPs — ONU Mulheres

 AMBIENTES + DIVERSOS E INCLUSIVOS

Selo Sim à Igualdade Racial — Instituto Identidades do Brasil (ID_BR)

 AMBIENTES + DIVERSOS E INCLUSIVOS


Green Eletron — Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee, com mais de 20 empresas associadas).

 + PRESERVAÇÃO AMBIENTAL

Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção (Instituto Ethos)

 NEGÓCIOS PERENES E RESPONSÁVEIS

Rede Empresarial Inclusão Social da Pessoa com Deficiência (REIS)

 AMBIENTES + DIVERSOS E INCLUSIVOS

RESPONSABILIDADE DE TODOS

Acreditamos que adotar e monitorar compromissos, bem como estabelecer códigos e políticas, é necessário para reduzir os impactos gerados por nossas operações. Buscamos excelência em todas as nossas relações, com foco na construção coletiva diversa e inclusiva para todos os nossos públicos e partes interessadas, promovendo impactos sociais positivos para toda a sociedade em que estamos inseridos.

Os compromissos que firmamos, as políticas e os Códigos de Governança Corporativa integram as estratégias que definimos para a Companhia. Nesse sentido, todos os nossos colaboradores são responsáveis, em alguma instância, por honrar e implementar tais realizações no dia a dia de trabalho. Esses compromissos também embasam todas as decisões tomadas nos nossos negócios, conciliando interesses financeiros e boas práticas corporativas.

Da mesma forma, temos convenções voltadas à promoção e garantia da inclusão em todas as suas formas, consolidadas na Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos. Tais compromissos são estendidos a todos os nossos negócios e relacionamentos com partes interessadas (*stakeholders*).

AGENDA DE SENSIBILIZAÇÃO

Como forma de estimular um ambiente corporativo, no qual esses valores possam ser vivenciados na prática por todos, e garantir que os compromissos assumidos sejam honrados cotidianamente, apostamos na implementação de uma agenda que inclui a adesão aos compromissos públicos; a sensibilização e o letramento para todos os nossos *stakeholders* (veja em [Letramento, sensibilizações e campanhas](#)), os programas de capacitação; os processos antidiscriminatórios e de *compliance*; a acessibilidade; entre outras iniciativas.

Repudiamos qualquer tipo de preconceito, discriminação, assédio moral e sexual, trabalho em condições análogas à escravidão, exploração infantil e condições desumanas e degradantes de trabalho ou qualquer violação dos direitos humanos.

Os princípios, compromissos e diretrizes se aplicam a todas as empresas controladas do Grupo Casas Bahia, compreendendo toda nossa cadeia de valor e partes interessadas. Para o público interno, esses compromissos e seus desdobramentos são informados por meio de comunicações internas, treinamentos e grupos de afinidades. Já para o público externo, ficam disponíveis em: <https://ri.grupocasasbahia.com.br/governanca-corporativa/estatuto-codigos-politicas-e-regimentos/>.



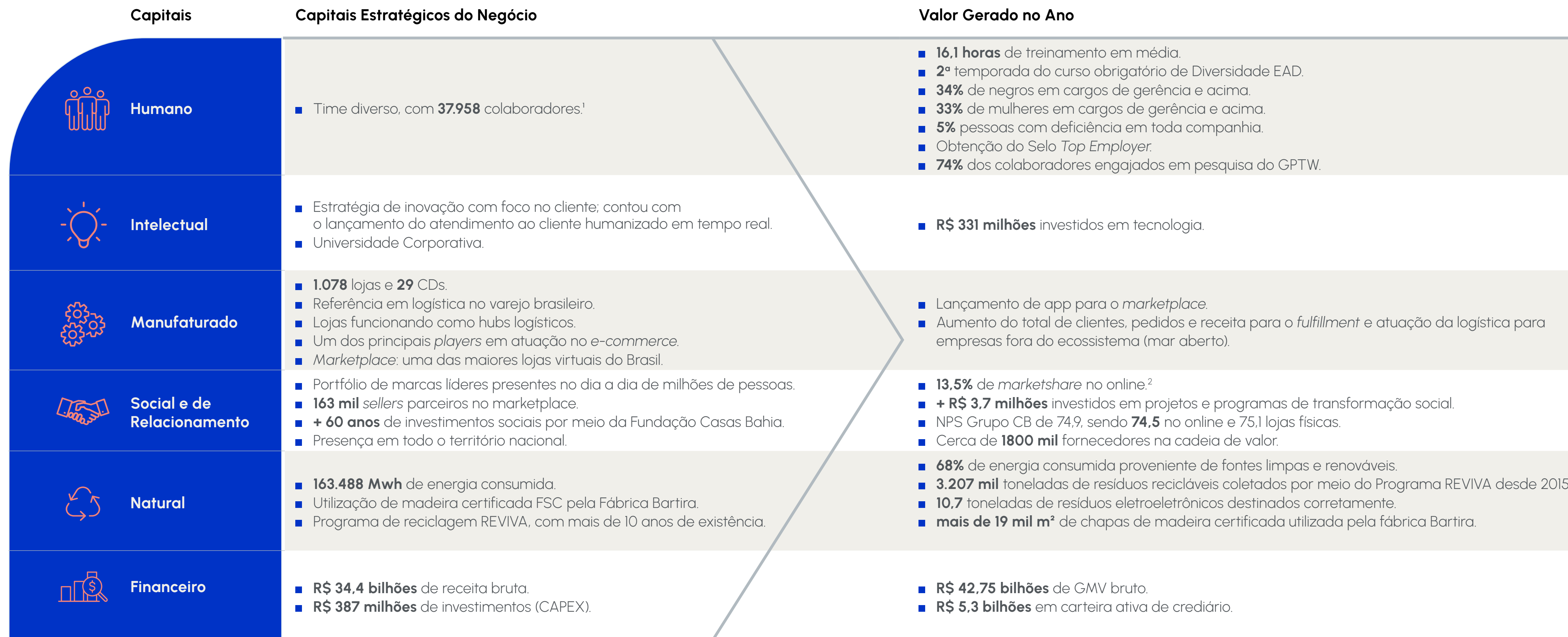
Mais detalhes também podem ser encontrados na [Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos](#).

Nossas relações têm como horizonte a construção coletiva, diversa e inclusiva. Para reforçar essa visão, dispomos de diretrizes voltadas à promoção e à garantia da inclusão, consolidadas na **Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos**. Os compromissos inseridos no documento estendem-se a todos os nossos públicos e partes interessadas.



Fabiana Nepomuceno - Hub SCS

Modelo de negócio e Geração de valor



¹Base total de colaboradores em dezembro de 2023.

²Fonte: Compre & Confie.

AMBIENTAL

Princípios e aspectos ambientais
Ecoeficiência e Economia circular
Mudanças climáticas e emissões
Energia



Princípios e aspectos ambientais

Sabemos que nossa operação é complexa e envolve muitas áreas da Companhia e a cadeia de fornecedores. Devido a nossa grande rede de lojas e CDs em todo o Brasil, estamos permanentemente identificando, monitorando os impactos ambientais sobre a nossa operação e mitigando eventuais vulnerabilidades.

Vale destacar que, no conglomerado de empresas do Grupo, há diferenças entre os impactos de cada tipo de atividade exercida. A Fábrica de Móveis Bartira, por exemplo, tem influência sobre o uso de recursos naturais (madeira), enquanto as lojas físicas geram maior impacto sobre o uso de energia e a logística registra expressivo volume de emissões de gases de efeito estufa.

Ao observarmos as operações envolvidas nos negócios do Grupo Casas Bahia, tem-se como pontos críticos os seguintes aspectos ambientais:



Consumo de embalagens



Consumo de energia pela organização



Geração de emissões provenientes da frota de veículos (logística)

Esses aspectos estão diretamente ligados aos princípios da **economia circular**, que propõe uma redução na produção de resíduos até o ponto em que eles sejam completamente reintroduzidos no ciclo de produção e consumo, utilizando processos de reciclagem e considerando a redução das emissões de gases de efeito estufa e o uso de energia renovável.

Sendo assim, entendemos ser fundamental, inserir de forma estratégica o conceito da economia circular nas nossas operações.

Política Corporativa Ambiental

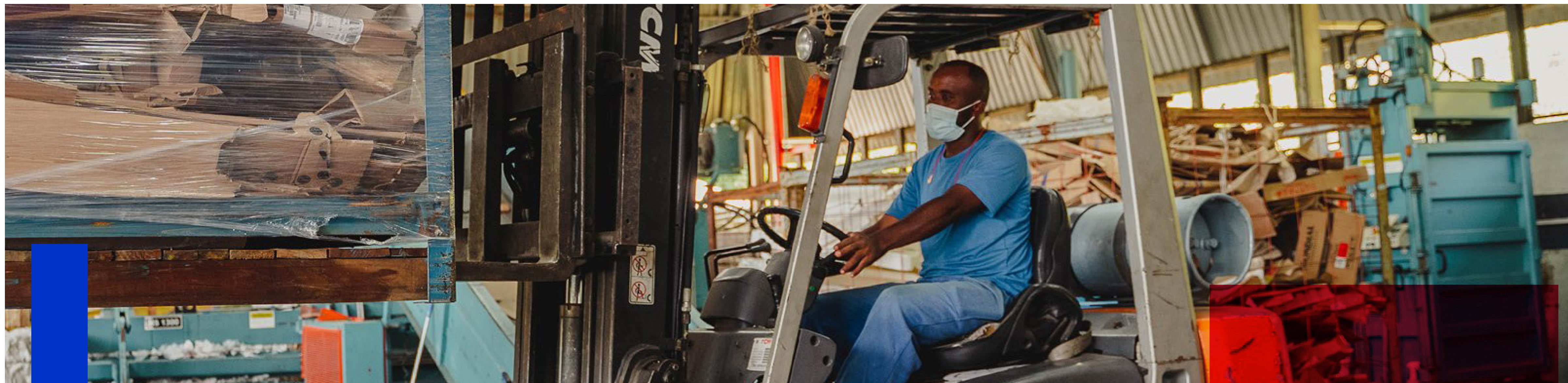
A Política Corporativa Ambiental concentra os temas relativos à ecoeficiência, como resíduos e utilização de energia elétrica. Sobre ambos, observamos e analisamos o desempenho da qualidade da gestão.

Diante desse cenário, estabelecemos quatro compromissos principais, que se desdobram em planos de ação, que são aprimorados constantemente. São eles:

- Aumento progressivo no uso de energia renovável;
- Mapeamento dos aspectos e impactos ambientais causados pela operação;
- Aumento da adesão ao Programa Reviva (Programa de Coleta de Resíduos Recicláveis);
- Gestão das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) com foco na mitigação das emissões oriundas da operação.



Cooperado- Programa Reviva



Ecoeficiência e Economia circular

GRI 3-3 | SASB CG-MR-410a.3

O emprego do conceito de circularidade é tão relevante para nós que está inserido no nosso modelo de negócio, tendo como meta reutilizar materiais antes do descarte final.

Como forma de gestão atuamos junto às equipes, fornecendo apoio aos processos de envios dos resíduos, emissões de notas e aplicações de treinamentos sobre temas relacionados à agenda ESG. Com isso, percebemos, um aumento no engajamento dos nossos colaboradores nos processos do envio dos materiais para destinação final, impactando positivamente as metas internas das áreas envolvidas.

Desde 2008, contamos com o Programa Reviva, que atua, em duas frentes:

Resíduos recicláveis – gerados em escritórios, lojas e centros de distribuição, bem como as embalagens devolvidas pelos

clientes durante a entrega dos produtos, que são encaminhados para 12 cooperativas parceiras. Atualmente, 100% das nossas operações são atendidas pelo programa Reviva, o que nos traz desafios logísticos, operacionais e de engajamento de público, dada a capilaridade da nossa rede de lojas e a necessidade de investimento em ações de treinamento e comunicação;

Logística reversa de eletroeletrônicos – os equipamentos descartados pelos clientes nos coletores dispostos em nossas lojas são encaminhados para um parceiro especializado, que faz a destinação correta desses materiais.

Com isso, o programa viabiliza o processo da seleção de materiais recicláveis de todo o Grupo, reduzindo o volume de resíduos destinados para o aterro, aumentando a volumetria destinada às cooperativas de reciclagem e reduzindo parte dos impactos gerados direta e indiretamente nas nossas operações.

Nossos colaboradores estão cada vez mais engajados nos processos de gestão de resíduos, o que impacta positivamente nas metas internas das áreas envolvidas.

PROGRAMA REVIVA

O desafio constante do Reviva é fomentar, dar destaque e visibilidade a suas ações, para que todos os colaboradores possam participar desse movimento. Nesse sentido, reforçamos as comunicações do programa e obtivemos um resultado significativo de material coletado. A maturidade que alcançamos na sua operacionalização merece destaque em 2023. O maior engajamento dos colaboradores nos trouxe mais segurança de estarmos desempenhando um bom programa socioambiental.

No ano, foram encaminhadas para a reciclagem mais de três mil toneladas de resíduos, como plástico, isopor, papel e papelão, coletados em parte dos nossos escritórios, lojas e centros de distribuição.

Assim, reduzimos os impactos ambientais de nossas operações e, ao mesmo tempo, contribuimos para a geração de renda e a inclusão social dos cooperados. Durante o ano, apoiamos cerca de 250 famílias, que estão ligadas às cooperativas parceiras, responsáveis pela reciclagem desse material.

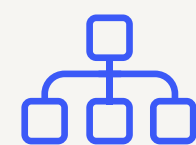
GRI 306-2

Além da reciclagem promovida pelo Programa Reviva, temos atuado na conscientização da nossa cadeia de valor sobre a necessidade de reaproveitar resíduos gerados, tendo como objetivo a economia circular.

Ao longo do ano, atuamos juntamente com parceiros de negócio para incentivar o reaproveitamento de materiais, como por exemplo o isopor. Em 2023, uma parte desse resíduo - cerca de 40 toneladas, vindas de 346 lojas da região sudeste, foram destinadas à indústria. Este material foi utilizado como insumo para a produção de novos produtos (batentes de porta, rodapés, porta retratos etc.), permitindo a nossa atuação direta na economia circular.

Mais de 3 mil toneladas de resíduos coletados foram encaminhadas para a reciclagem.

Fontes de geração de resíduos recicláveis na Companhia



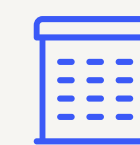
CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

- Embalagens de produtos
- Embalagens devolvidas pelos clientes no momento da entrega dos produtos



LOJAS

- Embalagens de produtos
- Materiais utilizados em campanhas, como cartazes e papéis de escritório
- Sacolas plásticas



ESCRITÓRIOS

- Resíduos de coleta seletiva como papéis, copos etc.



COOPERATIVA

Triagem e venda de materiais

- Triagem e venda de materiais
- Redução do volume destinado a aterros + Destinação ambientalmente adequada + Geração de renda

Logística reversa de eletroeletrônicos

GRI 301-3

A logística reversa de eletroeletrônicos garante que os equipamentos sem uso, descartados pelos clientes nos coletores distribuídos em nossas lojas, tenham destinação adequada, minimizando os impactos ocasionados ao meio ambiente.

O engajamento de vendedores é fundamental neste processo; eles atuam como incentivadores do consumidor para que este deposite seus eletroeletrônicos usados nos coletores, após o fim de sua vida útil. Nesse sentido, as campanhas e o treinamento das equipes de loja precisam ser constantemente reforçados. Até dezembro de 2023, disponibilizamos 593 pontos de coleta.

O material coletado é encaminhado para uma empresa parceira, a Green Eletron, que fica responsável pela destinação final ambientalmente correta. Os dados são medidos mensalmente e disponibilizados pelo parceiro em uma plataforma digital para o acompanhamento dos dados. Em 2023, 10,7 toneladas de eletroeletrônicos foram recolhidas, 128% a mais do que no ano anterior. Desde 2019, já foram recicladas 20,7 ton de eletroeletrônicos descartados pelos clientes nas lojas.

Internamente, as operações de logística reversa também têm apoio do Departamento de Assistência Técnica (DAT), que, em 2023, gerou cerca de R\$ 653,5 milhões com a recuperação e posterior revenda de mais de 785,6 mil de peças reutilizáveis e mais de R\$ 85 milhões com o envio de mais de 75,9 mil itens para reciclagem.

Em 2023, 10,7 toneladas de eletroeletrônicos foram recolhidas, 128% a mais do que no ano anterior.

Resíduos nas operações

GRI 306-1 | 306-2 | 306-3 | 306-5

A geração de resíduos, é um impacto que ocorre no Grupo Casas Bahia, uma vez que a parcela significativa de resíduos gerados é decorrente das embalagens geradas na comercialização de produtos duráveis (Revenda) (impacto *downstream*). Em 2023, geramos cerca de 6,4 mil toneladas de resíduos. Todo o material coletado nas operações é gerenciado por empresas parceiras especializadas e mensalmente, recebemos informações com evidências de pesagens dos materiais, documentos de rastreio de coleta e destinação dos resíduos. Além disso, anualmente atualizamos as documentações cadastrais dos parceiros.

Para assegurar a rastreabilidade do 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). Monitoramos o cumprimento dos prazos de envio dessas documentações, garantindo que os serviços são prestados em conformidade com as obrigações contratuais e normas legais.

Em 2023, registramos uma queda de 45% da geração de resíduos perigosos Classe I (inflamáveis, corrosivos ou tóxicos) e de 6% de resíduos não perigosos Classe II, se comparados a 2022. A redução na geração de resíduos perigosos é devida à alterações no processo operacional (tratamento de efluentes e líquido contaminado).

GERAÇÃO DE RESÍDUOS, EM TONELADAS

	Destinação Final - Fora da Organização	2021	2022	2023
Classe I Perigoso				
Outros ¹	Tratamento de efluente	27,4	12,7	2,3
	Aterro	1,8	11,7	0,4
Sólidos contaminados	Aterro	5,1	16,7	6,2
	Coprocessamento	0,0	0,0	3,4
Lodo de ete	Tratamento de efluente	0,0	27,0	24,0
Lâmpadas	Descontaminação	0,0	0,0	0,5
Óleo usado	Rerrefino	0,0	0,0	0,3
Infectante	Auto Clave/Incineração (sem recuperação de energia)	0,0	0,0	0,2
Subtotal		34,3	68,1	37,4
Classe II Não perigoso				
Água de lavagem de bateria	Tratamento de efluente	101,6	70,0	69,2
Entulho	Aterro	83,7	72,8	34,9
Comum	Aterro	2.743,9	2.682,4	2.337,8
	Incineração (sem recuperação de energia)	0,0	0,0	9,9
	Recuperação Energetica	0,0	0,0	8,0
Gordura vegetal	Tratamento de efluente	0,0	70,0	71,6
	Biodigestão	0,0	0,0	2,0
Orgânico	Aterro	255,6	312,4	342,9
	Alimentação Animal	0,0	0,0	24,8
Outros ²	Tratamento de efluente	72,6	188,0	203,5
	Aterro	0,0	0,0	44,2
	Compostagem	0,0	0,0	23,3
	Reciclagem	0,0	0,0	24,2
Subtotal		3.257,4	3.395,6	3.196,3
Classe II Recicável				
Isopor	Reciclagem	0,0	0,0	73,7
Madeira	Reciclagem	1.274,1	643,7	453,2
Papel	Reciclagem	403,3	181,8	185,2
Papelão	Reciclagem	1.451,0	1.570,3	1.499,8
Plástico	Reciclagem	342,1	256,8	240,0
Sucatas	Reciclagem	1.024,2	716,2	669,6
Outros ³	Coprocessamento	0,0	0,0	44,8
	Reciclagem	242,9	155,0	30,0
Subtotal		4.494,7	3.368,8	3.196,3
Total		7.786,4	6.832,5	6.430,0

¹Tratamento de efluente (Água de lavagem de bateria, água com óleo)/ Aterro (Avaria - líquidos e efluentes). ²Tratamento de efluente (Limpeza de fossa e lodo ETE) / Aterro (Avaria-líquidos, Avaria-sólidos, jardinagem, pedra, vidros)/ Compostagem (Gordura vegetal, jardinagem e orgânicos)/ Reciclagem (Lâmpada, madeira). ³Recicláveis (óleo usado, óleo vegetal, vidro e outros resíduos) / Coprocessamentos (Papelão, Plástico e Isopor)



Cooperado - Programa Reviva



Gestão de resíduos na Bartira

Em nossa fábrica de móveis, Bartira, identificamos que os principais impactos relacionados à geração de resíduos estão associados ao potencial de contaminação durante as fases de pintura e à contaminação cruzada, que pode comprometer a reciclabilidade desses resíduos.

Para minimizar os impactos da geração de resíduos na nossa operação, estamos focados em reduzir a dependência de materiais nos processos de fabricação e em garantir a destinação adequada dos volumes gerados, com o objetivo de recuperar os materiais sempre que possível e reintegrá-los ao ciclo produtivo.

Na Bartira, a gestão de resíduos é realizada em parceria com empresas cadastradas na Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (Cetesb) e na Fundação Estadual do Meio Ambiente (Feam). O preenchimento do Manifesto de Transporte Terrestre (MTR), do Certificado de Destinação Final (CDF) e da Declaração de Movimentação de Resíduos (DMR), trimestral, asseguram a rastreabilidade dos resíduos coletados e transportados.

Monitoramos rigorosamente o cumprimento dos prazos de envio dessas documentações, mantendo um controle sistematizado do processo, garantindo que os serviços são executados em conformidade com as obrigações contratuais e as normas legais.

Na Fábrica Bartira, também temos atuado na conscientização da nossa cadeia de valor sobre a necessidade de reaproveitar resíduos gerados, tendo como objetivo a economia circular.

Ao longo do ano, atuamos juntamente com parceiros de negócio para incentivar o reaproveitamento de materiais, como por exemplo a pó de madeira, matéria-prima utilizada para a produção de móveis. Em 2023, foram reaproveitados cerca de 8 mil toneladas de pó de madeira, sendo utilizado em fornos de cerâmica para a cura dos blocos, permitindo a nossa atuação direta na economia circular.

Resíduos Não Perigosos Recuperados 2023 Classe II		2021	2022	2023
(em toneladas)				
Biomassa	Madeira	19.725,0	8.820,0	8.195
Reciclagem	Metal	221,0	66,0	54,8
Reciclagem	Papelão	192,0	117,6	107,7
Reciclagem	Plástico	134,0	51,0	49,7
Reciclagem	Vidro	*	*	1,1
Total de resíduos não perigosos recuperados		20.272,0	9.053,6	8.408,3

Resíduos Perigosos Recuperados 2023 Classe I		2021	2022	2023
(em toneladas)				
Reciclagem para produção de tinta	Borra de Tinta	90,0	42,0	27,4
Total de resíduos perigosos recuperados		90,0	42,0	27,4

Resíduos Não Perigosos 2023 Classe II		2021	2022	2023
(em toneladas)				
Aterro	Lixo comum	111,0	119,9	78,5
Total de resíduos não perigosos recuperados		111,0	119,9	78,5

Resíduos Perigosos Recuperados 2023 Classe I		2021	2022	2023
(em toneladas)				
Incineração	Descontaminação do solo	54,4	52,0	55,3
	Pintura			
Rerrefino	Óleo Mineral	*	*	1,1
Total de resíduos perigosos recuperados		54,4	52,0	56,3
Total geral		20.527,4	9.267,5	8.570,5

Todos os dados são alimentados no Forms/BI, oriundos das Notas Fiscais e Manifesto de Transporte de Resíduos. Em 2023, tivemos redução de 11% da geração de resíduos perigosos (Classe I), e diminuição de 7,3% dos resíduos não perigosos (Classe II) se comparado a 2022. Incineração (sem recuperação de energia) como disposição final, disponível apenas para os resíduos classificados como classe I.

Mudanças climáticas e emissões

GRI 3-3 305-1 | 305-2 | 305-3 | 305-4 | 305-5

Visando monitorar e reduzir as emissões de nossas operações, elaboramos, desde 2019, o inventário de Gases de Efeito Estufa. O objetivo é quantificar nosso impacto em relação às mudanças climáticas e apoiar a elaboração de estratégias para mitigar esse impacto. O inventário é realizado anualmente de acordo com o Programa Brasileiro do GHG Protocol, que adota uma metodologia internacionalmente reconhecida para quantificar as emissões.

Desde 2021, recebemos o Selo Ouro do GHG Protocol, por realizarmos um inventário de emissões completo, com assecuração por terceira parte independente. Além disso, reportamos nossas informações por meio da CDP Disclosure Insight Action, que apoia as empresas no combate às mudanças climáticas, por meio de mapeamento e levantamento dos riscos climáticos.

Em 2023, apresentamos evolução na nota CDP: passamos de C para B, sobretudo em razão de melhorias de gestão, conscientização das lideranças e ampliação da divulgação do tema dentro do Grupo.

Mapeamos os escopos 1, 2 e 3 de nossas emissões de GEE. Os resultados são publicados e disponibilizados no site de [Registro Público de Emissões](#), da Fundação Getulio Vargas (FGV).

EMISSÕES DE GEE

(toneladas de CO₂e)

	2021	2022	2023
Escopo 1 (Emissões diretas)	6.341,8	5.174,7	3.904,3
Escopo 2 (Emissões indiretas - por localização)	24.069,5	6.444,4	6.223,5
Escopo 2 (Emissões indiretas - por escolha de compra)	-	6.001,4	-
Escopo 3 (Outras emissões indiretas)	65.232	69.261,9	69.631,7
Total (escolha de compra)	-	80.438	-
Total (localização)	95.643,3	80.881,0	79.759,6

EMISSÕES BIOGÊNICAS

(toneladas de CO₂e)

	2021	2022	2023
Emissões biogênicas de CO ₂ - Escopo 1	-	411,7	287
Emissões biogênicas de CO ₂ - Escopo 3	-	7.527,3	8.100,44

INTENSIDADE DAS EMISSÕES

(tCO₂e/MM em Receita Líquida)

Emissões diretas e indiretas (Escopos 1, 2, E 3)	2021	2022	2023
Abordagem por "localização"	3,09	2,62	2,87
Abordagem por "escolha de compra"	-	2,60	-

Nota 1: Em 2022 realizamos a aquisição dos certificados de energia renovável I-REC (International - Renewable Energy Certificate) representando 10.000 MWh de eletricidade gerada a partir de fontes renováveis.

Nota 2: Gases de efeito estufa de acordo com as diretrizes do GHG Protocol disponíveis em <https://registropublicodeemissoes.fgv.br/>

Nota 3: As emissões dos escopos 1 e 2 apresentaram redução em relação ao ano de 2021.

Emissões de GEE da logística

Ao longo dos últimos anos, a transformação do processo de logística do Grupo Casas Bahia apoiou a redução das emissões de nossas operações.

Ao descentralizarmos as entregas dos centros de distribuição para as nossas lojas, que se tornaram *hubs*, e utilizarmos a ASAPLog para a entrega da última milha – última fase da entrega do produto, até chegar às mãos do cliente final – diminuímos o uso de caminhões pesados. Estes foram substituídos por veículos mais leves e ágeis, que consomem menos combustível e emitem menos CO₂. Também passamos a utilizar veículos elétricos e bicicletas para realizar algumas entregas mais próximas.

Igualmente, demos atenção à revisão e otimização de rotas logísticas, bem como a divisão de cargas por veículo, para ampliar a eficiência, com uso de softwares que podem garantir o melhor trajeto de cada veículo, reduzindo o volume de quilômetros rodados e evitando viagens adicionais ou deslocamentos de vários veículos nas mesmas regiões e horários.

Outra iniciativa para reduzir as emissões de gases de efeito estufa é o Retira Rápido, disponível em 100% das lojas físicas, para que os clientes possam retirar suas compras online na loja mais próxima.

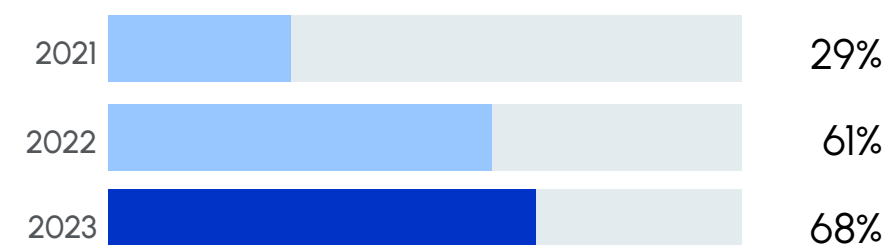
Energia

GRI 302-1 | 302-2 | 302-3 | SASB CG-MR-130a.1 | CG-EC-130a.1

Para avançarmos em relação à nossa meta de energia renovável, trabalhamos com a migração do consumo das nossas instalações. Para as unidades que usam alta e média tensões elétricas, 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. Para as unidades de baixa tensão, compramos energia solar proveniente de geração distribuída.

Com as iniciativas realizadas ao longo do ano, superamos a meta estabelecida, saindo de 61% de energia renovável em 2022 e chegando a 68% ao final de 2023, conforme gráfico abaixo:

Uso de energia renovável



INTENSIDADE ENERGÉTICA PARA A ORGANIZAÇÃO

	2022	2023
Casas Bahia	0,168 GJ/m ²	0,192 GJ/m ²
Bartira	19,20 J/SKU	62,79 J/SKU

Nota: Fonte dos fatores de conversão: Balanço Energético Nacional (BEN)
Métrica denominador: Casas Bahia: M2 e Bartira: SKU. Para o cálculo da intensidade energética foi considerado energia elétrica. Taxa utilizada dentro da organização.

Firmamos uma meta pública para aquisição de 90% de energia renovável até 2025 para todos os nossos negócios (escritórios, lojas, CD e fábrica).

CONSUMO DE ENERGIA

MWh

	2021	2022	2023
	190.307	150.892	163.488

CONSUMO DE ENERGIA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO¹²

(GJ)

	2021	2022	2023
Combustíveis não renováveis	28.462,3	16.962,8	19.862,4
Combustíveis renováveis	-- ³	6.019,5	4.195,2
Consumo de energia	689.371,2	543.202,1	588.663,6
Total	717.833,5	566.184,4	612.721,2

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

² Perc. de etanol na gasolina: 27%; Perc. de Biodiesel no Diesel: 11,5%. Fonte do percentual: ferramenta GHG 2023.

³ Em 2021 o dado de combustíveis renováveis não foi reportado

CONSUMO DE ENERGIA FORA DA ORGANIZAÇÃO¹²³

(em joules ou seus múltiplos)

	2021	2022		2023	
		Não Renováveis	Renováveis	Não Renováveis	Renováveis
Diesel	719.487,5	881.153,1	91.450,9	842.379,0	102.244,8
Gasolina	91.621,7	15.354,1	3.938,6	34.098,7	8.746,9
Subtotais	-	896.507,2	95.389,5	876.477,7	11.0991,7
Total	811.109,2	991.896,7		987.469,4	

¹ Informações referentes à logística - CDs, Bartira, lojas e última milha.

² Perc. de etanol na gasolina: 27%; Perc. de Biodiesel no Diesel: 11,5%. Fonte do percentual: ferramenta GHG 2023

³ Fonte de fatores de conversão: Balanço Energético Nacional (BEN).



SOCIAL

Nossos colaboradores
Jornada do colaborador
Saúde e Segurança
Atuação social ESG
Relacionamento com fornecedores



Nossos colaboradores

GRI 2-7

Um dos pilares da nossa cultura é a paixão pela nossa gente. Acreditamos que nosso capital humano seja o maior diferencial do Grupo Casas Bahia e, assim temos a responsabilidade coletiva de cuidar de cada pessoa, para que possamos construir um mundo mais justo e sustentável.

Nesse espírito de colaboração e desenvolvimento, esperamos que nossa gente respeite os indivíduos e as ideias diferentes e que promova um ambiente inclusivo, seguro e livre de julgamentos. À vista disso, consideramos essencial fazer do ambiente de trabalho um lugar acolhedor, próspero e estimulante, com foco na diversidade, equidade de gênero e inclusão de talentos. Nossos colaboradores compreendem isso e estão totalmente engajados com o propósito de nos dedicarmos ao cliente de forma íntegra e ética, além de seguirmos as regras e políticas com transparência e responsabilidade.

Essas diretrizes são essenciais para garantir que todo o projeto de mudança de postura e de geração de um ambiente propício para o desenvolvimento contínuo prospere no Grupo Casas Bahia.

Ao final de 2023, o Grupo Casas Bahia possuía 37.958 colaboradores, permanentes e temporários, sendo 54,2% homens e 45,8% mulheres.



No ano, notamos uma redução do total de colaboradores do Grupo, devido à execução do plano de transformação CB25 e à revisão das projeções macroeconômicas apresentadas em 2021 como premissas de atuação até 2025. As informações referente a quantidade de colaboradores são geridos pela área de Gente e Gestão através de sistema interno.

Informações dos empregados, por tipo de contrato de trabalho e gênero (2023)



Lucas Lima - Hub SP



Tatiane da Rocha – SCS

GRI 2-7

INFORMAÇÕES DOS EMPREGADOS

(por tipo de contrato de trabalho e gênero)

	2021			2022			2023		
	Homem	Mulher	Total	Homem	Mulher	Total	Homem	Mulher	Total
Empregados permanentes	26.898	22.808	49.706	23.803	20.217	44.020	19.594	16.333	35.927
Empregados temporários	-	-	2.758	869	1.214	2.083	974	1.057	2.031
Total	26.898	22.808	52.464	24.672	21.431	46.103	20.568	17.390	37.958

¹ Em 2021, a Companhia não possuía informações sobre gênero dos colaboradores temporários.

GRI 2-7

INFORMAÇÕES DOS EMPREGADOS

por tipo de trabalho e gênero ¹

	2021			2022			2023		
	Homem	Mulher	Total	Homem	Mulher	Total	Homem	Mulher	Total
Empregados em período integral	26.774	22.541	49.315	23.687	20.081	43.768	19.522	16.266	35.788
Empregados em período parcial	919	1.497	2.416	985	1.350	2.335	1.046	1.124	2.170
Total	27.693	24.038	51.731	24.672	21.431	46.103	20.568	17.390	37.958

¹ Não há empregados sem garantia de horas

GRI 2-7
INFORMAÇÕES DOS EMPREGADOS

(por região)

	2021	2022	2023	
Empregados permanentes	Norte	1.075	1.481	1.164
	Nordeste	6.758	6.039	5.045
	Centro-Oeste	3.400	2.948	2.399
	Sul	3.403	2.979	2.170
	Sudeste	35.070	30.573	25.149
	Total	49.706	44.020	35.927
	Empregados temporários	Norte	369	21
Nordeste		649	304	311
Centro-Oeste		335	129	143
Sul		464	190	152
Sudeste		941	1.439	1.364
Total		2.758	2.083	2.031
Total	Norte	1.444	1.502	1.225
	Nordeste	7.407	6.343	5.356
	Centro-Oeste	3.735	3.077	2.542
	Sul	3.867	3.169	2.322
	Sudeste	36.011	32.012	26.513
Total	52.464	46.103	37.958	

GRI 2-7
INFORMAÇÕES DOS EMPREGADOS,

(por tipo de emprego e região)

	2021	2022	2023	
Empregados em período integral	Norte	1.075	1.477	1.161
	Nordeste	6.748	6.032	5.041
	Centro-Oeste	3.386	2.940	2.394
	Sul	3.389	2.968	2.164
	Sudeste	34.717	30.351	25.028
	Total	49.315	43.768	35.788
Empregados em período parcial	Norte	24	25	64
	Nordeste	293	311	315
	Centro-Oeste	110	137	148
	Sul	199	201	158
	Sudeste	1.790	1.661	1.485
Total	2.416	2.335	2.170	
Total	Norte	1.099	1.502	1.225
	Nordeste	7.041	6.343	5.356
	Centro-Oeste	3.496	3.077	2.542
	Sul	3.588	3.169	2.322
	Sudeste	36.507	32.012	26.513
	Total	51.731	46.103	37.958

¹ Não há empregados sem garantia de horas

GRI 405-2

RAZÃO ENTRE REMUNERAÇÃO DE HOMENS E MULHERES

	2021	2022	2023
Diretor	0,91	0,92	0,87
Gerente	0,94	0,89	0,91
Gerente de Loja	0,91	0,91	0,91
Coordenador	0,91	0,94	0,93
Supervisor / Líder	0,97	0,95	0,92
Consultor / Especialista	0,73	0,72	0,78
Administrativo	0,76	0,72	0,72
Operacional	0,86	0,88	0,87
Comissionados	0,96	0,98	0,99

Jornada do colaborador

No Grupo Casas Bahia, valorizamos as pessoas, incentivando nelas o desejo de aprender em todas as etapas de sua jornada como colaborador – da contratação ao desenvolvimento profissional –, de forma acolhedora e humana.

Contratações

GRI 401-I

Em 2023, contratamos 9.567 profissionais para o Grupo. Por outro lado, 17.753 deixaram a Companhia, resultado de um movimento de readequação do quadro em função do contexto de mercado.

GRI 401-I

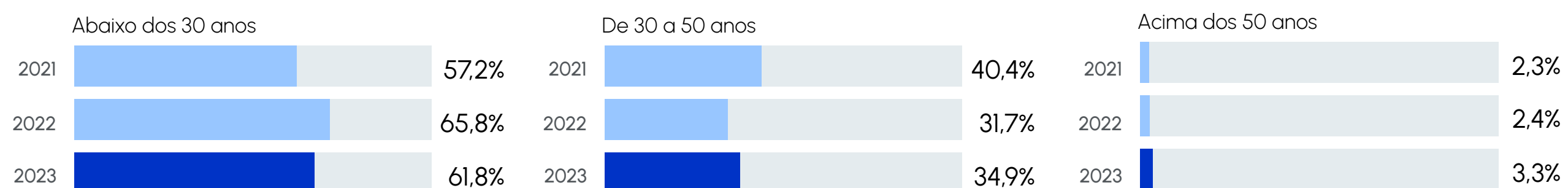
NOVAS CONTRATAÇÕES (por região)

Região	2021	%	2022	%	2023	%
Centro Oeste	1.037	8,1	986	8,8	936	9,8
Nordeste	1.774	13,8	1.285	11,4	1.195	12,5
Norte	726	5,6	976	8,7	398	4,2
Sudeste	7.693	59,8	6.635	59,1	6.022	62,9
Sul	1.643	12,8	1.344	12,0	1.016	10,6
Total	12.873	100	11.226	100	9.567	100
		51.731		46.103		37.958

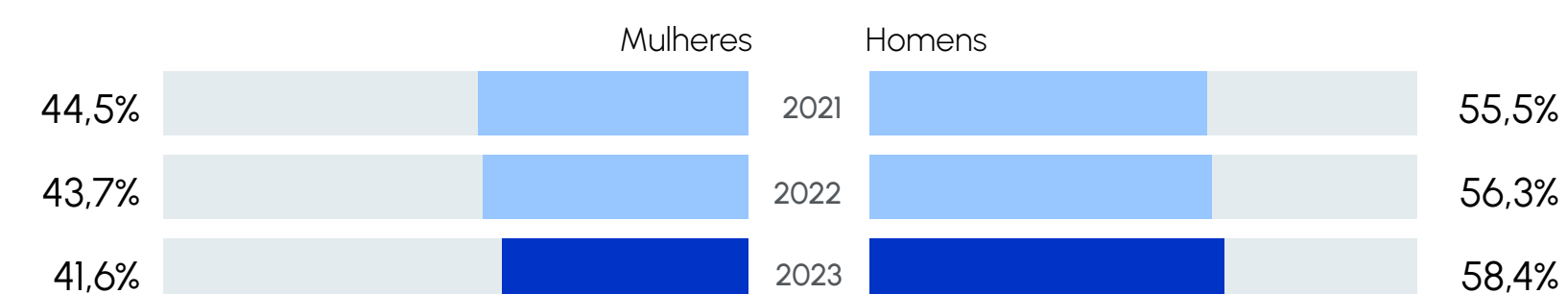


Rafaela Alves e Tammy Castro - SCS

Novas contratações GRI 401-I (Por faixa etária)



Novas contratações GRI 401-I (Por gênero)



Rotatividade

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

O índice de rotatividade do Grupo ficou em 17,1% no ano. O indicador compara o número de desligamentos voluntários com o total de colaboradores do Grupo, também conhecido como taxa de rotatividade voluntária. A taxa de rotatividade involuntária, no entanto, foi de 28% no período. Esse indicador confronta o número total de separações iniciadas – termo que inclui demissões, downsizing, redundância e não renovação de contratos de trabalho – com o total de colaboradores.

GRI 401-1

ROTATIVIDADE

(por faixa etária)

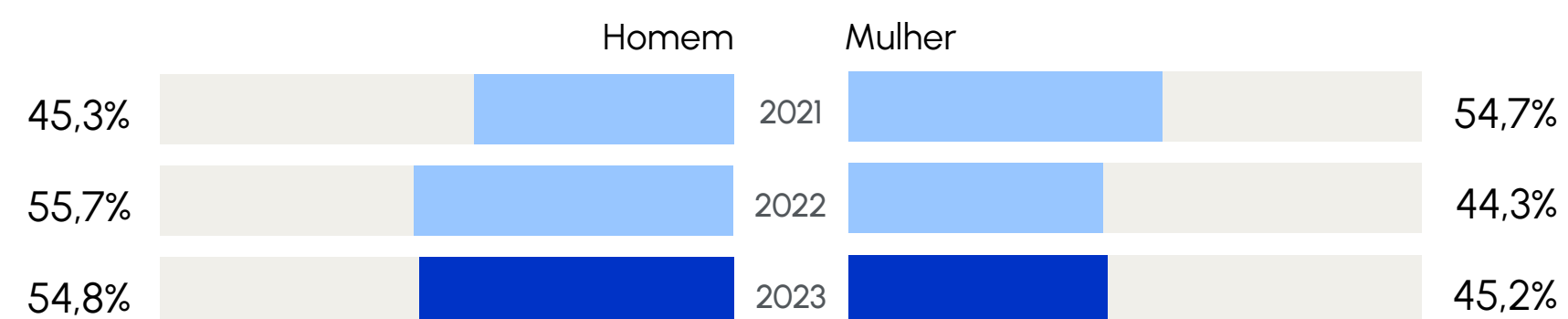
Faixa etária	2021	%	2022	%	2023	%
Abaixo de 30 anos	6.577	46,8	8.960	52,1	7.682	43,3
De 30 a 50 anos	6.316	44,9	7.458	43,4	8.635	48,6
Acima de 50 anos	1.172	8,3	767	4,5	1.436	8,1
Total	14.065	100	17.185	100	17.753	100

GRI 401-1

ROTATIVIDADE, POR REGIÃO

Região	2021	%	2022	%	2023	%
Centro Oeste	1.206	8,6	1.424	8,3	1.463	8,2
Nordeste	1.348	9,6	2.031	11,8	2.184	12,3
Norte	158	1,1	605	3,5	652	3,7
Sudeste	9.805	69,7	11.353	66,1	11.640	65,6
Sul	1.548	11,0	1.772	10,3	1.814	10,2
Total	14.065	100%	17.185	100%	17.753	100%

Rotatividade GRI 401-1
(Por gênero)



Benefícios

GRI 403-6 | 401-2 | 401-3

Nossos benefícios corporativos são essenciais como parte da estratégia de gente e gestão para estimular o melhor desempenho dos colaboradores, manter a competitividade com o mercado e atrair e reter os melhores talentos. Temos uma plataforma de soluções pensada especialmente para atender as diferentes necessidades ao longo da jornada profissional do colaborador e seus dependentes legais.

Os benefícios aos colaboradores são divididos em quatro pilares:

ATENÇÃO PRIMÁRIA À SAÚDE, PROMOÇÃO E PREVENÇÃO, BEM-ESTAR E GESTÃO DE RISCOS

Inclui assistência médica e odontológica, acesso ao Gympass e Totalpass, programa de gestantes, enxoval de bebês, programa de gerenciamento de doenças osteomusculares, Espaços de Saúde (nos hubs corporativos, CDs Jundiaí e Duque de Caxias e Fábrica de Móveis Bartira) e plataforma de telemedicina e telepsicologia exclusiva e gratuita, disponível 24 horas/dia, por vídeo ou telefone.

PSICOLOGIA, SUPORTE SOCIAL, GESTÃO DE CRISE E CONSULTORIA PREVIDENCIÁRIA

Oferece atendimento confidencial e gratuito 24 horas por dia, realizado por uma equipe multidisciplinar de assistentes sociais, psicólogos, advogados, orientadores financeiros e consultores previdenciários, de acordo com cada necessidade.

ALIMENTAÇÃO E MOBILIDADE

Enseja os benefícios, como vale-alimentação e refeição, cesta básica, vale-transporte, estacionamentos, fretados e restaurantes com refeição subsidiada nos centros de distribuição e fábrica.

SEGURANÇA FINANCEIRA

É composto por benefícios como assistência funeral, seguro de vida, empréstimo consignado, extensão da licença-maternidade e paternidade, previdência privada, cartão mamãe – que auxilia nas compras de artigos básicos para crianças, e plataforma exclusiva de descontos em produtos e serviços em mais de 3.000 parceiros.

Oferecemos ainda, o plano de Previdência Privada: uma opção de investimento financeiro que tem como objetivo complementar a renda na aposentadoria, com contribuição mensal da empresa de acordo com faixa salarial previsto na política de benefícios. Também garantimos licença não remunerada em situações como: afastamento acima de 15 dias, quando o colaborador não possuir direito ao auxílio-doença previdenciário; intercâmbio educacional; ações voluntárias; e doença na família, em casos de cônjuge, filhos, pai, mãe, irmãos e avós.

Além disso, oferecemos complemento à licença-maternidade até o sexto mês do bebê, para os casos em que a Previdência Social tenha caracterizado o afastamento como licença-maternidade antes da data do parto. Tanto a licença-maternidade, quanto a licença-paternidade são benefícios cujas taxas de retorno ao trabalho e retenção são ascendentes:



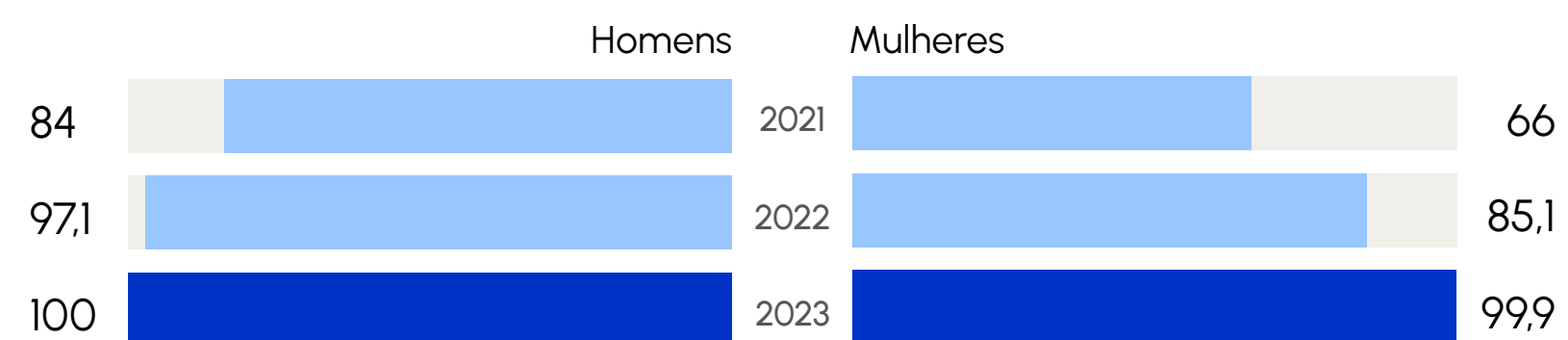
Michele Augusta da Silva - Hub SCS

GRI 401-3

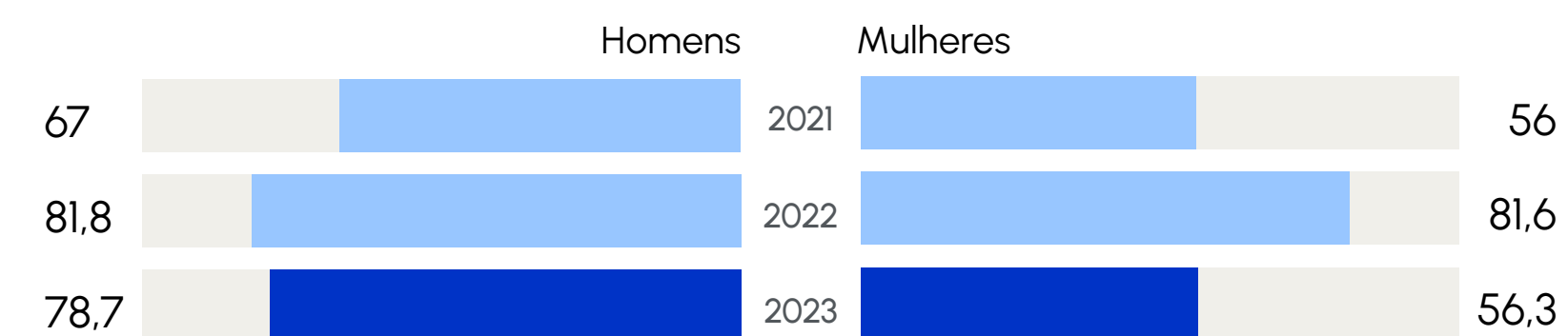
LICENÇA-MATERNIDADE/ PATERNIDADE

	2021		2022		2023	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Número total de empregados que tiraram licença-maternidade/ paternidade	706	1145	706	1190	602	969
Número total de empregados que retornaram ao trabalho após tirar uma licença-maternidade/ paternidade	-	-	701	913	602	935
Número total de empregados que retornaram ao trabalho após uma licença-maternidade/paternidade e continuaram empregados 12 meses após seu retorno ao trabalho	-	-	759	1042	474	526

Taxa de retorno ao trabalho de empregados que tiraram licença-maternidade/paternidade GRI 401-3 (%)



Taxa de retenção de empregados que tiraram licença-maternidade/paternidade¹ GRI 401-3 (%)



¹A taxa de retenção foi impactada devido ao processo de reestruturação que ocorreu ao longo do ano de 2023.

Carreira e desenvolvimento

GRI 404-1 | 404-2

Em um ano de muita movimentação nos nossos quadros, a capacitação e o desenvolvimento de carreira, que estimulam a retenção de talentos, são cada vez mais importantes. Por exemplo, diante da sofisticação dos processos financeiros e de crédito que envolvem nossas operações, qualificar o time de *backoffice* e vendas mostra-se fundamental.

Por esse motivo, reforçamos, em 2023, a capacitação dos colaboradores dessa área em questões relacionadas a meios de pagamento, por meio do programa "Carnê de A a Z", especialmente desenvolvido para esclarecer dúvidas dos novos membros e reavivar o conhecimento dos colaboradores veteranos da loja. Mais de 7.500 colaboradores foram treinados neste programa no ano.

Conduzimos o processo de integração dos colaboradores contratados ao longo do ano para o time de vendas e *backoffice* das nossas lojas. Um total de 3.878 novos colaboradores passaram pelo programa "Boas-Vindas, Boas Vendas", que introduz os recém contratados à empresa, aos nossos sistemas e processos, assim como aos produtos e serviços que oferecemos nas lojas aos nossos clientes.

O time de *backoffice* também foi capacitado pelo programa "*Backoffice Sem Fronteiras*", que abordou tanto conteúdos técnicos quanto comportamentais fundamentais para o desempenho de suas funções com qualidade e eficiência. Ao longo do ano, treinamos 5.636 colaboradores neste programa.

Capacitamos ainda 21.000 colaboradores, com treinamentos estratégicos de seguros e serviços, visando garantir uma oferta de qualidade e transparente aos clientes. Além disso, oferecemos conteúdos periódicos para reforçar os argumentos de apoio a diferentes produtos financeiros, reconhecendo que argumentos mais sólidos impulsionam as vendas.

NOVOS GERENTES

As oportunidades de evolução profissional dentro do Grupo fazem parte da nossa cultura. Por isso, tivemos diversas ações voltadas à preparação de novas lideranças. Formamos 63 novos gerentes recentemente contratados no "Treinamento de Novos Gerentes", com o intuito de preparar esses profissionais para liderar suas equipes de forma eficaz. O treinamento abordou temas como questões jurídicas, processos de vendas, gestão de caixa e estoque, ética, diversidade, bem como as habilidades necessárias para liderança de equipe.

Iniciamos também, junto a 804 gerentes de loja, o programa "Líder Formador". A iniciativa forneceu aos gerentes conteúdos que os auxiliam no dia a dia com suas equipes, destacando a importância do conhecimento, desenvolvendo habilidades e estimulando atitudes positivas em cada colaborador.

Todo o conteúdo dessa trilha foi criado para atender as necessidades do negócio, visando garantir qualidade e assertividade nas execuções. Mais de 90% do público-alvo já foi alcançado e consumiu o material, que propõe uma trilha de capacitação para o Fundo de Investimento em Direitos Creditórios (FIDC), desenvolvida e destinada à liderança de loja e à equipe de *backoffice*. Em 2024, este processo continuará, à medida em que o projeto do FIDC avança no Grupo.



Edenilson Alef - SCS

HORAS DE TREINAMENTO

Os treinamentos direcionados à equipe de operações de lojas priorizaram a aplicação por meios digitais, mas que alguns temas obrigatórios exigiram a presença física para serem aplicados. A variação identificada na tabela abaixo resulta da unificação das duas áreas de treinamento em 2023, gerando indicadores a partir de uma base única de cálculo:

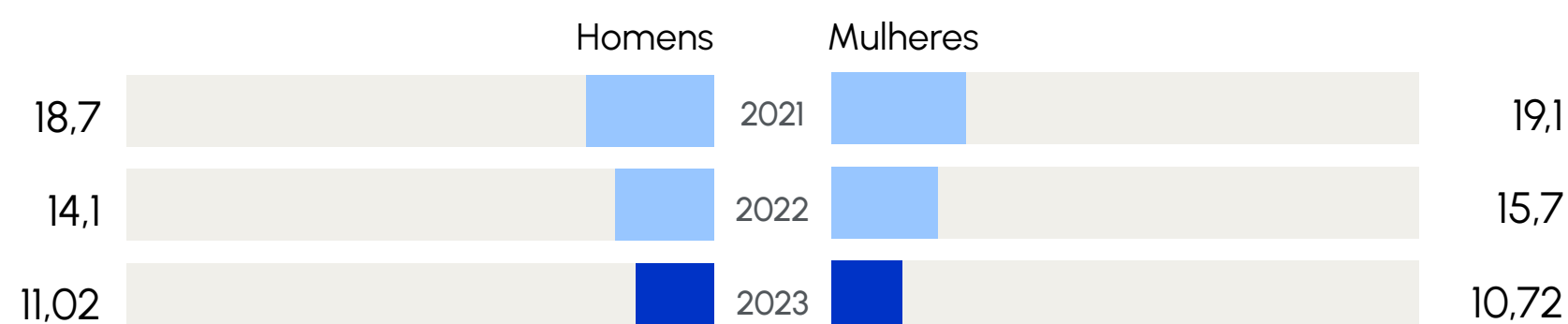
GRI 404-1

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO

(por empregado, por categoria funcional)

	2021	2022	2023
Categoria funcional	Média de horas	Média de horas	Média de horas
Lideranças (coordenadores e acima)	22,4	10,6	12,6
Não lideranças	18,5	15,0	10,8

Média de horas de capacitação GRI 404-1
(por empregado e gênero)



Um dos instrumentos mais relevantes de capacitação e aperfeiçoamento de habilidades dos nossos colaboradores é a Universidade Corporativa. Ela disponibiliza mais de 100 cursos em formato *e-learning*, segmentados nos temas de Desenvolvimento Comportamental, Metodologias, Procedimentos e Sistemas.

Entre os demais programas de desenvolvimento que oferecemos aos nossos colaboradores, destacam-se:

PROGRAMA VIA DE RESPOSTA

No mês de setembro, lançamos o curso obrigatório de diversidade, na segunda temporada do Programa Via de Resposta, voltado à sensibilização e letramento da diversidade. O treinamento atinge os colaboradores do Grupo todo, em parceria com as áreas de *Compliance*, Jurídica, Segurança da informação, Diversidade e Inclusão, e Saúde e Segurança.

O Via de Resposta é um conjunto de treinamentos obrigatórios, exigidos por órgãos reguladores ou por nossas diretrizes internas. O programa foi reformulado em 2022 para oferecer treinamentos atualizados de conteúdos, com o desenvolvimento de um *learning map* (um menu de "Episódios" e "Cenas" inspirado na interface de navegação de serviços de *streaming* de vídeo, como a Netflix).

Assim, o programa pretende criar uma narrativa mais atrativa que percorra todos os conteúdos de maneira fluida e agradável, resultando em maior aderência e engajamento dos colaboradores; ter uma narrativa empática, simples e única para todos os temas, capaz de promover aculturação e melhor experiência; demonstrar conteúdos através de histórias (*storytelling*), para fazer com que os colaboradores entendam a importância e os impactos do tema e como se relaciona com a função que exerce; e apresentar os conteúdos de acordo com a realidade de cada negócio (usando mensageria eficiente e engajadora) e regra de elegibilidade dos colaboradores.

Em 2023, o Via de Resposta registrou 74% de aderência média geral nos seus treinamentos. No quadro geral, tivemos 73,81% de cursos concluídos e 13,91% pendentes. Ainda estavam em andamento outros 12,28%.

PROGRAMA LAPIDAR

Possuímos também programas de desenvolvimento específicos, como o Lapidar. Por ele, oportunizamos a aceleração de carreiras e a formação de lideranças a partir de uma ação afirmativa racial, criada para promover o desenvolvimento de carreira de colaboradores autodeclarados negros e para disseminar a importância do enfrentamento do racismo estrutural.

Em sua primeira edição, em 2021, o Lapidar capacitou e treinou 34 pessoas autodeclaradas pretas e pardas, sendo que 70% delas foram promovidas ou tiveram algum mérito reconhecido. Em 2023, o programa foi reestruturado, incorporando a mentoria como parte da formação e será relançado a partir de 2024.

Saúde e Segurança

GRI 3-3 | 403-1 | 403-3 | 403-4 | 403-5 | 403-7 | 403-8 | 403-9 | 403-10

Como política de Saúde e Segurança do Trabalho (SST), fomentamos a cultura prevencionista em todos os níveis do Grupo, promovendo ações para a melhoria contínua das condições e dos ambientes de trabalho, garantindo a saúde física e mental dos colaboradores e contribuindo para maior produtividade e competitividade do negócio.

Dessa maneira, 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.

Para isso, realizamos exames periódicos, monitoramos indicadores de saúde e identificamos possíveis problemas relacionados ao trabalho. Nesse caso, 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 envolver, entre outras intervenções, mudanças nas práticas de trabalho e a introdução de equipamentos de proteção.

Por meio de consultoria especializada, igualmente realizamos avaliações detalhadas dos ambientes laborais, identificando potenciais perigos e riscos à saúde.

Estimulamos os colaboradores a participarem ativamente dos processos de Saúde e Segurança, por meio das Comissões Internas de Prevenção a Acidente do Trabalho (Cipa), durante a Semana/Mês Interno de Prevenção de Acidentes do Trabalho (Sipat/Mipat), e nos Diálogos Semanais de Segurança (DSS) realizados pelos gestores e membros das Cipas na fábrica e nos centros de distribuição (CDs), quando realizamos apontamentos e correções de situações de perigo no trabalho. Durante o Mipat, realizamos programas práticos e imersivos de treinamento e educação, visando conscientização sobre questões de saúde e segurança no ambiente de trabalho.

Possuímos uma comunicação ativa, clara e aberta sobre a disponibilidade desses serviços, incentivando os trabalhadores a buscarem assistência quando necessário pelos canais disponíveis.

GESTÃO PRÓPRIA

O software de Saúde e Segurança Operacional (SOC) é a nossa ferramenta de gestão do sistema de Saúde e Segurança, que abrange todos os setores, cargos e filiais da Companhia e tem como base padrões rigorosos. Adicionalmente, mantemos 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 centros de distribuição, fábrica de móveis, lojas e escritórios.

PASSOS DE SEGURANÇA

Um dos primeiros passos de todo colaborador na Companhia é receber as informações sobre os riscos operacionais através dos documentos admissionais, incluindo as condutas em caso de acidentes.

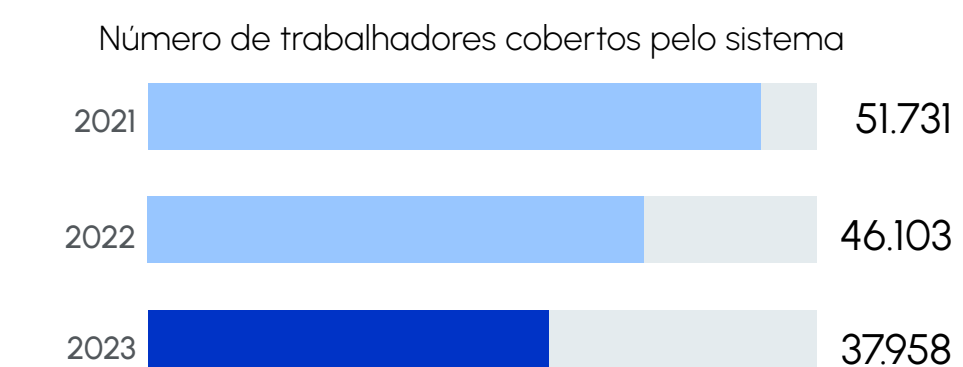
Em uma segunda etapa, ele recebe o treinamento presencial de integração do RH, sendo o SESMT uma das partes integrantes de participação. Um kit de apresentação é distribuído. Nele, constam informações de riscos e de condutas em caso de emergências.

As etapas seguintes envolvem realização de treinamentos disponíveis em modelo EAD. As instruções práticas das operações do CDs são ministradas presencialmente, abrangendo informativos sobre os riscos ocupacionais, as medidas de controle e as condutas em caso de emergência. Realizamos ainda reuniões mensais de alinhamento com lideranças dos centros de distribuição e, a cada dois meses, com lideranças de lojas, para abordar o tema de saúde e segurança no trabalho.

Além disso, temos disponível o Programa Acolher, que amplia as linhas de cuidado, prevenção e saúde, abrangendo diferentes aspectos da saúde física e mental dos colaboradores e seus familiares. lojas e escritórios.

Trabalhadores abrangidos pelo sistema de gestão de segurança e saúde ocupacional¹

(100% dos trabalhadores)



¹ Os colaboradores terceiros são cobertos pelo sistema dos fornecedores, conforme cláusulas contratuais estabelecidas.

CAPACITAÇÃO EM SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO OFERECIDA AOS COLABORADORES

Nome do treinamento	Descrição do treinamento
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 + Officeless / Home Office
NR 23	Brigada de incêndio
NR 35	Segurança em trabalhos com altura

EFETIVIDADE

GRI 403-2, 403-7

Avaliações sobre a efetividade dessas ações e o impacto na promoção de ambientes de trabalho seguros são realizadas pela Cipa, representação eleita pelos próprios colaboradores que reúne pelo menos uma vez ao mês e sempre que ocorre um acidente. Estas fazem rondas e aplicam *checklists*.

Prevenimos ou mitigamos os perigos, riscos e impactos negativos significativos na saúde e segurança ocupacional por meio de visitas técnicas in loco, realizadas por especialistas de Segurança do Trabalho, para levantamento das condições ambientais, e aplicação de *checklists*.

Entre outras providências, os líderes de lojas e centros de distribuição aplicam diários de bordo que permitem a visão das irregularidades e da execução dos planos de ação.

Qualquer colaborador, inclusive terceirizados, pode preencher formulários de identificação de desvios e quase acidentes. Caso necessário, são abertos planos de ação através do Relatório de Investigações de Ocorrências e monitoradas suas ações.

Dispomos ainda do Canal de Denúncias, sigiloso, para todo colaborador que se deparar com processos perigosos ou que queira se retirar de situações que julguem apresentar riscos à sua integridade física ou mental.

Os resultados desses processos são utilizados para avaliar e continuamente melhorar o sistema de gestão de SST. Em cada uma das etapas, se identificada a falta de adesão ou ausência de assertividade quando a alguma decisão ou frente iniciada, esta é revista imediatamente nos fóruns específicos mensais (CDs) e bimestrais (lojas), de responsabilidade das lideranças da unidade.

Cada uma das ações gera um indicador que é monitorado, controlado e apresentado às lideranças dos negócios. Para todos os indicadores não favoráveis, são abertos planos de ação, que devem ser acompanhados periodicamente.

RISCOS OCUPACIONAIS

GRI 403-9 | 403-10

Os riscos aos quais nossos colaboradores estão expostos, em termos de segurança do trabalho, são baixos. O maior deles é com equipamentos com partes móveis expostas. Já os perigos relacionados ao trabalho são: carregamento de peso; movimentação frequente dos ombros; impacto contra algum objeto e inseguranças emocionais no período pós-pandêmico.

É possível denunciar riscos, perigos e desvios de forma anônima. Provemos ainda o canal de denúncias, que é 100% sigiloso e conduzido por empresa externa. Por meio do Programa Via Segura, ainda, disponibilizamos formulários de identificação nas entradas dos CDs.

A investigação de incidentes de trabalho é apoiada em um procedimento específico sobre Conduitas em Caso de Acidentes ou Incidentes de Trabalho, disponível na Plataforma Corporativa de Processos. O processo utiliza os registros dos relatórios de CAT e absenteísmo do sistema SOC. O documento orienta como identificar, comunicar, formalizar, atuar no plano de ação e monitorá-lo.

Já os principais tipos de doenças profissionais identificados são lesões por esforço repetitivo, contusões e distúrbios osteomusculares.

Não foram identificados em 2023 casos de óbito resultantes de doenças profissionais, bem como casos de doenças profissionais de comunicação obrigatória.

INFORMAÇÕES POR EMPREGADOS

GRI 403-9

	2022	2023
Número de acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos)	7	3
Índice de acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos)	0,11 (Por milhão)	0,05 (Por milhão)
Número de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	289	290
Índice de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	4,34 (Por milhão)	5,61 (Por milhão)
Número de horas trabalhadas	66.514.670	51.626.670



Grazielle Machado e Julie Silva - Hub SCS

Todos em prol da segurança do trabalho

GRI 403-7

Nossos especialistas em Segurança do Trabalho realizam visitas técnicas in loco para levantar as condições do ambiente de trabalho. Eles aplicam *checklists* que nos ajudam a prevenir ou mitigar os perigos, riscos e impactos negativos à saúde e segurança ocupacional diretamente ligados às nossas operações.

Os líderes de lojas e CDs aplicam diários de bordo que permitem ter uma visão das irregularidades, criar e aplicação planos de ação. As Cipas fazem rondas e aplicam *checklists* de segurança. Qualquer um dos nossos colaboradores, inclusive terceiros, pode comunicar ocorrências nos formulários de identificação de desvios e quase acidentes.

Se, mesmo assim, a ocorrência negativa acontecer, abrimos planos de ação, por meio do Relatório de Investigações de Ocorrências, e monitoramos o cumprimento das ações propostas.

Contamos também com o DR Saúde, que garante o acesso de todos os colaboradores e dependentes a uma equipe de medicina 24h, sem a obrigatoriedade de um convênio médico. Além disso, a empresa monitora informações médicas da utilização dos seus planos de saúde de forma consolidada para atualização do perfil epidemiológico populacional e desenvolvimento de programas de prevenção e cuidado pelo Programa Acolher.

TREINAMENTOS

Realizamos os treinamentos obrigatórios das NRs pertinentes às nossas atividades laborais.

Há também o Programa Via Segura, construído com base no método da Pirâmide de Byrd, que promove a avaliação de comportamento e atuação e mitigação de acidentes de trabalho de forma preventiva.

Atuação social ESG

GRI 3-3

Em toda a Companhia, a diversidade, equidade e inclusão são valores inegociáveis da nossa cultura e indissociáveis dos nossos negócios, que orientam a forma como trabalhamos e como nos relacionamos com os nossos *stakeholders*. É, portanto, o nosso jeito de pensar e de fechar negócios que contribuem com a construção de um mundo mais justo e sustentável, permeando não apenas o ecossistema em que estamos inseridos, mas também a sociedade em geral.

POLÍTICA DE DIVERSIDADE, INCLUSÃO E DIREITOS HUMANOS

Para formalizar os nossos compromissos com a implementação desses valores, contamos com uma Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos, cujo objetivo é promover a diversidade e garantir a inclusão de forma justa em todas as suas formas, se estendendo a todos os nossos negócios e relacionamentos com as partes interessadas. Essa estratégia está alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU.

DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO

Nossos indicadores mostram que, no período de 2021 a 2023, observamos um aumento no número de negros nas posições de liderança: saímos de 27%, em 2021, para 34%, em dezembro de 2023. Essa evolução também é notada no quadro geral de colaboradores, que passou de 37% para 45%, no mesmo período.

Encerramos o ano de 2023 com 33% de mulheres em cargos de liderança e 46% no quadro geral.

Somos comprometidos em aumentar o número de negros e mulheres em todos os níveis, especialmente nos cargos de liderança.

Houve também aumento de pessoas com deficiência em toda a Companhia, saindo de 4,3%, em dezembro de 2022, para 5%, em dezembro de 2023.

Compromissos coletivos

Além de sermos signatários de acordos e compromissos relacionados à promoção da diversidade e ao combate a qualquer tipo de discriminação e violência, somos reconhecidos em algumas das nossas ações:

- Selo Paulista de Diversidade, categoria Adesão, certificação da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo;
- Um dos Melhores Lugares para as Pessoas LGBTQIAP+ Trabalharem, segundo a pesquisa Equidade BR, desenvolvida pelo *Human Rights Campaign* (HRC), programa global de igualdade no local de trabalho;
- Selo Sim à Igualdade Racial – Instituto Identidades do Brasil (ID_BR);
- Pesquisa Ethos/Revista Época, o grupo foi reconhecido na pesquisa Ethos/Época de Diversidade, Equidade e Inclusão, listada dentro do setor do varejo como uma empresa referência em boas práticas.



Barbara Mello - SCS

Perfis diversos

GRI 405-1 | 405-2 | SASB CG-MR-330a.1

Valorizamos e respeitamos a diversidade que está retratada na nossa gente. Dessa forma, buscamos aumentar a representatividade e oferecer oportunidades de desenvolvimento para todos os colaboradores, sejam eles: mulheres, negros, indígenas, pessoas LGBTQIAP+, pessoas com deficiência, pessoas de etnias diversas, refugiados ou pessoas de diferentes idades, incluindo os jovens e maiores de 45 anos.

Nossos dados mostram que, em dezembro de 2023, chegamos a 45% do time composto por negros, frente aos 42% em 2022. A representatividade de negros na nossa liderança cresceu de 30%, em 2022, para 34%, em 2023, reforçando nossa diretriz prioritária de aumentar a participação de pessoas negras em cargos de liderança. A nossa meta é ter 45% de negros nos cargos de gerência acima até 2025, atrelada a remuneração variável dos executivos.

A busca por inclusão e diversidade também abrange temas como nacionalidade, naturalidade, renda, diversidade estética e formação acadêmica.

Valorizamos a diversidade e inclusão, mantendo sempre o respeito e a equidade. A representatividade tem aumentado em nosso Grupo e nos empenhamos para evoluir constantemente.

GRI 405-1

PERCENTUAL DE EMPREGADOS

(por categoria funcional, por gênero)

Categoria funcional	Gênero	2021	2022	2023
		%	%	%
Gerente e acima	Homens	66,5	66,0	67,0
	Mulheres	33,5	34,0	33,0
Média liderança/especialista	Homens	42,4	64,7	67,9
	Mulheres	57,6	35,3	32,1
Todos demais funcionários	Homens	53,7	52,7	53,1
	Mulheres	46,3	47,3	46,9
Total	Homens	54	53,5	54,2
	Mulheres	46	46,5	45,8

GRI 405-1

PERCENTUAL DE EMPREGADOS

(por categoria funcional, por faixa etária)

Categoria funcional	Faixa etária	2021	2022	2023
		%	%	%
Gerente e acima	Abaixo de 30 anos	5,9	5,9	5,3
	30 a 50 anos	84,6	83,8	85,5
	Acima de 50 anos	9,5	10,3	9,2
Média Liderança / Especialista	Abaixo de 30 anos	19,6	18,9	1,3
	30 a 50 anos	72,8	72,1	12,2
	Acima de 50 anos	7,7	9,0	86,5
Todas as demais funções	Abaixo de 30 anos	34,4	33,0	30,3
	30 a 50 anos	51,7	50,7	52,6
	Acima de 50 anos	13,8	16,3	17
Total	Abaixo de 30 anos	34,4	33,0	30,3
	30 a 50 anos	51,7	50,7	52,6
	Acima de 50 anos	13,8	16,3	17

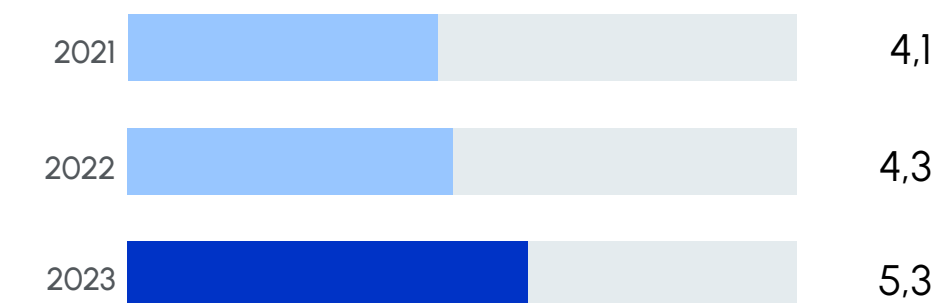
GRI 405-1

PERCENTUAL DE EMPREGADOS

(por categoria funcional, por cor e/ou raça)

Categoria funcional	Cor e/ou raça	2021 %	2022 %	2023 %	
Gerente e acima	Negros (Pretos+Pardos)	26,8	30,3	34,3	
	Branca	62,2	60,6	56,7	
	Indígena	0,1	0,2	0,3	
	Amarela	0,9	1,3	1,2	
	Não informado	10,0	7,6	7,5	
	Média Liderança / Especialista	Negros (Pretos+Pardos)	35,8	37,8	31,6
Média Liderança / Especialista	Branca	46,7	57,2	61,4	
	Indígena	0,1	0,3	0,2	
	Amarela	1,1	2,0	2,4	
	Não informado	16,3	2,7	4,4	
	Todas as demais funções	Negros (Pretos+Pardos)	37,6	43,2	45,8
		Branca	37,5	39,4	40,7
Indígena		0,3	0,3	0,3	
Amarela		1,1	1,2	1,2	
Não informado		23,6	15,9	11,9	
Total		Negros (Pretos+Pardos)	37,6	43,2	44,8
	Branca	38,6	41,4	42,2	
	Indígena	0,2	0,3	0,3	
	Amarela	1,1	1,2	1,2	
	Não informado	23,6	14,7	11,5	

Percentual de empregados PcDs GRI 405-1



Luana Ciarineli - Hub São Caetano do Sul



Tarcísio Neves - HUB SP

Compromisso com ética e combate à discriminação

Buscamos permear as nossas ações com os valores de respeito, ética e integridade. Para tanto, desenvolvemos diversos programas de combate a discriminação, assédio e violência.

Acreditamos que um ambiente inclusivo, seguro e livre de preconceitos é responsabilidade de cada pessoa. Dessa forma, apoiamos o protagonismo de nossos colaboradores em seu próprio desenvolvimento, disseminando a compreensão do papel de cada um dentro do Grupo.

Acreditamos que o respeito, a ética e a integridade são atitudes essenciais que devem permear todos os negócios e ambientes em que estamos inseridos. Para reforçar essa crença, criamos o programa Dedicção Também é Respeitar, que, ao longo de um ano, impactou todos os nossos públicos internos, com foco no respeito, empatia, combate a qualquer ato de discriminação, assédio e violência.

O programa contou com publicações, cartazes e vídeos explicativos, fomentando nossas Políticas e o Código de Conduta Ética.

Ainda no ano de 2023, ampliamos as iniciativas de letramento para nosso público terceirizado de agentes de segurança e prevenção, com aderência de 99%. Entre os temas abordados, estiveram as políticas e os procedimentos de segurança patrimonial adotados por nós que garantem o respeito aos Direitos Humanos.

Letramento, sensibilizações e campanhas

Quanto mais diversos e preparados forem os nossos times, maior será a identificação dos clientes, parceiros e comunidade com as nossas marcas, de modo que sejamos referência nos locais em que estamos inseridos, como uma empresa consciente do seu papel social e compromisso com os direitos humanos.

Ao longo do ano, realizamos diferentes ações de promoção das principais temáticas de diversidade. A realização do letramento das lideranças de operação de lojas foi um dos grandes destaques do ano, formando mais de 900 líderes de loja, das mais diversas regiões do Brasil, que passaram por cinco módulos, com duração de duas horas cada um e em formato de workshop, conectando os temas com o cotidiano de loja, com as temáticas:

- Combate ao racismo e à intolerância religiosa, em parceria com o ID_BR;
- Combate ao assédio e à violência de gênero, em parceria com o Movimento Livre de Assédio;
- Direitos da comunidade LGBTQIAP+ e combate da LGTBfobia;
- Inclusão da pessoa com deficiência, em parceria com Oportunidades Especiais; e
- Equidade de gênero e combate do machismo.

O lançamento da segunda temporada do curso obrigatório de Diversidade e Inclusão, na modalidade Ensino a Distância (EaD), abrangeu temas como: diversidade, inclusão, empatia, viés inconsciente, equidade e igualdade, a importância das ações afirmativas e o combate de qualquer discriminação ou violência, certificando 74% dos nossos colaboradores. Em 2023, foram mais de 26.300 colaboradores certificados.

Acreditamos que a construção de um ambiente inclusivo, seguro e livre de preconceitos é responsabilidade de cada pessoa, que pode ser protagonista no seu próprio desenvolvimento e contribuir com o do outro. Para disseminar a compreensão sobre o papel de cada um, em 2023, realizamos cinco campanhas estratégicas, com ações de engajamento em todos os negócios e marcas da Companhia:



Isabella Nonato -Hub SP

MULHERES POTÊNCIA

Em março, a campanha Mulheres Potência foi lançada com diversas ações relacionadas ao combate ao preconceito e assédio. Com mais de 90 mil visualizações do conteúdo digital, reforçou a importância do aumento da quantidade de mulheres nas lideranças de loja.

#TENHOORGULHOEMOSTRO

Em junho, lançamos a campanha #TenhoOrgulhoEMostro, com foco no letramento e reforço ao combate a qualquer discriminação contra as pessoas LGBTQIAP+. O grande destaque foi para o filme das Casas Bahia, com a participação de colaboradores, amigos e familiares, alcançando 9 mil visualizações, 234 mil curtidas e matéria ao vivo no SPTV 1ª Edição sobre a atuação da Companhia no tema.

PATERNIDADES POSSÍVEIS

Em agosto, promovemos a campanha Paternidades Possíveis, reforçando a importância da participação ativa dos homens na criação dos filhos. A campanha ainda teve um painel com mediação e a participação de colaboradores, que contou com 240 pessoas conectadas.

Quanto mais preparados forem os nossos times, maior será a identificação da sociedade com as nossas marcas, por isso, ofertamos diversas ações relacionadas à temática de diversidade.

INCLUSIVE EU

Em setembro, promovemos a campanha "Inclusive EU: inclusão, acessibilidade e equidade para todos", com foco em iniciativas de sensibilização da liderança e protagonismo da pessoa com deficiência. Disponibilizamos para todos os colaboradores um curso de Libras (Língua Brasileira de Sinais), online e gratuito, e lançamos o programa Jornada sem Barreiras, formação exclusiva para os colaboradores com deficiência.

DEDICAÇÃO TOTAL NA LUTA PELA EQUIDADE RACIAL E ANTIRRACISTA

Em novembro, a campanha Dedicção total na luta pela equidade racial e antirracista contou com o reforço da campanha de autodeclaração racial, do letramento nas redes internas e externas, live de conscientização e 10 matérias sobre o tema, além de entrevista para o portal Cajuina, alcançando 150 mil acessos de audiência.

Grupos de afinidades

Buscamos proporcionar espaços de fala para trabalhar na solução conjunta de problemas relacionados aos temas da diversidade, por meio dos nossos grupos de afinidades, que são coletivos e formados por colaboradores, voluntários e aliados de diversas áreas.

Em reuniões periódicas, os participantes compartilham experiências e discutem os tópicos trazidos, a fim de ampliar a compreensão e contribuir com a construção de uma empresa cada vez mais diversa e inclusiva.

Atualmente, contamos com quatro grupos:

- Viabiliza, que promove a equidade de gênero;
- Talentos sem limites, com foco na inclusão de pessoas com deficiência;
- Baobá, dedicado à equidade racial;
- Prisma, que dá visibilidade às questões LGBTQIAP+.

Todos em prol da equidade de gênero

A jornada de equidade de gênero começa com a consciência do papel de cada um na construção de ambientes justos, igualitários e seguros em todos os locais onde estamos inseridos, sobretudo para os grupos sub-representados, ou com maior vulnerabilidade socioeconômica, como as mulheres.

Atualmente, as mulheres representam 46% do quadro geral e 34% da liderança, temos o compromisso de aumentar o número de mulheres nos cargos de liderança.

Lançado em 2023, o programa Mulheres Potência foi criado dentro da campanha de celebração do Dia Internacional da Mulher, unificando todas as nossas ações de equidade de gênero com foco em mulheres, promovendo o combate das discriminações e violências de gênero e o empoderamento feminino.

O programa abrange atividades para o total de colaboradores do nosso ecossistema e algumas ações locais. O Mulheres Potência é dividido em três pilares: promoção do tema para todos os colaboradores, conscientização da liderança e empoderamento feminino.

Os destaques de 2023 voltados às mulheres foram: a campanha do Dia Internacional da Mulher, realizada em março; o treinamento de liderança de operação de loja, com a presença de mais de 900 líderes; Live Cá Entre Nós, em parceria com a Bayer, abordando a importância da saúde da mulher; e a campanha de 21 dias de ativismo pelo enfrentamento da violência contra mulheres e meninas, impactando os públicos externo e interno.



Eliza Rocha - Hub SP

Dedicação total na luta antirracista

Em 2023, realizamos a segunda fase da campanha de autodeclaração racial. O resultado do percentual de colaboradores não declarados saiu de 11%, em 2022, para 7%, em 2023. A iniciativa reflete os esforços sistemáticos da Companhia para retratar da forma mais fidedigna possível a realidade dos nossos colaboradores em termos de raça. A ação é um dos fatores que contribuiu com o aumento da assertividade no mapeamento de oportunidades internas e com a criação de ações afirmativas.

O movimento antirracista se soma a busca pela **igualdade de gênero**. cremos que a conscientização é um dos pilares para a mudança de atitudes.

talentos
sem
limites
Inclusão da pessoa com deficiência

Baobá
Equidade Racial

viabiliza
Equidade de Gênero

PRISMA
GRUPO LGBTI+

Inclusão da Pessoa com Deficiência

Criar ambientes de negócios mais inclusivos para transformar positivamente as vidas das pessoas com deficiência é um compromisso fundamental da nossa jornada de diversidade, sendo uma força influenciadora não só dentro da Companhia, mas também fora dela.

São mais de 1.700 pessoas, representando 5% do nosso quadro geral, que contribuem com a construção de uma empresa diversa. Entre algumas das ações da agenda, contamos com sensibilizações, programas afirmativos e ferramentas de apoio à acessibilidade.

PROGRAMA JORNADA SEM BARREIRA

É uma ação afirmativa exclusiva para colaboradores com deficiência e abrange toda a Companhia. Mais de 1.400 colaboradores passaram pela formação, que contou com temas como: habilidades emocionais, comunicação corporativa, centralidade no cliente – negociação, mentalidade ágil e saúde integrada. Além disso, contou com letramento exclusivo para liderança, divulgação da cartilha de Inclusão da Pessoa com Deficiência e o combate da discriminação e protagonismo da pessoa com deficiência. Disponibilizamos para todos os colaboradores um curso de Libras (Língua Brasileira de Sinais), online e gratuito, e lançamos o programa Jornada sem Barreiras, formação exclusiva para os colaboradores com deficiência.

CURSO DE LIBRAS

O ano também foi marcado com o lançamento do curso de Libras (Língua Brasileira de Sinais) online e gratuito para todos os nossos colaboradores, fruto de uma parceria com a Oportunidades Especiais, plataforma que conecta grandes empresas a profissionais com deficiência. A iniciativa faz parte da estratégia de construção de ambientes cada vez mais inclusivos e acessíveis a todas as pessoas com deficiência, promovendo excelência no atendimento ao cliente.

JORNADA DE ACESSIBILIDADE

A jornada de acessibilidade contribui com a promoção da melhor experiência e usabilidade, tanto para o público interno quanto para os nossos clientes. Em 2022, implementamos a ferramenta de tradução de Libras e de apoio para adaptações visuais nos sites institucionais e das nossas marcas. Em 2023, ampliamos nossa atuação com a implementação do canal de atendimento em libras humanizado, em tempo real, possibilitando uma experiência ainda mais acolhedora e exclusiva para a população com deficiência que percorrem diariamente os espaços que estamos inseridos.

Direitos da população LGBTQIAP+

O ano de 2023 foi marcado pela promoção dos direitos LGBTQIAP+ e combate à violência e discriminação, firmando nossa atuação com os 10 Compromissos da Companhia com a Promoção dos Direitos LGBTI+, junto ao Fórum de Empresas e Direitos LGBT.

ORGULHOSAMENTE TRANS

A agenda de inclusão e direitos LGBTQIAP+ contou com a criação do programa Orgulhosamente Trans, para promoção do combate à transfobia e o acolhimento dos colaboradores transgêneros. Os grandes destaques foram a realização de encontros exclusivos para os colaboradores transgêneros e suas lideranças e a campanha de sensibilização e de combate à LGBTfobia, chegando em mais de 30 mil visualizações.

ORGULHO DO MEU RG

A Companhia apoia a promoção e divulgação do projeto Orgulho do meu RG, em parceria com a Bicha da Justiça, empresa de assessoria jurídica e educação sobre direitos LGBTQIAP+, dando suporte para transexuais transgêneros, travestis e pessoas não binárias em vulnerabilidade, interessadas em fazer a retificação de nome e gênero em seus documentos. Mais de 100 pessoas já foram beneficiadas pelo projeto.

Por meio de nossos grupos de afinidades buscamos proporcionar espaços para trabalhar na **solução conjunta de problemas** relacionados aos temas da diversidade.



Fabiana Barbosa - Loja



Fundação Casas Bahia

GRI 203-2

A Fundação Casas Bahia é responsável pela ação social do Grupo Casas Bahia. Seu propósito é fortalecer as comunidades onde atuamos, multiplicando oportunidades de desenvolvimento socioemocional e profissional para jovens e microempreendedores.

Nossa atuação social está baseada em três pilares estratégicos: Protagonismo Jovem, Fomento ao Empreendedorismo e Engajamento Social. Juntos, esses pilares refletem a forma como geramos impacto positivo para a sociedade: unindo forças e apoiando projetos realizados por parceiros que conhecem o público e os territórios nos quais estamos presentes e são referências nas áreas em que atuam. Acreditamos, dessa forma, contribuir com a construção de uma sociedade mais próspera e inclusiva, que ofereça oportunidades iguais para todos.

Como signatários do Pacto Global, desde 2022, colaboramos com a mobilização de empresas para o alcance da Agenda 2030, da qual fazem parte os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que abordam desafios enfrentados no Brasil e no mundo, como a pobreza, a proteção do meio ambiente, o clima, a paz e a prosperidade para todos.

Com essa atitude, além de fortalecermos nossa identidade e garantirmos mais consistência à nossa estratégia e às nossas práticas, nos comprometemos a reportar anualmente nosso progresso em relação a seis ODS, para os quais nossa atuação contribui diretamente. Também estabelecemos dois grandes compromissos de longo prazo, alinhados com nosso propósito e nossos pilares estratégicos, a serem atingidos até 2025.

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
Total	16.921.856	32.775	13.059	45.834

Nossos compromissos de 2021 à 2025

formação de
50 mil
jovens e empreendedores

Investimento social de
R\$ 25 milhões

Grandes números da Fundação Casas Bahia em 2023

Voluntariado

45
ações realizadas

438
participações
voluntárias

1.425
horas doadas

353
doadores

Ajuda humanitária

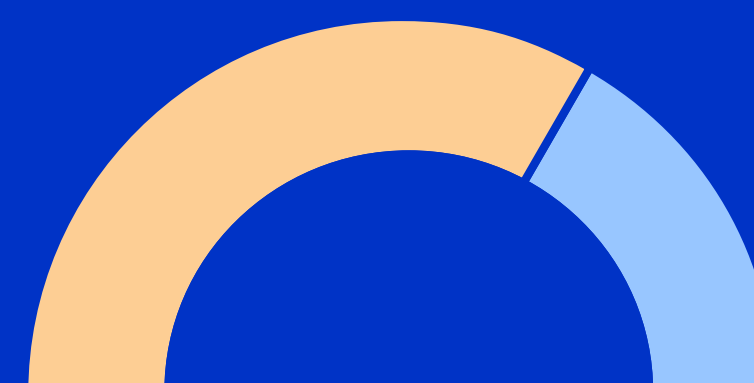
12.762
produtos doados

+35 mil
pessoas beneficiadas

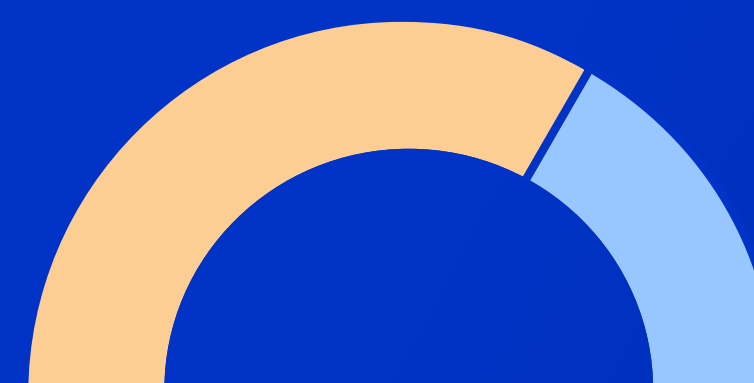
R\$ 3,7
milhões
investidos

Protagonismo Jovem

11.683 jovens formados



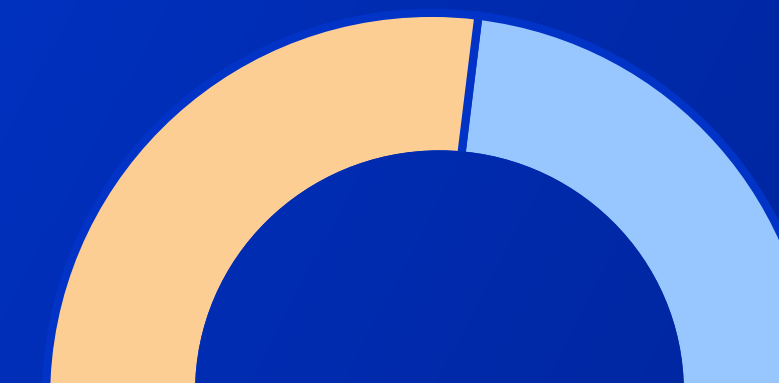
67% Mulheres



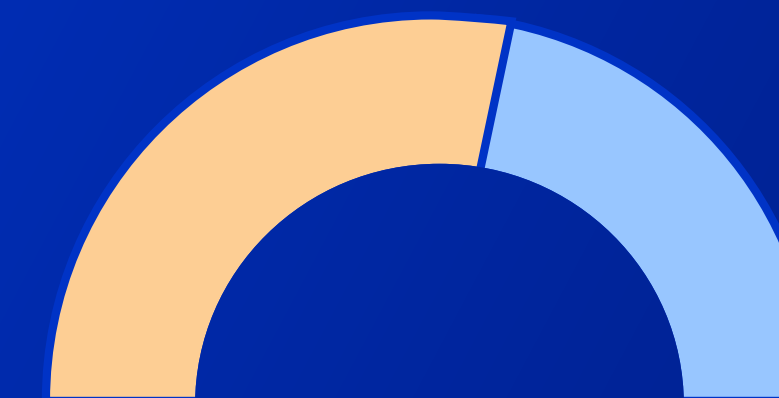
61% Negros
(Pretos e Pardos)

Empreendedorismo

3.052 empreendedores formados



69% Mulheres



71% Negros
(Pretos e Pardos)

Feira das
profissões

4

dias de evento

20

palestras

50

profissionais
voluntários

712

participações

621

jovens inscritos

Projetos estruturantes

Nesse ano, mantivemos nosso foco estratégico de investir em projetos estruturantes de desenvolvimento e formação e de aumentar o impacto na formação de jovens. Foram realizados 12 projetos apoiados pela Fundação Casas Bahia, em todo território nacional. No entanto, observamos diminuição no total de pessoas beneficiadas, se comparado com o ano anterior, em virtude da redução de ações humanitárias.

Assim, estabelecemos duas novas parcerias no pilar de protagonismo jovem, com o Instituto Vini Jr. e a Afesu, visando fortalecer a educação e a preparação para o mercado de trabalho de ainda mais jovens brasileiros. Também continuamos trabalhando para ampliar a contratação de jovens formados pelos projetos que apoiamos, consolidando o ciclo virtuoso de capacitação/emprego iniciado nos últimos anos.

Na área de voluntariado, uma das iniciativas de destaque do ano foi a Feira de Profissões, em que 50 profissionais do Grupo Casas Bahia, mantenedora da fundação, fizeram palestras sobre suas áreas e carreiras para mais de 500 jovens participantes dos projetos que apoiamos. O evento tem como objetivo ajudar esses jovens a terem contato com o mercado de trabalho e com profissionais para tirar dúvidas sobre carreira. O foco neste ano foi apresentar a diversidade de profissões existentes na mantenedora.



Jovem beneficiado

Em 2023, também renovamos a parceria com a Aldeias Infantis SOS, por meio do projeto Novos Horizontes, que oferece formação profissional a jovens em Manaus, fomentando seu protagonismo. O apoio possibilitou o acesso à qualificação profissional de 30 adolescentes e jovens na faixa etária de 13 a 24 anos.

Apoiamos ainda projetos que promovem a formação de microempreendedores em comunidades de diversas partes do Brasil e promovemos a Campanha Sul Solidário, que arrecadou mais de 7 mil peças de roupas no Paraná, em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul, encaminhadas para doação em cada um desses estados.



Para conhecer essas e outras ações e projetos que apoiamos em 2023, acesse o [site da Fundação Casas Bahia](#).

Um dos focos do Grupo Casas Bahia é o apoio ao desenvolvimento e à **formação de jovens**.

Relacionamento com fornecedores

GRI 2-6 | 3-3 | 204-1 | 205-2 | 308-1 | 408-1 | 409-1 | 414-1

Somos criteriosos com nossa cadeia de fornecedores e procuramos manter uma rede de fornecimento diversa, além de não apresentarmos dependência em relação a nenhum fornecedor isoladamente.

Dividimos esses parceiros entre fornecedores diretos e indiretos. Os indiretos contemplam categorias, como *facilities*, consultoria, TI, embalagens e auditoria. As categorias diretas são as de móveis, eletroeletrônicos, eletrodomésticos, entre outros produtos correlatos, comercializados nas lojas físicas e canais digitais.

A fim de gerir uma cadeia de fornecimento responsável, que trabalha em linha com o nosso propósito e valores, todos os fornecedores são submetidos à avaliação de regularidade e de riscos reputacionais de *compliance*. Se ele for reprovado em alguns dos requisitos, não é contratado. Entre os requisitos, são verificados o descumprimento de legislação, condenações, inclusive socioambientais, como trabalho infantil e análogo ao trabalho escravo.

Dispomos de instrumentos contratuais que requerem, tanto de nossa parte quanto da parte contratada, a adesão e cumprimento integral da legislação trabalhista vigente nas regiões em que atuamos, principalmente relacionados aos compromissos de direitos humanos, meio ambiente, entre outros.

Todos os fornecedores contratados são informados sobre o Código de Conduta Ética e as práticas de anticorrupção da organização por meio do contrato de termos e condições gerais de serviços.

Em 2023, 100% dos parceiros de negócio foram comunicados sobre os compromissos do programa de Integridade da Companhia, que incluem os procedimentos de combate à corrupção. Também realizamos monitoramento integral desses parceiros, antes da contratação, quanto a aspectos relacionados a: trabalho infantil, trabalho análogo ao escravo e inclusão de cláusulas de *Compliance*.

Para reforçar a integridade dos parceiros lojistas de *marketplace*, é necessário que eles cumpram alguns critérios quanto à origem e tributação dos produtos comercializados em nossa plataforma. Monitoramos constantemente nesse sentido e, em caso de descumprimento, descadastramos o *seller*.

Com a finalidade de facilitar o contato com fornecedores, prestadores de serviços e lojistas de *marketplace* com relação à integridade, mantemos ativo o Canal de Denúncias. Além disso, todos devem se comprometer com o cumprimento de suas diretrizes ao assinar o contrato com a Companhia.

Outros canais voltados a esses parceiros também ficam sempre disponíveis, com o objetivo de facilitar o relacionamento de negócios.

Em 2023, cerca de R\$ 21 bilhões foram faturados com fornecedores locais/nacionais.





100%

dos parceiros comunicados
sobre os compromissos
da Companhia



R\$ 21 bilhões

faturados com fornecedores
nacionais

Matriz de riscos dos fornecedores

GRI 2-6

Com intuito de aprimorar a gestão de riscos da cadeia de valor, em 2022 realizamos a revisão da matriz de riscos de fornecedores, com apoio de consultoria especializada, para entender o processo e enxergar oportunidades de melhoria.

Em 2023, essa iniciativa contemplou a condução de auditorias em uma amostra de fornecedores, a fim de identificar as suas principais vulnerabilidades para os quesitos socioambientais, medindo indicadores específicos como treinamento de direitos humanos, diversidade, cumprimento de legislação ambiental, governança e gerenciamento de riscos. Como resultado, adicionamos uma etapa de avaliação socioambiental mais detalhada para os fornecedores considerados com maior risco. Dessa forma, ao longo de 2024, conseguiremos obter o resultado de eficácia do questionário e, com isso, entender como desenvolver os fornecedores para as melhores práticas evitando riscos e descumprimentos de códigos.

Profissionais de Segurança

GRI 2-6 | 410-1

Em 2023, promovemos a capacitação de agentes de segurança e prevenção, e registramos 99,1% de pessoal de segurança que recebeu treinamento formal sobre as políticas e procedimentos da organização relativos aos Direitos

Humanos e sua aplicação na segurança. Os mesmos requisitos de treinamento se aplicam a empresas terceiras.

Cadeia de fornecimento na Bartira

A Bartira é outra marca icônica de Casas Bahia do segmento de móveis. A fábrica atende de forma exclusiva ao Grupo e distribui os seus produtos de madeira pelo Brasil inteiro por meio da venda em lojas físicas e canais digitais.

Em 2023, a Bartira contou com 58 fornecedores, que supriram as demandas produtivas com madeira, acessórios, produtos químicos e embalagens. A maior parte dessa cadeia de fornecimento estava localizada nas regiões Sudeste e Sul do País.



Maíra dos Santos - Hub SP

GOVERNANÇA

Estrutura de governança
Programa de *Compliance*
Gestão de riscos
Segurança e privacidade de dados
Relação com investidores

Juliana Soares - Hub SP

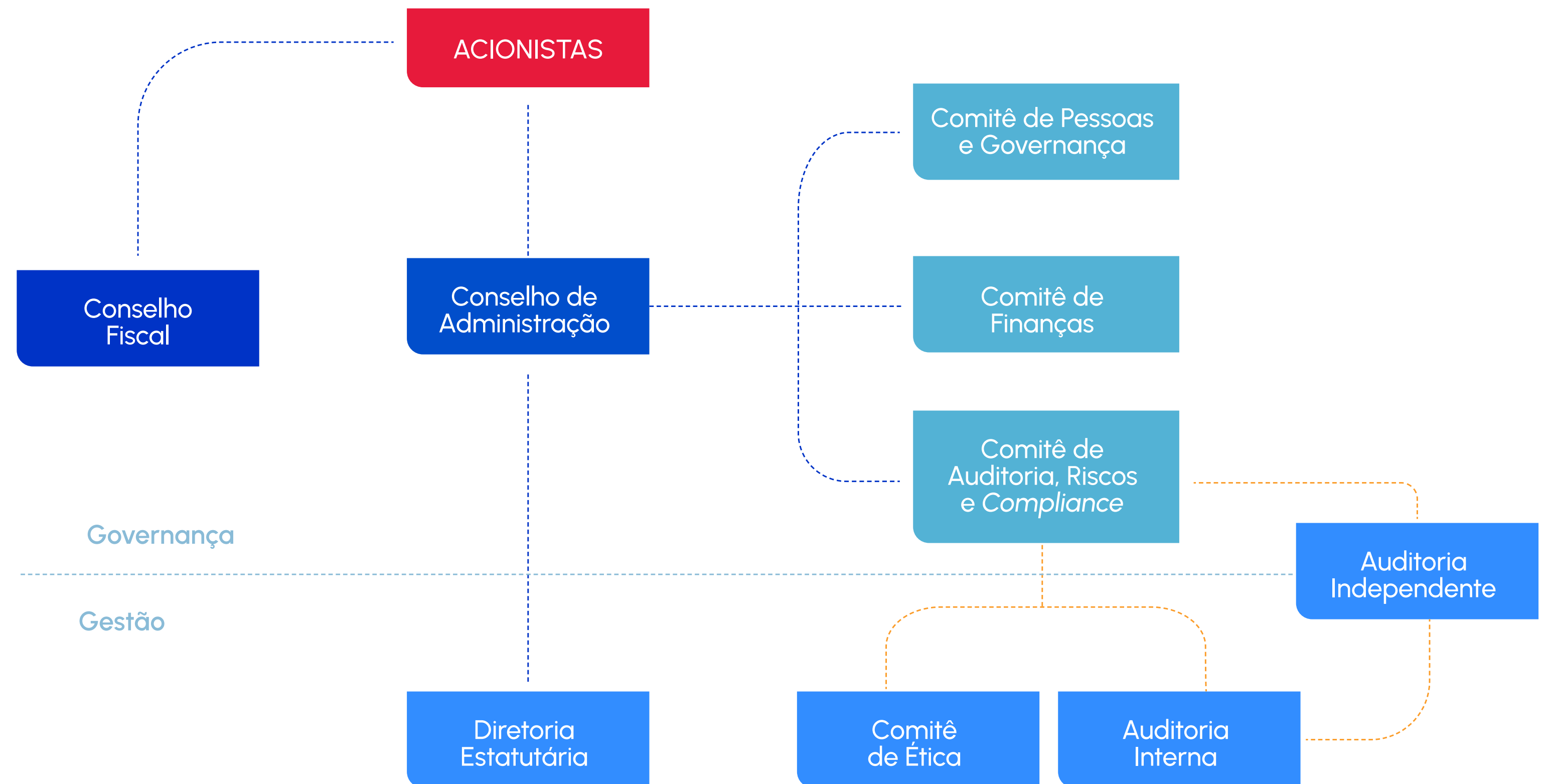


Estrutura de governança

GRI 2-1 | 2-9

Como uma Companhia de capital aberto, membro do Novo Mercado, com ações negociadas na B3, seguimos os mais altos padrões de governança corporativa estabelecidos e, diariamente, nos empenhamos em dar condições para que nossos profissionais experienciem um ambiente íntegro, ético, respeitoso, transparente e justo e transmitam esses princípios também aos demais *stakeholders*.

A estrutura da nossa governança é baseada no Conselho de Administração. Este é assessorado por cinco comitês: Comitê de Auditoria, Riscos e *Compliance*; Comitê de Pessoas e Governança; Comitê de Finanças e Comitê de Ética, além do Conselho Fiscal, formado integralmente por membros independentes. Nossos representantes legais e responsáveis pela gestão dos negócios do Grupo estão reunidos na Diretoria Estatutária.



CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Nome	Gênero	Função	Independência	Mandato	Outras funções e compromissos, bem como a natureza desses compromissos
Renato Carvalho do Nascimento	Masculino	Não executiva	Presidente do Conselho	ago-24	Atual Presidente do Conselho de Administração da Companhia e Presidente do Comitê de Finanças da Companhia.
André Coji	Masculino	Não executiva	Conselheiro	ago-24	Membro Comitê de Auditoria, Riscos e <i>Compliance</i> .
Rogério Paulo Calderón Peres	Masculino	Não executiva	Conselheiro Independente	ago-24	Membro do Comitê de Administração da Companhia e dos Comitês de Auditoria e de Finanças.
Raphael Oscar Klein*	Masculino	Não executiva	Conselheiro	ago-24	Membro do Conselho de Administração da Companhia e dos Comitês de Finanças e de Pessoas e Governança da Companhia.
Claudia Quintella Woods	Feminino	Não executiva	Conselheira Independente	ago-24	Membro independente do Conselho de Administração da Companhia, além de membro do Comitê de Pessoas e Governança.

COMITÊ DE AUDITORIA, RISCOS E COMPLIANCE

Nome	Gênero	Função	Independência	Outras funções e compromissos, bem como a natureza desses compromissos
Rogério Paulo Calderón Peres	Masculino	Não executiva	Conselheiro Coordenador	Membro do Comitê de Auditoria, Riscos e <i>Compliance</i> e do Comitê de Finanças da Companhia.
André Coji	Masculino	Não executiva	Conselheiro	Membro do Conselho de Administração.
Luiz Carlos Nannini	Masculino	Não executiva	Conselheiro	-

COMITÊ DE PESSOAS E GOVERNANÇA

Nome	Gênero	Função	Independência	Outras funções e compromissos, bem como a natureza desses compromissos
Raphael Oscar Klein	Masculino	Não executiva	Presidente do Conselho	Membro do Conselho de Administração da Companhia e dos Comitês de Finanças e de Pessoas e Governança da Companhia.
Claudia Quintella Woods	Feminino	Não executiva	Conselheira	Membro independente do Conselho de Administração da Companhia, e de membro do Comitê de Pessoas e Governança da Companhia.
Marco Antonio Moreira Pinto Santana	Masculino	Não executiva	Conselheiro	-

COMITÊ DE FINANÇAS

Nome	Gênero	Função	Independência	Outras funções e compromissos, bem como a natureza desses compromissos
Renato Carvalho do Nascimento	Masculino	Não executiva	Presidente do Conselho	Presidente do Conselho de Administração e do Comitê de Finanças da Companhia.
Raphael Oscar Klein	Masculino	Não executiva	Conselheiro	Membro do Conselho de Administração e dos Comitês de Finanças e de Pessoas e Governança da Companhia.
Rogério Paulo Calderón Peres	Masculino	Não executiva	Conselheiro	Membro independente do Conselho de Administração da Companhia.

COMITÊ DE ÉTICA

Nome	Gênero	Função	Independência	Outras funções e compromissos, bem como a natureza desses compromissos
Renato Franklin	Masculino	Executiva	Membro efetivo	Atual CEO do Grupo Casas Bahia.
Sérgio Leme	Masculino	Executiva	Membro efetivo	Atual EVP Supply Chain & Estratégia & RI do Grupo Casas Bahia..
Élcio Ito	Masculino	Executiva	Membro efetivo	Atual CFO do Grupo Casas Bahia
Cristian Colonhese	Masculino	Executiva	Membro efetivo	Atual Diretor Executivo Jurídico do Grupo Casas Bahia.

Conselho de Administração

GRI 2-9 | 2-10 | 2-11 | 2-12 | 2-16 | 2-18 | 2-19 | 2-20 | 405-1

O Conselho de Administração (CA) é o órgão de administração e deliberação colegiada responsável pela orientação geral dos negócios do Grupo Casas Bahia. Dentre as suas atribuições, é responsável por nossa estratégia de longo prazo, pela eleição dos diretores e pela fiscalização da sua gestão.

Seus membros são eleitos pela Assembleia Geral de Acionistas e tomam suas decisões pelo voto favorável da maioria presente nas respectivas reuniões. O Conselho é composto por, no mínimo, cinco membros e, no máximo, nove. Todos os mandatos são unificados em dois anos, sendo permitida a reeleição. Atendendo aos termos do Regulamento do Novo Mercado, temos 40% dos conselheiros independentes (dois do total de cinco) que compõem a atual configuração do nosso CA.

As reuniões são realizadas ao menos bimestralmente, ou sempre que necessário, por convocação do Presidente do Conselho de Administração. Nosso Conselho é composto por profissionais de alta qualificação, comprometidos com os valores e princípios da Companhia e que possuem adequada experiência profissional, técnica e acadêmica. Atuam de forma que a Companhia se beneficie com a pluralidade e complementariedade de opiniões no processo de tomada de decisões.

Em abril de 2023, o Conselho aprovou a Política de Indicação e Remuneração, para os membros do CA, de seus comitês de assessoramento, para a Diretoria Estatutária e Conselho Fiscal. A Política tem como objetivos: o alinhamento de interesses entre executivos e acionistas, com uma filosofia de compartilhamento de riscos e retornos; convergência das metas individuais à estratégia da Companhia; e reconhecimento da contribuição e retenção dos profissionais, com base em referências praticadas pelo mercado.

Nesse sentido, a Política define que a Alta Administração, incluindo os membros do CA, deve ser remunerada por um montante fixo, buscamos manter o equilíbrio remuneratório em relação à prática do mercado, e outro variável. A parcela fixa deve ser calculada em razão das responsabilidades de cada membro, considerando seus cargos e as funções que desempenham, o tempo dedicado às funções e a qualificação do indivíduo, conforme pesquisas de mercado realizadas por consultorias contratadas pela Companhia. Esta porção pode ser acrescida de remuneração adicional variável, a ser definida para cada circunstância, no caso de qualquer um dos referidos membros exercer atividades adicionais em Comitês especiais auxiliares temporários ao Conselho de Administração.

A parcela variável de curto prazo, por sua vez, é representada pela participação nos nossos resultados e visa incentivar nossos profissionais a buscarem o sucesso do Grupo. Oferecemos também planos de incentivo, que consistem na outorga de opções de compra de ações e concessão de ações, garantindo um negócio sustentável e de longo prazo.

Ficou estabelecido ainda que o processo de definição da remuneração do CA e seus comitês deve ser feito por meio de estudos de consultoria, e submetida ao Comitê de Pessoas e Governança. A aprovação ocorre em Assembleia Geral, mediante aceite da proposta pelos acionistas.

Nos termos de regimento interno, ainda, o CA deve proceder anualmente à autoavaliação de suas atividades para identificar possibilidades de melhorias na sua forma de atuação. Também é de sua jurisdição promover, a cada biênio, a avaliação formal dos resultados da Companhia e de seu desempenho, bem como do desempenho dos Comitês Especiais e de cada conselheiro e membro externo dos comitês, de forma individual.

GRI 405-1

PERCENTUAL DE INDIVÍDUOS QUE INTEGRAM OS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA (%)

Por gênero	2022	2023
Masculino	90	80
Feminino	10	20
Por faixa etária ¹		
30 a 50 anos	50	20
Acima de 50 anos	50	80
Por cor e/ou raça ²		
Parda	10	20
Branca	90	80
Amarela	10	0

¹ Não foram identificados indivíduos com faixa etária abaixo de 30 anos.

² Não foram identificados indivíduos pretos ou indígenas na composição dos órgãos de governança.

Conselho Fiscal

GRI 2-19 | 2-20

O Conselho Fiscal (CF) é o órgão colegiado de fiscalização dos atos de gestão administrativa e de proteção dos interesses da Companhia e de seus acionistas. Deve ser composto por, no mínimo, três e, no máximo, cinco membros. Seus respectivos suplentes, acionistas ou não, são eleitos pela Assembleia Geral.

O CF tem caráter não permanente e visa acompanhar e verificar a ação dos administradores e o cumprimento dos seus deveres legais e estatutários, exercendo as atribuições inerentes ao seu poder fiscalizador em consonância com a legislação vigente e com o nosso Estatuto Social. Com ele, buscamos contribuir no melhor interesse da Companhia e de seus acionistas, por meio dos princípios de transparência, equidade e prestação de contas.

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 nossos diretores. Essa remuneração é definida em Assembleia Geral e está desvinculada da efetiva participação em reuniões.

Membros do Conselho Fiscal	Cargo	Data de Eleição	Término do Mandato
Magali Rogéria de Moura Leite	Presidente	19/04/2023	AGO 2024
Olavo Fortes Campos Rodrigues Junior	Membro efetivo	19/04/2023	AGO 2024
Susana Hanna Stiphan Jabra	Membro e Efetivo	19/04/2023	AGO 2024
Fábio Antônio Pereira	Conselheiro Suplente	19/04/2023	AGO 2024
Rafael Xavier Vianello	Conselheiro Suplente	19/04/2023	AGO 2024
Cynthia May Hobbs Pinho	Conselheira Suplente	19/04/2023	AGO 2024

Comitês de assessoramento

GRI 2-17 | 2-19 | 2-20

Os comitês instalados têm como objetivo assessorar diretamente o Conselho de Administração nas tomadas de decisão. Cada Comitê é composto por, no mínimo três membros, que são nomeados pelo CA para um mandato de dois anos, sendo permitida a reeleição. Por sua vez, os Comitês também elegem um Presidente ou Coordenador, a quem caberá a representação, organização e coordenação das atividades, conforme definido na Política de Indicação e Remuneração.

Vale destacar que os membros independentes e os externos dos Comitê de Pessoas e Governança; de Finanças; e de Auditoria, Riscos e *Compliance* - que não são membros do Conselho de Administração - devem receber honorários fixos mensais, seguindo o padrão de mercado.

Conheça os comitês:

■ Comitê de Auditoria, Riscos e *Compliance*

Tem como competência: opinar sobre a contratação e destituição dos serviços de auditoria independente; avaliar as informações trimestrais e as demonstrações intermediárias e financeiras; acompanhar as atividades de auditoria interna e da área de Controles Internos; monitorar as exposições de risco da Companhia; recomendar à administração a correção ou aprimoramento das políticas internas; possuir os meios para recepção e tratamento de informações sobre o descumprimento de dispositivos legais e normativos aplicáveis à Companhia, de regulamentos e de códigos internos.

■ Comitê de Pessoas e Governança

É responsável por examinar os candidatos a serem eleitos para o Conselho de Administração e seus comitês de assessoramento, bem como aqueles a serem eleitos pelo CA para cargos na Diretoria Estatutária, com base nas experiências profissionais, capacitação técnica e representatividade econômica, social e cultural.

■ Comitê de Finanças

Tem entre suas principais competências: sugerir alterações ao Regimento Interno, submetendo-as à deliberação do CA; recomendar e acompanhar a adoção dos melhores padrões econômico-financeiros e o processo de implementação e manutenção, propondo alterações, atualizações e melhorias; analisar e revisar o orçamento, bem como acompanhar e monitorar a sua implementação e execução; revisar a viabilidade econômico-financeira dos planos e programas de investimento da Companhia; analisar, revisar e recomendar medidas e ações para negociações de qualquer incorporação envolvendo a Companhia ou suas controladas; analisar e revisar os índices econômico-financeiros, o fluxo de caixa e a Política de Endividamento, sugerindo modificações e novas abordagens; entre outras atribuições que venham a ser designadas pelo Conselho de Administração.

■ Comitê de Ética

Possui, entre outras, as seguintes atribuições: reportar periodicamente as suas atividades ao Comitê de Auditoria, Riscos e *Compliance*; atuar com independência, confidencialidade, isonomia, honestidade, decoro, imparcialidade e boa-fé; recomendar o aprimoramento de políticas, práticas e do Código de Conduta; verificar o cumprimento de suas recomendações, inclusive no que se refere ao planejamento de trabalhos; assegurar o comprometimento da Administração nas ações de apoio ao Programa de *Compliance*; zelar pelo cumprimento do Código de Conduta e demais políticas e procedimentos do Programa de *Compliance*; garantir o sigilo dos relatos recebidos e a confidencialidade daqueles que forneçam os relatos e as informações; oferecer suporte na regulamentação de meios de recebimento de denúncias, inclusive anônimas, internas e externas à Companhia; reportar, semestralmente, os indicadores apurados para o Comitê de Auditoria, por meio da Gerência de Inteligência Preventiva.

Diretoria Executiva

GRI 2-10 | 2-19 | 2-20

Os diretores estatutários são os representantes legais do Grupo Casas Bahia e responsáveis diretos pela gestão permanente dos negócios sociais, pela execução do que foi deliberado pelo Conselho de Administração e pela implementação das políticas e diretrizes gerais estabelecidas pela Companhia.

De acordo com o Estatuto Social, deve ser designado obrigatoriamente um Diretor-Presidente. A Diretoria deve ter entre três e sete membros, acionistas ou não, residentes no Brasil. Os demais integrantes têm as suas designações e deveres definidos pelo CA, que os elege para mandatos de dois anos, sendo permitida a reeleição. A qualquer tempo, eles podem ser destituídos pelo próprio Conselho.

A remuneração dos diretores deve ser composta por um 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. Esta última corresponde a planos de opção de compra de ações e outros benefícios, com outorga anual e pagamento diferido em um período não inferior a dois anos e não superior a cinco. Cabe ressaltar que fazem parte do painel de metas de longo prazo dos executivos a observância de indicadores socioambientais (ESG).

É também facultado ao eventual ex-diretor em razão da cessação do cargo o direito ao pagamento de remuneração acordada por determinado período, segundo os interesses da Companhia. Adicionalmente, os benefícios pós-emprego correspondem a contrapartida em plano de previdência privada, compondo em parte a remuneração dos membros da Diretoria Estatutária.

A Diretoria Estatutária é atualmente composta por:

Nome	Cargo	Mandato
Renato Horta Franklin	CEO	03/05/2023 a 03/05/2025
Sérgio Augusto França Leme	EVP Supply Chain & Estratégia & RI	03/05/2023 a 03/05/2025
Elcio Mitsuhiro Ito	CFO	21/06/2023 a 03/05/2025



Renato Horta Franklin



Sergio Augusto França Leme



Elcio Mitsuhiro Ito

Para ser nomeado pelo CA, o indicado deve ser alinhado aos nossos princípios e valores; comprovar alta qualificação, comprometimento e disponibilidade para desempenhar suas funções; bem como 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 suas controladas; preparar e submeter à aprovação do Conselho 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 suas controladas.



As demais competências podem ser consultadas no nosso [Estatuto Social](#).

Programa de Compliance

GRI 3-3 | 205-2

O Programa de *Compliance* tem como objetivo orientar e engajar os nossos públicos na ação e na tomada de decisão, seguindo valores e princípios éticos. Ele está estruturado a partir de um conjunto de mecanismos e procedimentos de integridade voltados à prevenção, detecção e resposta a atos ilícitos ou de não conformidade às diretrizes e princípios do Código de Conduta Ética.

Nosso programa conta com o comprometimento da Administração, com apoio permanente do Conselho de Administração, CEO, C-Level e todas as lideranças. Tal engajamento materializa-se em ações práticas, que incluem:

- Supervisão pelo Comitê de Ética, bem como orientação para o pleno funcionamento do Programa;
- Aplicação de políticas, procedimentos e sanções em casos de descumprimento das leis, do Código de Conduta Ética e das políticas internas;

- Disponibilização aos colaboradores de treinamentos específicos e customizados sobre o Código de Conduta Ética e Lei Anticorrupção, além de treinamentos voltados ao combate ao assédio moral e sexual, como parte dos treinamentos obrigatórios do Programa de *Compliance*. Até o final de 2023, os treinamentos sobre código de conduta e assédio moral e sexual atingiram 86% de adesão. O treinamento Anticorrupção obrigatório atingiu 62% de adesão.

- Realização permanente de treinamentos presenciais e à distância, direcionados a temas de conduta e comportamento;
- Disponibilização de um canal exclusivo para relatar desvios de conduta ética e integridade ou em relação a qualquer legislação aplicável aos negócios, disponível 24 horas por dia e sete dias por semana ao público interno e externo.

PERCENTUAL DE PESSOAS TREINADAS POR CATEGORIA FUNCIONAL POR REGIÃO

Regiões brasileiras	Categoria funcional					
	Gerentes e acima		Média Liderança Especialista		Todas as demais funções	
Centro oeste	50	53,2%	21	75,0%	1.268	59,0%
Nordeste	97	44,3%	88	88,0%	2.997	57,5%
Norte	21	37,5%	28	87,5%	716	61,7%
Sudeste	542	55,5%	821	62,1%	13.674	62,3%
Sul	84	78,5%	24	68,6%	1.489	76,1%
Total	794	54,6%	982	64,7%	20.144	62,1%

Os temas materiais são acompanhados continuamente pela segunda linha de defesa e reportados à nossa governança em fóruns específicos e permanentes. Nesta dinâmica, são feitas medições de aspectos relevantes que dão indicações sobre a efetividade das ações, bem como direcionam novas medidas. São exemplos:

- a) Existência, adequação e atualização de políticas e procedimentos.
- b) Número de funcionários treinados nos temas obrigatórios sobre comportamento e conduta.
- c) Número de sessões e de funcionários treinados em temas específicos e atinentes aos riscos e realidades da área.
- d) Comunicações sobre temas relevantes de conduta e integridade.
- e) Número de parceiros avaliados em *due diligence* previamente à sua associação com a Companhia, bem como faixa de aprovações e reprovações.
- f) Número de parceiros do *marketplace* descredenciados por desvios de conduta ou desvios das regras de atuação de nossa plataforma.
- g) Número de SKUs descredenciados de nossa plataforma por não conformidade.
- h) Número de denúncias recebidas pelo canal e visão segregada por temas, geografias, procedência e outras quebras.
- i) Evolução histórica de temas considerados críticos, incluindo o número de chamados, completude das denúncias e procedência.
- j) Resultado das apurações realizadas pelo Canal de Denúncia e medidas disciplinares aplicadas em decorrência.
- k) Resultado de processos judiciais em casos de desligamento por justa causa efetuado pela Companhia.
- l) Avaliações independentes feitas sobre o canal, incluindo adequação de sua estrutura, funcionamento, apuração, gestão de indicadores, entre outras, bem como tempestividade nas medidas corretivas e de aprimoramento estabelecidas.

Nosso Programa de Integridade, em seu turno, visa proteger nosso patrimônio financeiro e reputacional, bem como garantir a manutenção da integridade em nossos ambientes de trabalho e com os nossos públicos de relacionamento. Suas diretrizes são revisadas periodicamente e divulgadas em repositório digital oficial do Grupo, além de ficarem acessíveis a todos os colaboradores.

SEMANA DO COMPLIANCE

Pela primeira vez, realizamos a *Semana do Compliance*, com a participação de mais de 15 mil colaboradores e divulgação diária e massiva de conteúdos, incluindo temas como cultura ética, assédio moral e sexual e respeito.

PRÓXIMOS PASSOS

São consideradas metas relevantes para o exercício de 2024:

- Revisão do Código de Conduta;
- 85% de presença em treinamentos obrigatórios, conversas direcionadas com toda a liderança das lojas e times das áreas administrativas do Comercial, Marketing, Suprimentos e Licenciamento;
- Realização da 2ª *Semana de Compliance*, com aumento de 15% da audiência em relação à versão de 2023;
- Comunicações mensais sobre temas do Programa de Integridade, em canais distintos, a todo o público da Companhia;
- Manutenção das pautas periódicas do Comitê de Ética e manutenção do reporte ao Comitê de Auditoria e Conselho Fiscal.

A *Semana do Compliance 2023* teve a participação de mais de 5 mil colaboradores do Grupo Casas Bahia e a divulgação diária de conteúdos de temas relevantes, como ética e respeito.



Julie Silva - Hub SCS

Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção

As empresas devem, cada vez mais, desempenhar um papel importante no combate à corrupção nos negócios, atuando para promover um mercado íntegro e ético.

Pensando nisso, 2023 foi o segundo ano em que aderimos ao Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção, movimento coordenado pelo Instituto Ethos, que visa reforçar o compromisso das empresas com as práticas anticorrupção, com uma atuação pautada pela ética, transparência e integridade.

Com essa adesão, 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 colaboração em investigações.

Conflitos de interesse

GRI 2-15

Para gerenciar potenciais conflitos de interesse, nos baseamos nas diretrizes previstas no nosso Código de Conduta Ética e na Política de Transações com Partes Relacionadas, que abordam o tema de forma objetiva e didática e indicam qual a conduta esperada pela empresa e a forma como situações de conflito devem ser administradas.

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 de interesse em relação aos temas trazidos na deliberação do dia.

Políticas e códigos

GRI 2-23 | 2-24 | 2-27 | 205-2

Buscamos diariamente construir um ambiente profissional que possibilite a milhares de pessoas compartilhar da mesma paixão pelo trabalho, dado que os princípios que nos guiam são inegociáveis.

Nosso [Código de Conduta Ética](#) reúne informações sobre os comportamentos que devem orientar todos os relacionamentos diários que mantemos com nossos *stakeholders*. O documento abrange dados que são prioridades para o Grupo, com relação à proibição da prática de fraudes, suborno e corrupção, bem como estabelece resoluções sobre respeito, diversidade e combate à violência, à discriminação e ao assédio.

Para zelar pelo cumprimento do Código, contamos com um Comitê de Ética, que atua em parceria com as equipes de *Compliance* e Inteligência Preventiva e com as unidades de negócio. Em linha, disponibilizamos a todos os colaboradores treinamentos específicos e customizados sobre o Código de Conduta Ética e a Lei Anticorrupção. Em 2023, as comunicações sobre o tema do Programa de Integridade, incluindo os procedimentos de combate à corrupção, foram repassadas a 100% dos funcionários internos. Para categoria funcional e região, consultar a página 51, "Nossos Colaboradores".

Além disso, seguimos um conjunto de políticas que abordam temas relacionados à boa conduta e integridade na condução dos negócios, e que nos norteiam com relação a essas questões:

- Política de Gestão de Riscos Corporativos; Política Anticorrupção;
- Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos;
- Política de Sustentabilidade;
- Política Corporativa Ambiental;
- Política de Uso de Informações Relevantes e Preservação de Sigilo;
- Política para Transação com Partes Relacionadas;
- Política de Negociação de Valores Mobiliários;
- Política de Doações, Contribuições e Patrocínios;
- Política de Recebimento e Ofertas de Brindes;
- Política de Conflito de Interesses;
- Procedimento de Análise de Riscos de Terceiros;
- Procedimento de Relacionamento e Acordos com o Poder Público;
- Procedimento de Atendimento aos Representantes do Poder Público e Imprensa; e
- Política de Divulgação de Informações.



As políticas podem ser consultadas em nossa página de Relações com Investidores



Pamela Leticia - Atendimento - SCS

Julia Takeda - B2B - HUB SP



Canal de Denúncias

GRI 2-25 | 2-26 | 205-1 | 205-3 | 406-1 | SASB CG-MR-330a.2

Temos um Canal de Denúncias, o qual disponibilizamos para todo o público interno e externo do Grupo, permitindo receber relatos pelo site, por e-mail ou telefone, de desvios de conduta ética e integridade, advindos de situações que estejam em desacordo com as diretrizes do Código de Conduta Ética ou com qualquer legislação aplicável aos negócios.

Ele é operado por um parceiro externo, garantindo sua independência e imparcialidade. Todas as denúncias realizadas de boa-fé são apuradas, seguindo sempre as melhores práticas e os mais altos padrões éticos e técnicos, e é garantido o anonimato do denunciante, bem como a não retaliação.

Os casos foram recebidos por meio do Canal de Denúncias da Companhia. Toda alegação recebida é avaliada por área especialista e independente, através de escutas e coleta de evidências. Ao longo de 2023, por meio do Canal de Denúncias, recebemos:

- 65 alegações de casos de corrupção que mencionam benefícios indevidos. A equipe responsável realizou avaliação e concluiu que 12 destes casos foram considerados procedentes, ou seja cerca de 18%, resultando em medidas disciplinares aos envolvidos.
- Denúncias de discriminação das quais 23 foram consideradas procedentes e resultaram em medidas disciplinares. O tema é permanentemente acompanhado pela Companhia, está focado em seus treinamentos obrigatórios e em ações preventivas de conscientização.



Para saber mais e fazer uma denúncia, [clique para acessar nosso canal de denúncias.](#)

Mecanismos para remediar impactos

GRI 2-25 / 205-1

Procuramos manter mecanismos para que nossos públicos de relacionamento possam registrar queixas e buscar reparação caso se sintam impactados por alguma atuação que considerem equivocada de nossas operações.

Com órgãos públicos, definimos critérios e parâmetros para negociação, celebração e cumprimento de acordos, transações e compromissos relacionados, focados substancialmente na abertura e funcionamento de nossas lojas. Em regra, não operamos com o setor público nem participamos de processos de licitação.

Para questões relacionadas à privacidade e segurança de dados de clientes, disponibilizamos o Portal de Privacidade, no qual o cliente pode alterar, excluir ou solicitar informações sobre seus dados, de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados.

Gestão de riscos

GRI 2-13 | 205-1

Nossa Política de Gerenciamento de Riscos tem como objetivo estabelecer princípios, conceitos, diretrizes e responsabilidades sobre a gestão de 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 a conformidade com as melhores práticas de mercado. Essa diretriz se aplica a todas as áreas da Companhia e suas empresas subsidiárias.

Acompanhamos os riscos prioritários e realizamos, periodicamente, uma atualização da avaliação dos principais riscos corporativos. Periodicamente, 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 2023, demos continuidade ao processo de atualização de gerenciamento de riscos, implementando um Grupo de Trabalho formado por colaboradores do time de Controles Internos, Riscos e Compliance, com o objetivo de criar um mapa de riscos corporativos da Companhia. As ações nesse sentido incluíram a identificação de temas transversais para o negócio e entrevistas com executivos para elaboração de um diagnóstico que permitisse identificar medidas de mitigação em curso, oportunidades de aperfeiçoamento ou necessidade de implementação de novas ações.

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.

Possuímos um processo robusto de *due diligence*, no qual realizamos uma série de monitorias e procedimentos anteriores à contratação de parceiros. Em 2023, todos os novos fornecedores e sellers foram avaliados

Além disso, possuímos, em nossas operações, um processo robusto de *due diligence*, no qual realizamos uma série de monitorias e procedimentos anteriores à contratação de parceiros. Em caso de possíveis repressões, a ação é feita de forma muito rápida. Em 2023, todos os novos fornecedores e sellers, com os quais passamos a atuar foram avaliados na *due diligence*, prevista nos procedimentos internos. No ano, foram avaliados 4.987 casos.



Tiago Souza - Hub SP



Carla Melo - HUB SP

Segurança e privacidade de dados

GRI 3-3 | SASB-MR-230a.1 | CG-EC-230a.1 | CG- MR-230a.2 | CG-EC-230a.2

Para uma Companhia que convive com dados pessoais de milhões de clientes, o tema é crucial. Precisamos zelar pela confiabilidade do cliente em nossas marcas e canais. Por isso, adotamos em nossa gestão as melhores práticas e procuramos dar robustez à governança desses dados, nos atendo aos aspectos legais que garantam a segurança e proteção das informações dos nossos *stakeholders*.

Nossa Política de Segurança da Informação estabelece as diretrizes do tema na Companhia e explica o tema de forma detalhada, incluindo os direitos de acesso, correção, portabilidade, não-consentimento e eliminação dos dados das nossas plataformas. Além disso, nosso Programa de Governança em Privacidade conta com a participação de diversas áreas, como Tecnologia da Informação, Segurança da Informação, Controles Internos, Comunicação, Gestão de Clientes, *Compliance*, Gente e Gestão.

Continuamos atuando em linha com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), com iniciativas voltadas a melhorar nossa gestão de riscos de tecnologia e segurança da informação. Respeitamos integralmente a LGPD e disponibilizamos os *opt-ins* ao cliente, evitando uma postura invasiva. Nenhum contato com o cliente é realizado sem que antes ele nos autorize a prosseguir.

PORTAL DE PRIVACIDADE

Para informar nossos clientes, de modo claro e transparente, sobre quais dados são coletados ao utilizar nossas plataformas e como eles são tratados pela Companhia, dispomos do [Portal de Privacidade](#).

Além disso, realizamos testes de segurança periódicos em nosso ambiente de tecnologia, em busca de vulnerabilidades e da determinação de planos de ação, se forem necessários. Esses testes podem ser realizados tanto internamente como externamente, por meio de consultorias especializadas.

Temos como objetivo não receber queixas relativas à violação de privacidade e perda de dados de clientes ou terceiros, tampouco advindas de agências reguladoras. Ao longo do ano, não houve nenhuma queixa, nem perda ou vazamento de dados identificados.

De modo complementar, disponibilizamos um e-mail de contato do Escritório de Privacidade.



Para o esclarecimento de possíveis dúvidas dos usuários, envie um e-mail para: privacidade@grupocasasbahia.com.br.



Dyego Simoes - Hub SP

Relação com investidores

Ao longo de 2023, divulgamos as informações relevantes em nossa página de Relações com Investidores. Entre as questões atinentes aos interesses dos nossos acionistas, divulgamos neste exercício a operação de *follow on* para a captação de R\$ 623 milhões, importante instrumento para adequar a estrutura de capital da Companhia para os desafios de curto prazo ([veja mais em Desempenho financeiro 2023](#)).

Além disso, temos tido uma postura transparente na divulgação e atualização do Plano de Transformação CB25, que prioriza um fluxo de caixa livre mais robusto e a melhora do retorno sobre o capital investido, bem como uma estrutura de capital saudável e perene.



Todas as informações encontram-se disponíveis no site de [Relacionamento com Investidores](#).

DESEMPENHO FINANCEIRO

Destaques financeiros 2023

Destques financeiros 2023

GRI 201-1

Em um cenário macroeconômico desafiador, como o de 2023, com forte impacto do aumento de juros tanto para as empresas quanto para os consumidores, revisitamos nosso planejamento estratégico por meio do Plano de Transformação CB25, que tem como objetivo transformar a Companhia referência no varejo em geração de valor e retorno do capital investido.

Nosso modelo estratégico retoma o foco no nosso core, para rentabilidade e posicionamento como *player* especialista. O Plano possui duas grandes frentes: alavancas operacionais, que abrangem um novo modelo de gestão baseado em novas métricas de margem e ciclo de caixa, com iniciativas de aumento de receita e redução de custos; e melhoria da estrutura de capital, com mudança do modelo de financiamento do crediário, acesso a novos bolsos de liquidez, realização do *liability management* e monetização de ativos.

A seguir, alguns exemplos das principais iniciativas em cada frente:

Alavancas operacionais



Redução de R\$ 1,2 bilhão em estoques, com foco nos produtos antigos e de baixo giro;



Redução significativa de despesa de pessoal por iniciativas de eficiência;



Otimização do footprint de lojas e readequação dos centros de distribuição;



Migração de categorias com margens negativas do IP para venda exclusiva no 3P;



Aumento da penetração de serviços em lojas Retail Media: Casas Bahia Ads.

Estrutura de capital:



Liability management: Alongamento da dívida de curto prazo em 3 anos – R\$ 1,5 Bi.



Captações: *Follow On* de R\$ 623 MM no 3T23 e novas captações de R\$ 682 MM no 4T23.



Mudanças no modelo de funding do crediário através de FIDCs com potencial de liberação de até R\$ 5 bilhões de limite bancário viabilizando aumento da penetração do crediário (catalisador de vendas).

VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO E DISTRIBUÍDO

(em R\$ milhares)

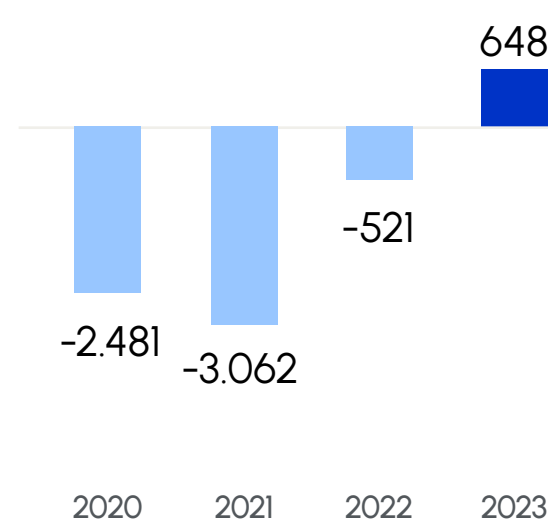
	2021	2022	2023
Valor adicionado a distribuir	5.554	6.386	4.539
Receita líquida	30.899	30.898	28.847
Valor econômico distribuído	7.340	7.070	4.539
Pessoal (remuneração e benefícios)	4.849	3.288	3.946
Impostos, taxas e contribuições	596	474	(300)
Remuneração de capitais de terceiros	1.598	2.966	3.518
Juros sobre capital próprio e dividendos	297	342	(2.625)
Valor econômico retido	-1.786	-684	0

DRE Contábil e Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa

Em 2023 atingimos o melhor fluxo de caixa livre dos últimos anos, ou seja, o fluxo de caixa da própria operação anterior às captações, pagamento de dívidas e acionistas. Logo, passamos de uma dinâmica de consumo nos últimos 3 anos para uma geração operacional de caixa positiva de R\$ 648 milhões em 2023. No ano, em relação a 2022, houve redução do saldo de liquidez de R\$ 6,2 para R\$ 3,6 bilhões (posição saudável para as exigências de capital de curto prazo e médio prazo) decorrente da contabilização de R\$ 1,75 bilhão pela renovação da parceira de cartões co-branded no 4T22 e pela redução de limites pelos acontecimentos de mercado no setor de varejo no início do ano de 2023. O impacto da perda de limite de crédito de CDCI foi de aproximadamente R\$ 920 milhões.

Fluxo de Caixa Livre 2020-2023
ex-renovação Bradescard
(em milhões de reais)



FLUXO DE CAIXA INDIRETO

	2022	2023
Lucro (prejuízo) do período	(324)	(2.625)
Lucro caixa pós ajustes	4.069	3.104
Variação capital de giro	1.714	501
Estoques	1.563	1.088
Fornecedores	151	(587)
Perdas	(1.148)	(1.154)
Demandas judiciais	(1.245)	(1.228)
Repasse a terceiros	72	(264)
Tributos a recuperar/pagar	(74)	1.297
Outros ativos e Passivos	(94)	(39)
Caixa Líquido gerado (aplicado) nas atividades operacionais	3.294	2.217
Caixa Líquido gerado (aplicado) nas atividades de arrendamento	(1.137)	(1.064)
Caixa Líquido (aplicado) nas atividades de investimento	(928)	(505)
Fluxo de Caixa Livre	1.229	648
Captações Líquidas	198	(1.077)
Pagamento de Juros	(1.914)	(2.748)
Follow-on, líquido dos custos de captação	-	602
Outros	(63)	-
Caixa Líquido gerado (aplicado) nas atividades de financiamento	(1.779)	(3.223)
Saldo Inicial de Caixa e Equivalentes de Caixa	6.703	6.153
Saldo final de Caixa e Equivalentes de Caixa	6.153	3.578

Capex

No ano, os investimentos do Grupo Casas Bahia totalizaram R\$ 387 milhões, sendo 90% do total direcionado para projetos relacionados à tecnologia para suportar o crescimento, digitalização da Companhia e a experiência do cliente. Em 2023, o Capex foi 62% menor vs. 2022.

(em R\$ milhões)

	2021	2022	2023
Logística	87	52	14
Reforma de lojas	154	56	31
Novas lojas	223	180	9
Tecnologia	514	654	331
Outros	62	64	2
Total	1.040	1.006	387

DRE

Ressaltamos que, no 4T22 tivemos um efeito da renovação da parceria de cartões de crédito *co-branded*, enquanto no 4T23 tivemos impactos pontuais do Plano de Transformação, além da provisão tributária referente ao DIFAL 2022.

Em termos da receita bruta, ocorreu uma redução de 5,5% e é fundamental entendermos os motivos. Além do cenário macroeconômico ainda desafiador e da base de comparação do quarto trimestre de 2022 ter sido elevada em função da Copa do Mundo, que gerou um volume adicional de vendas, especialmente de TVs, tivemos 3 movimentos, associados ao plano de transformação, que apesar de terem um impacto na receita, foram realizados de forma consciente, privilegiando a rentabilidade da operação: deixamos de trabalhar em 23 categorias no

IP, porém continuamos atendendo o nosso cliente via 3P; fechamos 55 lojas ao longo de 2023, pois não estavam agregando valor para Companhia e reduzimos os incentivos no canal B2B que, por consequência, trouxe uma redução no volume de vendas. O lucro bruto atingiu R\$ 8,1 bilhões, com margem de 27,9%, ainda impactada pelo saldão. As despesas diminuíram 0,5% em relação ao ano anterior, capturando parte dos ganhos com as iniciativas do Plano de Transformação já implementadas. O benefício integral será observado ao longo de 2024. Com isso, o EBITDA ajustado foi de R\$ 1,2 bilhão, com margem de 4,3%. A despesa financeira líquida totalizou R\$ 3,0 bilhões, ainda refletindo o alto patamar da taxa de juros. E dessa maneira, registramos um LAIR de R\$ 4,2 bilhões negativo.

CONTÁBIL

(em R\$)

	2021	2022	2023
GMV Bruto	44.604	44.378	42.750
Receita Bruta	38.375	36.418	34.433
Receita Líquida	30.899	30.898	28.847
Lucro Bruto	9.327	9.590	8.055
Desp. Vendas e ADM.	8.198	7.472	7.063
EBITDA Ajustado	1.368	2.382	1.240
Resultado Financeiro	1.217	2.244	(3.041)
LAIR	1.560	1.083	(4.201)
Ir & CS	1.263	741	1.576
Lucro Líquido	297	342	(2.625)



Para saber mais [clique aqui](#) e acesse nosso site.

ANEXOS

Glossário

Sumário de conteúdo da GRI

Sumário de conteúdo da SASB

Relatório de Asseguração

Créditos

Janaina Torrez

Glossário

- **IP:** produtos do estoque da Companhia, que podem ser comercializados nas lojas físicas e/ou no ambiente online (IP Online).
- **3P:** *Marketplace* ou 3P: produtos de parceiros ("sellers") comercializados nas plataformas online.
- **B2B:** do inglês *Business-to-business*, o termo se refere ao comércio entre duas empresas, e não entre uma empresa e um consumidor pessoa física.
- **B2C:** do inglês *Business-to-consumer*, o termo se refere à transação que ocorre entre uma empresa e um indivíduo como cliente final.
- **B3:** a Brasil, Bolsa, Balcão é a bolsa de valores do Brasil, sediada em São Paulo.
- **Cauda Longa:** comercialização de produtos diversos, que não fazem parte das principais categorias de negócios.
- **C-level:** se refere a executivos de alto escalão encarregados ou co-presidentes de vários departamentos da Companhia, podendo incluir CEOs, CFOs, CIOs etc.
- **Crediário as a service:** é uma forma adicional de rentabilizar o crediário, disponibilizando-o para terceiros que não estão ligados diretamente nas operações do Grupo Casas Bahia.
- **Crediário digital:** modalidade digital do crediário das Casas Bahia.
- **Due diligence:** processo de identificar, prevenir, mitigar e prestar contas de como uma organização lida com seus impactos negativos reais e potenciais.
- **E-commerce:** termo em inglês que se refere ao comércio de bens e serviços que acontece por meio da internet.
- **Economia circular:** baseia-se em repensar a forma de desenhar, produzir e comercializar produtos para garantir o uso e a recuperação inteligente dos recursos naturais, priorizando a reintrodução de materiais ao ciclo produtivo e reduzindo ou eliminando a dependência de matéria-prima virgem.
- **Fintechs:** é uma abreviação para *financial technology* (tecnologia financeira, em português). O termo é utilizado para se referir a *startups* ou empresas que desenvolvem produtos financeiros totalmente digitais, nas quais o uso da tecnologia é o principal diferencial em relação às empresas tradicionais do setor.
- **Fulfillment:** é o processo que engloba armazenagem de produtos, categorização, alocação, coleta, embalagem, impressão de etiquetas e expedição, até a entrega do pacote à transportadora.
- **Fullcommerce:** oferta de serviços a terceiros que engloba o planejamento, logística, marketing, atendimento ao cliente, meios de pagamento, segurança digital, operação, consultoria, entre outras atividades relacionadas à operação de um *e-commerce*.
- **GMV Total Bruto:** montante transacionado em R\$ em nosso site e lojas, sem excluir devoluções e cancelamentos. Número comparável com o divulgado pelo mercado.
- **GMV Total Líquido:** montante transacionado em R\$ em nosso site e lojas, líquido de devoluções e cancelamentos.
- **Lifetime value:** representa a receita total que um cliente gera para uma empresa durante todo o relacionamento.



Igor Moura - Hub SP

- Logística mar aberto ou logística as a service: modelo em que se disponibiliza a rede logística para que terceiros possam comercializar e estocar os seus produtos, aproveitando a capilaridade e as condições de frete mais atrativas.
- Logística reversa: é o conjunto de procedimentos destinados a viabilizar a coleta, análise, desmontagem e reaproveitamento dos resíduos sólidos pelo setor empresarial, para que sejam utilizados como matéria-prima em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos.
- *Logtech*: termo usado para definir as *startups* que atuam no setor de logística, aplicando tecnologia à área de transporte.
- *Marketshare*: termo em inglês, também traduzido como "participação de mercado", que se refere à porcentagem das vendas totais de um determinado setor ou categoria gerada por uma determinada empresa.
- *Minihubs*: Lojas que funcionam como centros de envio de mercadorias para clientes. 100% das lojas do Grupo Casas Bahia estão habilitadas para este fim.
- NPS: abreviação do termo em inglês *Net Promoter Score*, se refere a uma métrica criada para medir a satisfação dos clientes. Os resultados das avaliações embasam ações estratégicas para melhorar a experiência de compra e atendimento dos consumidores.
- Omnicanalidade: abordagem que integra todos os canais de vendas e atendimento para tornar a experiência do cliente mais consistente e coesa em pontos de contato digitais e físicos.
- *Players* de mercado: companhias que atuam no mesmo setor e, portanto, possuem características e modelos de negócios parecidos, além de disputar o mesmo público-alvo.
- Produtos de alta recorrência: categorias de produtos com alta procura e com saída recorrente.
- Retira Rápido: compra realizada online e que pode ser retirada em nossas lojas.
- Same day delivery: entrega no mesmo dia.
- *Seller*: lojista parceiro que oferta os seus produtos através da plataforma de marketplace.
- SKU: do inglês *Stock Keeping Unit*, é usado por varejistas para identificar e rastrear seu estoque. Um SKU é um código único composto por letras e números que identificam características sobre cada produto, como fabricante, marca, estilo, cor e tamanho.
- Sortimento: quantidade de diferentes itens comercializados por uma loja, dentro de uma categoria específica.
- *Stakeholders*: termo em inglês para se referir às partes interessadas, que são grupos de indivíduos com interesses e características diferentes que exercem algum tipo de influência ou são impactados pelas atividades de uma organização.
- *Startup*: termo em inglês que representa uma "empresa" emergente e recém-criada, ainda em fase de desenvolvimento, que tem como objetivo principal desenvolver ou aprimorar um modelo de negócio, preferencialmente escalável, disruptivo e repetível.
- *Sustainability-Linked Bond*: é um título de pagamento vinculado ao cumprimento de uma meta de sustentabilidade em um prazo determinado. Caso não haja o cumprimento dessa meta, o título não é executado ao emissor.
- TPV: do inglês *Total Payment Volume*, é o índice usado globalmente para medir o volume de dinheiro transacionado através dos meios de pagamento.
- Última milha: é a última etapa do processo de transporte de um produto, normalmente saindo do centro de distribuição até chegar ao destino, no varejo ou na mão dos clientes.

Sumário de conteúdo da GRI

Declaração de uso: O Grupo Casas Bahia relatou em conformidade com as Normas GRI para o período 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2023.

GRI 1 usada: GRI 1: Fundamentos 2021

Norma(s) Setorial(ais) da GRI aplicável(eis): Não houve utilização de normas setoriais

Norma GRI	Conteúdo	Página/resposta	Omissão			
			Requisitos omitidos	Motivo	Explicação	
Conteúdos gerais						
A organização e suas práticas de relato						
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-1	Detalhes da organização	8, 11, 72 Operamos no território brasileiro e as empresas que compõem os dados do relatório fazem parte das empresas listadas na Demonstrações Financeiras da Companhia (acesse aqui). O Grupo Casas Bahia detém empresas controladas que tem papel fundamental na oferta e venda de mercadorias e na prestação de serviços para nossos clientes. Os resultados divulgados estão consolidados e refletem todas as empresas controladas e coligadas. Para mais detalhes vide nota explicativa 4 da Demonstração Financeira Auditada do exercício de 2023.			
	2-2	Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	6, 8, 10 Não há ajustes para participações minoritárias, fusões, aquisições, alienações ou variações na abordagem entre os conteúdos e tópicos relevantes nesta Norma.			
	2-3	Período de relato, frequência e ponto de contato	6			
	2-4	Reformulações de informações	O indicador GRI 404-2, referente a programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira não foi reportado devido a descontinuidade do programa.			
	2-5	Verificação externa	103			

Norma GRI	Conteúdo	Página/resposta	Omissão		
			Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
Atividades e trabalhadores					
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-6	Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	11, 69, 70 Não houve mudanças significativas na nossa cadeia de fornecedores.		
	2-7	Empregados	47, 48, 49		
	2-8	Trabalhadores que não são empregados		a, b, c	Informação não disponível
Governança					
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-9	Estrutura de governança e sua composição	72, 75		
	2-10	Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	75, 77		
	2-11	Presidente do mais alto órgão de governança	75 O Presidente do Conselho de Administração, não tem função executiva na Companhia, seguindo a prática recomendada pelo Código Brasileiro de Governança Corporativa.		
	2-12	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	31, 75 A estrutura de ESG reporta a diretoria de Gente e Gestão, conforme página 31.		
	2-13	Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	30, 82 Não há frequência definida para relatar ao mais alto órgão de governança sobre a gestão dos impactos da organização na economia, no meio ambiente e nas pessoas.		
	2-14	Atribuições do mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	30, 31		
	2-15	Conflitos de interesse	80 Os casos de conflito de interesse são escopo do Canal de Denúncias da Companhia, que é aberto e fica disponível para o público interno e externo. Os resultados das alegações recebidos referentes são reportadas ao Comitê de Ética e ao Comitê de Auditoria.		

Norma GRI	Conteúdo		Página/resposta	Omissão		
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
Governança						
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-16	Comunicação de preocupações cruciais	75 O Conselho de Administração 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 através de seu Canal de Denúncias ou da área de Relações com Investidores. Além disso, são disponibilizados aos seus consumidores canais diversos de contato como telefone, e-mail, WhatsApp e redes sociais.	b	Confidencialidade	O número e a natureza das preocupações cruciais informadas ao Conselho de Administração são considerados confidenciais pela Companhia, por tratarem de temas sensíveis ou estratégicos para o modelo de negócio.
	2-17	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	76 Além dos encontros periódicos com os comitês, os conselheiros assistem palestras sobre tendências do setor, que incluem diferentes temáticas ESG e sua integração aos negócios.			
	2-18	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	75	a, c	Confidencialidade	As informações sobre a avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança são dados estratégicos e não serão publicados.
	2-19	Políticas de remuneração	75, 76, 77 Mais informações sobre como as políticas de remuneração de Diretores estão vinculadas ao desempenho da gestão dos impactos da organização na economia, no meio ambiente e nas pessoas, acesse a página 13 do Manual de Participação em Assembleia e Proposta da Administração podem ser encontradas clikando aqui .			
	2-20	Processos para determinação da remuneração	75, 76, 77	b.	Confidencialidade	Informação não disponível devido a confidencialidade da questão.
	2-21	Proporção da remuneração total anual	-	a, b, c.	Confidencialidade	As informações sobre proporção de remuneração são estratégicas e não serão reportadas.

Norma GRI	Conteúdo	Página/resposta	Omissão		
			Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
Estratégias, políticas e práticas					
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-22	Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	4		
	2-23	Compromissos de política	30, 35, 80		
	2-24	Incorporação de compromissos de política	35, 80		
	2-25	Processos para reparar impactos negativos	81		
	2-26	Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	81		
	2-27	Conformidade com leis e regulamentos	80 Em 2023, não foram aplicadas multas em valor igual ou superior a R\$ 100 milhões, individual ou agregado no período do relatório ou em períodos anteriores.		
	2-28	Participação em associações	35		
Engajamento com as stakeholders					
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-29	Abordagem para engajamento de stakeholders	18, 31, 35		
	2-30	Acordos de negociação coletiva	99,18%. As Convenções Coletivas de Trabalho abrangem empregados de uma categoria em determinada base territorial, que pode ser desde um único município ou vários de determinada região. As Convenções são aplicadas, conforme enquadramento sindical de cada empresa do grupo, incluindo Casas Bahia, Ponto, Bartira, Extra.com.br, banQi e ASAPLog. Os demais colaboradores (0,82%) estavam, no fechamento do ano, em negociação.		
Temas materiais					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-1	Processo de definição de temas materiais	31		
	3-2	Lista de temas materiais	31		
Inovação e Tecnologia com foco no cliente					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos tópicos materiais	21, 23 Não foram identificados impactos reais negativos atrelados ao tema.		

Norma GRI	Conteúdo	Página/resposta	Omissão		
			Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
Acessibilidade financeira					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos tópicos materiais	22, 25, 33		
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-2	Impactos econômicos indiretos significativos	22, 33, 66		
Cadeia de valor responsável					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos tópicos materiais	33, 69		
GRI 204: Práticas de Compra 2016	204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais	69 Em 2023, 97,4% dos itens foram adquiridos de fornecedores nacionais. As unidades operacionais operacionais importantes são as lojas, centros de distribuição e Hubs, que estão distribuídas em todo o território brasileiro, sendo esta a definição geográfica adotada pelo Grupo.		
GRI 308: Avaliação Ambiental de Fornecedores 2016	308-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	69	a	Informação não disponível. O processo está em fase de ajuste..
GRI 408: Trabalho Infantil 2016	408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	69 Não foi identificado durante o processo de avaliação nenhum risco à ocorrência de trabalho infantil.		
GRI 409: Trabalho Forçado Ou Análogo Ao Escravo 2016	409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	69 Não foi identificado durante o processo de avaliação nenhum risco à ocorrência de trabalho forçado ou análogo à escravidão.		
GRI 410: Práticas de Segurança 2016"	410-1	Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	70		
GRI 414: Avaliação Social de Fornecedores 2016	414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	69	a	Informação não disponível. O processo está em fase de ajuste.

Norma GRI	Conteúdo		Página/resposta	Omissão		
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
Ética e Transparência						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos tópicos materiais	33, 78 Não foram identificados impactos reais negativos atrelados ao tema.			
GRI 205: Combate à Corrupção 2016	205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	81, 82	b	Informação não disponível.	O processo está em fase de ajuste.
	205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	69, 78, 80	a, c, d	Informação não disponível.	O processo está em fase de ajuste.
	205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	81	a, b, c e d	Confidencialidade	A informação é restrita e não será divulgada.
Ecoeficiência operacional e circularidade						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos tópicos materiais	33, 40			
GRI 301: Materiais 2016	301-3	Produtos e suas embalagens recuperados	41	a, b	Informação Indisponível	Processo não mapeado na íntegra.
GRI 302: Energia 2016	302-1	Consumo de energia dentro da organização	45 O Grupo não possui os tipos de consumo energético solicitados pela norma nos itens "c" e "d"			
	302-2	Consumo de energia fora da organização	45			
	302-3	Intensidade energética	45			
	302-4	Redução do consumo de energia	No ano de 2023 não houve redução no consumo de energia proveniente das operações do Grupo.			
GRI 306: Resíduos 2020	306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	42			
	306-2	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	41, 42	a	Informação não disponível	Processo não mapeado
	306-3	Resíduos gerados	42			
	306-4	Resíduos não destinados para disposição final	Todos os resíduos gerados nas nossas operações foram destinados para disposição final			
	306-5	Resíduos destinados para disposição final	42 Os resíduos enviados para incineração são tratados sem recuperação de energia para os resíduos classe I e II.			

Norma GRI	Conteúdo		Página/resposta	Omissão		
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
Mudanças climáticas e emissões atmosféricas						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos tópicos materiais	33, 44			
GRI 305: Emissões 2016	305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	44 O ano base adotado é 2021			
	305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	44 O ano base adotado é 2021			
	305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	44 Foram incluídas no cálculo as categorias e atividades referentes a viagens, resíduos, transporte e distribuição.			
	305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	44			
	305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	No ano de 2023, o Grupo reduziu as suas emissões em relação ao ano base de 2021 em 16,6%, e estão descritas na página 44 .			
Diversidade, inclusão e bem estar no ambiente de trabalho						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos tópicos materiais	33, 56, 59			
GRI 401: Emprego 2016	401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados	50, 51, 52			
	401-2	Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	Os benefícios descritos são oferecidos em todas as unidades operacionais importantes da Companhia, as quais são elencadas na resposta ao indicador 2-2 a todos os empregados.			
	401-3	Licença maternidade/paternidade	52, 53			
GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2016	403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	56 Os sistemas de Saúde e Segurança Ocupacional instaurados na Companhia atendem às Normas Regulamentadoras da Portaria 3.214/78 do Ministério do Trabalho, porém não conta com certificações de qualidade, como a ISO 45001.			
	403-2	Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	57			
	403-3	Serviços de saúde do trabalho	56			

Norma GRI	Conteúdo		Página/resposta	Omissão		
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
Diversidade, inclusão e bem estar no ambiente de trabalho						
GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2016	403-4	Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	56	b	Informação não disponível	Processo em fase de ajuste
	403-5	Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	52, 56			
	403-6	Promoção da saúde do trabalhador	52, 56			
	403-7	Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	56, 57, 5i			
	403-8	Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	56 ii e iii) trabalhadores que não são empregados são cobertos pelo sistema dos fornecedores, conforme cláusulas contratuais estabelecidas.			
	403-9	Acidentes de trabalho	56, 57 f- Os colaboradores terceiros são cobertos pelo sistema dos fornecedores, conforme cláusulas contratuais estabelecidas.			
	403-10	Doenças profissionais	56, 57 Não há registro de doenças profissionais em empregados			
GRI 404: Capacitação e Educação 2016	404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	54, 55			
	404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Em 2023 não tivemos avaliação de desenvolvimento em função da atualização da cultura empresarial. Nossa avaliação de competências de 2023 está prevista para março de 2024. Nela, avaliaremos aproximadamente 7.000 colaboradores com base em nossos valores culturais,			
GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016	405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	60, 61, 75			
	405-2	Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	49 60			
GRI 406: Não Discriminação 2016	406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	81	b)ii/iii/iv	Informação confidencial.	ii/iii/iv - Informação restrita e não será divulgada.

Norma GRI	Conteúdo		Página/resposta	Omissão		
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
Segurança e Privacidade de Dados						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos tópicos materiais	33, 83			
GRI 418: Privacidade do Cliente 2016	418-1	Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	Recebemos as solicitações dos titulares de dados por meio do nosso Portal de Privacidade. São requisições para exclusão de dados, alteração de dados cadastrais ou acesso aos dados eventualmente tratados pela empresa. Até o momento, nessas análises, não houve nenhuma constatação de vazamento de dados.			
Disclosures Extras - indicadores não contemplados na materialidade, mas que o Grupo Casas Bahia decidiu reportar para manter a série histórica e comparabilidade						
GRI 201: Desempenho Econômico 2016	201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	86			

Sumário de conteúdo SASB

Categoria Geral	Tópico de Divulgação	Indicador	Descrição do Indicador	Relação com a GRI / Página	Resposta
Consumer Goods (CG) - Bens de consumo					
<i>Multiline and Specialty Retailers & Distributors (MR) - Retalhistas multilinha e especializados & Distribuidores</i>	Gerenciamento de energia no varejo & distribuição	CG-MR-130a.1	(1) Energia total consumida, (2) porcentagem de eletricidade do mercado livre, (3) porcentagem de energia renovável	45	
	Segurança de dados	CG-MR-230a.1	Descrição da abordagem para identificar e lidar com riscos de segurança de dados	83	Estes dados são confidenciais. Reforçamos que nossa empresa passa anualmente por Auditorias Internas e Externas. Essas auditorias avaliam por diversas formas os controles, processos e ferramentas que possuímos para a proteção dos dados dos nossos colaboradores e dos nossos clientes. Além dessas auditorias, atendemos aos requisitos da Lei Geral de Privacidade de Dados e possuímos a certificação PCI para operação de cartão de crédito físico (nas lojas físicas) e online (e-commerce).
		CG-MR-230a.2	(1) Número de violações de dados, (2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (pii), (3) número de clientes afetados	83	Recebemos as solicitações dos titulares de dados por meio do nosso Portal de Privacidade. São requisições para exclusão de dados, alteração de dados cadastrais ou acesso aos dados eventualmente tratados pela empresa. Até o momento, nessas análises, não houve nenhuma constatação de vazamento de dados.
	Práticas de trabalho	CG-MR-310a.2	(1) Taxa de rotatividade voluntária e (2) involuntária para associados da loja e para todos os associados	51	

Categoria Geral	Tópico de Divulgação	Indicador	Descrição do Indicador	Relação com a GRI / Página	Resposta
Multiline and Specialty Retailers & Distributors (MR) - Retalhistas multilinha e especializados & Distribuidores		CG-MR-310a.3	Valor total de perdas monetárias resultantes de processos judiciais associados a violações da lei trabalhista	-	As informações sobre as despesas trabalhistas estão disponíveis no release do 4º trimestre de 2023, no site de relacionamento com investidores da companhia, clique aqui .
Multiline and Specialty Retailers & Distributors (MR) - Retalhistas multilinha e especializados & Distribuidores	Diversidade e inclusão dos associados	CG-MR-330a.1	Porcentagem de representação de gênero e grupo étnico/racial para (1) gestão e (2) todos os outros associados	60	
		CG-MR-330a.2	Perdas monetárias resultantes de procedimentos legais associados a discriminação de colaboradores	81 GRI 406	Não identificamos perdas financeiras decorrentes de processos legais associados à discriminação.
	Métricas de atividade	CG-MR-000.A	Número de: (1) lojas e (2) centros de distribuição	11,20	
		CG-MR-000.B	Área total de: (1) lojas e (2) centros de distribuição	11,20	
E-commerce (EC) - Comércio eletrônico	Hardware Infra-estruturas Gestão Energia e Água	CG-EC-130a.1	(1) Energia total consumida, (2) porcentagem de eletricidade da rede e (3) porcentagem de energia renovável.	45	
	Privacidade de dados e publicidade	CG-EC-220a.1	Número de usuários cujas informações são usadas para fins secundários	-	Estes dados são confidenciais. Reforçamos que nossa empresa passa anualmente por Auditorias Internas e Externas. Essas auditorias avaliam por diversas formas os controles, processos e ferramentas que possuímos para a proteção dos dados dos nossos colaboradores e dos nossos clientes. Além dessas auditorias, atendemos aos requisitos da Lei Geral de Privacidade de Dados e possuímos a certificação PCI para operação de cartão de crédito físico (nas lojas físicas) e online (e-commerce).
	Privacidade de dados e publicidade	CG-EC-220a.2	Políticas e práticas relacionadas a publicidade comportamental e privacidade do usuário	-	

Categoria Geral	Tópico de Divulgação	Indicador	Descrição do Indicador	Relação com a GRI / Página	Resposta
E-commerce (EC) - Comércio eletrônico	Segurança dos dados Privacidade de dados e publicidade	CG-EC-230a.1	Descrição da abordagem para identificação e tratamento de riscos de segurança de dados	83	Estes dados são confidenciais. Reforçamos que nossa empresa passa anualmente por Auditorias Internas e Externas. Essas auditorias avaliam por diversas formas os controles, processos e ferramentas que possuímos para a proteção dos dados dos nossos colaboradores e dos nossos clientes. Além dessas auditorias, atendemos aos requisitos da Lei Geral de Privacidade de Dados e possuímos a certificação PCI para operação de cartão de crédito físico (nas lojas físicas) e online (e-commerce).
		CG-EC-230a.2	(1) Número de violações de dados, (2) percentual que são violações de dados pessoais, (3) número de usuários afetados	83	Recebemos as solicitações dos titulares de dados por meio do nosso Portal de Privacidade. São requisições para exclusão de dados, alteração de dados cadastrais ou acesso aos dados eventualmente tratados pela empresa. Até o momento, nessas análises, não houve nenhuma constatação de vazamento de dados.
	Recrutamento, inclusão e performance	CG-EC-330a.1	Porcentagem de colaboradores engajados	18	

Relatório de Asseguração Limitada dos Auditores Independentes

GRI 2-5



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 Relatório Anual 2023

Ao Conselho de Administração e Acionistas do
Grupo Casas Bahia
São Paulo - SP

Introdução

Fomos contratados pelo Grupo Casas Bahia ("Companhia" ou "Casas Bahia"), anteriormente denominada Via S.A., para apresentar nosso relatório de asseguração limitada sobre as informações não financeiras constantes no "Relatório Anual 2023" da Casas Bahia, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2023.

Nossa asseguração limitada não se estende a informações de períodos anteriores ou a qualquer outra informação divulgada em conjunto com o Relatório Anual 2023, incluindo quaisquer imagens, arquivos de áudio ou vídeos incorporados.

Responsabilidades da administração da Casas Bahia

A administração da Casas Bahia é responsável por:

- selecionar e estabelecer critérios adequados para a elaboração das informações constantes no Relatório Anual;
- preparar as informações em conformidade com os critérios e diretrizes da *Global Reporting Initiative (GRI – Standards)*, com o *Sustainability Accounting Standard - Multiline and Specialty Retailers & Distributors e E-commerce (SASB)*;
- desenhar, implementar e manter controle interno sobre as informações relevantes para a preparação das informações constantes no Relatório Anual, que estão livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar uma conclusão sobre as informações não financeiras constantes no Relatório Anual, com base nos trabalhos de asseguração limitada conduzidos com base na NBC TO 3000 – Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão, também emitida pelo CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000 – *Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information*, emitida pelo *International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)*. Essas normas requerem o planejamento dos trabalhos e a execução dos procedimentos de forma a obter segurança limitada de que as informações não financeiras constantes no Relatório Anual do Grupo Casas Bahia, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.



Nossa firma aplica a Norma Brasileira de Gestão de Qualidade (NBC PA 01), que requer que a firma planeje, implemente e opere um sistema de gestão de qualidade, incluindo políticas ou procedimentos relacionados com o cumprimento de requerimentos éticos, normas profissionais e exigências legais e regulatórias aplicáveis. 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) baseados nos princípios fundamentais de integridade, objetividade, competência profissional e devido zelo, confidencialidade e comportamento profissional.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (*ISAE 3000 revised*) consiste principalmente de indagações à administração da Casas Bahia e outros profissionais da Casas Bahia que estão envolvidos na elaboração das informações, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir, na forma de asseguração limitada, sobre as informações tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relatório Anual, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações contidas no Relatório Anual, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais divulgadas no Relatório Anual, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam, entre outros:

- planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes no Relatório Anual;
- 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;
- 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 Anual;
- para os casos em que os dados não financeiros se correlacionem com indicadores de natureza financeira, o confronto desses indicadores com as demonstrações contábeis e/ou registros contábeis.
- análise dos processos para a elaboração do Relatório Anual e da sua estrutura e conteúdo, em conformidade nos Princípios de Conteúdo e Qualidade dos *Standards* para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative – GRI e com o *Sustainability Accounting Standard - Multiline and Specialty Retailers & Distributors e E-commerce (SASB)*;
- avaliação dos indicadores não-financeiros amostrados;
- análise da razoabilidade das justificativas das omissões de indicadores de desempenho associados a aspectos e tópicos apontados como materiais na análise de materialidade da Companhia.



Os trabalhos de asseguração limitada compreenderam, também, a aderência às diretrizes e aos critérios da estrutura de elaboração *GRI – Standards* aplicável na elaboração das informações constantes do Relatório Anual.

Alcance e limitações

Os procedimentos executados em trabalho de asseguração limitada variam em termos de natureza e época e são menores em extensão do que em trabalho de asseguração razoável. Consequentemente, o nível de segurança obtido em trabalho de asseguração limitada é substancialmente menor do que aquele que seria obtido, se tivesse sido executado um trabalho de asseguração razoável. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguração razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório Anual. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão dos dados estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os períodos anteriores, nem em relação a projeções futuras e metas.

A preparação e apresentação de indicadores de sustentabilidade seguiu os critérios da *GRI – Standards* e, portanto, não possuem o objetivo de assegurar o cumprimento de leis e regulações sociais, econômicas, ambientais ou de engenharia. Os referidos padrões preveem, entretanto, a apresentação e divulgação de eventuais descumprimentos a tais regulamentações quando da ocorrência de sanções ou multas significativas. Nosso relatório de asseguração deve ser lido e compreendido nesse contexto, inerente aos critérios selecionados (*GRI – Standards*).

Conclusão

Acreditamos que as evidências obtidas em nosso trabalho são suficientes e apropriadas para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório e nas evidências obtidas, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações não financeiras constantes no Relatório Anual para o exercício findo em 31 de dezembro de 2023 da Casas Bahia, não foram elaboradas, em todos os aspectos relevantes, em conformidade com os *Standards* para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative – GRI* e com o *Sustainability Accounting Standard - Multiline and Specialty Retailers & Distributors e E-commerce (SASB)*.

São Paulo, 04 de junho de 2024

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

Anderson Linhares de Oliveira
Contador CRC MG-086685/O-8

Créditos

Coordenação Geral
Gerência de Sustentabilidade

Consultoria, Redação e Diagramação
blendON

Imagens
Acervo Grupo Casas Bahia