

Casas Bahia tenta sair da crise com móveis e eletro e abandona xampu e uísque

Com dívida bilionária, rede varejista muda prioridade dos negócios, volta às origens e prevê crescimento só em 2025

Daniele Madureira

São Paulo

A Casas Bahia, fundada em 1952 em São Caetano do Sul, no ABC paulista, pelo imigrante polonês Samuel Klein, decidiu voltar às origens na tentativa de superar a crise financeira que atravessa.

A partir de agora, a empresa vai se concentrar no negócio que deu origem ao grupo —formado também pela rede Ponto, pelo site Extra.com, pela fabricante de móveis Bartira, pelo banco digital Banqi e pela empresa de logística Asaplog.

A Casas Bahia vai comprar e vender móveis, eletrodomésticos e eletroeletrônicos.

Várias outras categorias que estão presentes hoje no site da companhia —como artigos para festa, decoração, perfumaria e cosméticos, pet shop, alimentos e bebidas— deixam de ser compradas e vendidas pela empresa. Elas continuam no site, mas apenas com a venda de terceiros, os "sellers".

"Nós estávamos gastando muito para sermos generalistas, tentando atrair clientes de outras categorias, como uísque, sendo que o nosso cliente de móveis e eletro já é muito fiel", disse nesta quarta-feira (20) Renato Franklin, presidente do grupo Casas Bahia, em entrevista coletiva na sede da empresa em São Paulo.

Com isso, a empresa pretende economizar até R\$ 1 bilhão em estoques neste ano.

De acordo com dados do segundo trimestre deste ano, a Casas Bahia tem R\$ 3,7 bilhões de endividamento bruto e R\$ 1,5 bilhão de risco sacado (operação que antecipa os recebíveis dos fornecedores com a intermediação de instituições financeiras).

A rede varejista também soma R\$ 8,7 bilhões de empréstimos e financiamentos, sendo R\$ 5 bilhões de repasse para instituições financeiras referentes a operações com crediário.

Ainda assim, Franklin diz que a companhia se sente "confortável" para continuar operando, em busca do crescimento sustentável, meta que só deve ser atingida em 2025.

"Até lá, a companhia pode queimar caixa", diz Franklin, referindo-se ao jargão do mercado que significa que a empresa vai gastar seus recursos para manter a operação. Segundo o executivo, a Casas Bahia tem atualmente R\$ 2,5 bilhões em caixa.

Até 2025, para manter a geração de caixa, a companhia vai se desfazer de alguns ativos, como imóveis. Também está reduzindo despesas importantes, como o marketing.

A Casas Bahia está adotando ferramentas de inteligência artificial para customizar as campanhas publicitárias por região, o que deve garantir uma economia de R\$ 200 milhões ao ano, segundo Franklin.

Outras medidas já anunciadas para manter a operação de pé são o fechamento de cem pontos que estão operando com prejuízo, além do corte de 6.000 funcionários.

'Percepção de risco equivocada'

No segundo trimestre deste ano, o grupo apresentou prejuízo de R\$ 492 milhões, frente a um lucro de R\$ 6 milhões um ano antes —o último lucro trimestral contábil da companhia desde então.

No último dia 12, o grupo anunciou a sua mudança de nome, de Via para Grupo Casas Bahia S.A., aprovada em assembleia geral extraordinária.

A empresa também retomou o slogan histórico da Casas Bahia: "Dedicação total a você", assim como o garoto propaganda que manteve por 18 anos, Fabiano Augusto.

A partir desta quarta, companhia passa a adotar o código altera ainda o código BHIA3 da ação negociada em Bolsa. Na semana passada, a companhia promoveu uma oferta de novas ações (follow-on), quando captou R\$ 623 milhões —bem abaixo da expectativa inicial, de levantar R\$ 981 milhões.

Segundo Franklin, o mercado tem uma "percepção de risco equivocada" sobre a empresa, "muito maior do que a realidade". "Vamos entregar resultados, trimestre após trimestre, e recuperar a confiança no grupo", disse.

<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/09/casas-bahia-tenta-sair-da-crise-com-moveis-e-eleto-e-abandona-xampu-e-uisque.shtml>

Veículo: Online -> Portal -> Portal Folha de S. Paulo

Seção: Negócios