

CEAB B3 LISTED NM IGCT B3 IGC-NM B3 IGC B3 ISE B3 IDIVERSA B3

SMLL B3 IBRA B3 ITAG B3 ICON B3 IGPTW B3 IBrX 100 B3 ICO2 B3

Destaques

C&A continua com robusto crescimento em vestuário de +14,4% no 4T24 e de 16,4% no ano

Lucro líquido ajustado recorde de R$ 250,1 milhões no 4T24

SSS[1] de Vestuário aumentou **14,4%** no 4T24 e venda por m² aumentou **14,2%** no período

Margem bruta em Vestuário de **56,6%,** aumento de **0,1 p.p.** em relação ao 4T23 e aumento de **1,4%** na margem bruta de **mercadorias**

Margem EBITDA ajustada[2] pós-IFRS16, atingindo **23,3%**

Lucro líquido ajustado[3] de **R$ 250,1 milhões**

Redução da alavancagem[4] para **0,5x,** vs. 1,5x no 4T23, encerrando o trimestre com uma robusta posição de **caixa** de **R$ 1,6bi**

Aumento de **45,4%** na receita líquida do **site e app,** comparado ao 4T23

C&A Pay com melhores indicadores de inadimplência

Evolução de **6,8 pontos** no **NPS** em 2024 vs 2023

Ingresso na carteira **ICO2 e IBRX100** da B3

Expansão da base de clientes em 7,6% em 2024 vs 2023

EBITDA pré-IFRS-16 ajustado atinge **marca histórica** de **R$975,9 milhões** no ano, **61,1% superior a 2023**

Investimentos em **CAPEX** totalizam **R$359,7 milhões** no ano, aumento de 67,1% vs 2023

(1) SSS: Same Store Sale - Crescimento de vendas em mesmas lojas. É composto pelas vendas das lojas ativas há mais de 13 meses em relação ao mesmo período do ano anterior, incluindo o e-commerce e todas as suas modalidades de vendas e entrega (100% online, vendas diretas, Ship from Store e Clique e Retire).

(2) Ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Receitas financeira de fornecedores; (iii) Recuperação de créditos fiscais; e (iv) programa de incentivo de longo prazo.

(3) Ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Recuperação de créditos fiscais; e (iii) programa de incentivo de longo prazo, líquido de impostos.

(4) Inclui o compromisso com Bradescard.

Destaques 4T24

Resultados Consolidados

Indicadores (R$ Milhões)	4T24	4T23	Δ%	2024	2023	Δ%
Receita líquida consolidada	2.552,1	2.293,1	11,3%	7.636,5	6.719,3	13,7%
Receita líquida de vestuário	2.239,1	1.957,6	14,4%	6.462,9	5.551,6	16,4%
Vendas em mesmas lojas - vestuário (SSS)[1] (%)	14,4%	18,5%	*-4,1 p.p.*	16,4%	9,9%	*6,5 p.p.*
Vendas em mesmas lojas - mercadorias (SSS)[1] (%)	12,3%	15,8%	*-3,5 p.p.*	13,1%	6,7%	*6,4 p.p.*

(R$ Milhões)	4T24	4T23	Δ%	2024	2023	Δ%
Lucro bruto consolidado	1.401,9	1.221,2	14,8%	4.176,6	3.522,3	18,6%
Margem bruta consolidada (%)	54,9%	53,3%	*1,7 p.p.*	54,7%	52,4%	*2,3 p.p.*
Margem bruta - vestuário (%)	56,6%	56,5%	*0,1 p.p.*	56,0%	55,3%	*0,7 p.p.*
Margem bruta - mercadorias (%)	54,7%	53,2%	*1,4 p.p.*	53,4%	51,3%	*2,1 p.p.*
Despesas operacionais[2]	(759,4)	(656,9)	15,6%	(2.566,8)	(2.251,1)	14,0%

(R$ Milhões)	4T24	4T23	Δ%	2024	2023	Δ%
EBITDA ajustado[3] (pós-IFRS16)	593,4	526,7	12,7%	1.449,5	1.089,5	33,0%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS16) (%)	23,3%	23,0%	*0,3 p.p.*	19,0%	16,2%	*2,8 p.p.*
EBITDA ajustado[3] (pré-IFRS16)	468,7	395,8	18,4%	975,9	605,6	61,1%
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS16) (%)	18,4%	17,3%	*1,1 p.p.*	12,8%	9,0%	*3,8 p.p.*

(R$ Milhões)	4T24	4T23	Δ%	2024	2023	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	254,9	159,5	59,8%	452,5	(6,8)	-
Lucro (prejuízo) líquido ajustado[4]	250,1	142,4	75,6%	298,9	(37,2)	-
Investimentos	187,6	63,0	197,8%	359,7	215,3	67,1%

(1) SSS: Same Store Sale - Crescimento de vendas em mesmas lojas. É composto pelas vendas das lojas ativas há mais de 13 meses em relação ao mesmo período do ano anterior, incluindo o e-commerce e todas as suas modalidades de vendas e entrega (100% online, vendas diretas, Ship from Store e Clique e Retire).

(2) Considera apenas despesas com vendas, gerais e administrativas para fins de análise;

(3) Ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Receitas financeira de fornecedores; (iii) Recuperação de créditos fiscais; e (iv) programa de incentivo de longo prazo.

(4) Ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Recuperação de créditos fiscais; e (iii) programa de incentivo de longo prazo, líquido de impostos.

Nota: Conforme nota explicativa 2.4 das Demonstrações Financeiras, durante o exercício de 2024 a Administração identificou a necessidade de reapresentar determinados valores de suas demonstrações contábeis, bem como a oportunidade de melhorar sua apresentação e, visando atender ao conceito de comparabilidade trazido pelo CPC 00 (R2) Estrutura Conceitual para Relatório Financeiro, refletiu esses ajustes sobre os saldos correspondentes de 31 de dezembro de 2023.

A Companhia revisou sua política de arrendamento, recalculando as taxas incrementais, os prazos de pagamento e os valores de aluguéis para garantir plena conformidade com as normas contábeis vigentes. Como parte desse processo, foi necessário retroagir determinados contratos ao início de sua vigência. Dessa forma, os ajustes que impactaram o resultado estão relacionados ao IFRS-16.

Mensagem da Administração

A C&A voltou a brilhar em 2024. Foi um marco na trajetória da Companhia, sendo este o melhor exercício fiscal desde a abertura de capital, em 2019. Avançamos de forma consistente na conquista de market share e registramos um expressivo crescimento de 16% nas vendas de vestuário, resultando em um CAGR de 15% nos últimos três anos.

Nossa margem bruta de mercadorias expandiu 2,1 p.p., resultando da maior eficiência assertividade das coleções e sua alta aceitação por nossas clientes. Tudo isso foi alcançado com controle e disciplina na estrutura de despesas. Reforçamos áreas estratégicas e realizamos investimentos alinhados ao Energia C&A, garantindo eficiência operacional e pragmatismo na alocação de capital, o que levou a uma diluição de 0,9 p.p. nas despesas operacionais[1].

Como resultado, atingimos um marco importante: o EBITDA ajustado pré-IFRS 16 alcançou R$975,9 milhões e o lucro líquido total chegou a R$452,5 milhões no ano. A forte geração de caixa e a eficiência operacional permitiram reduzir a alavancagem, medida pela relação entre EBITDA e dívida líquida, para 0,5x.

O primeiro ano do Energia C&A foi executado com precisão. Nosso plano estratégico, focado em produto, jornada e relacionamento, avançou significativamente. Entregamos uma proposta de valor superior, com uma experiência de compra mais fluida e intuitiva. Esse progresso foi possível graças ao ambiente colaborativo entre os times, ao diálogo contínuo com nossas clientes e maior agilidade com nossos fornecedores.

O avanço acelerado das novas tecnologias trazem oportunidades, porém impõe desafios de priorização. O Plano estratégico Energia C&A garante uma alocação de capital diligente e objetiva, assegurando que nossos investimentos sejam focados em iniciativas com impacto real e resultados concretos.

O reconhecimento das clientes reflete essa transformação. Nosso NPS aumentou 6,8 p.p. no ano, consolidando nossa posição de liderança nas pesquisas de preferência de marca. Além disso, registramos melhorias no fluxo, conversão e ticket médio, resultando em uma venda por m² 14% superior à do ano anterior — um reflexo direto de nossa estratégia de produtividade nas lojas.

Nos canais digitais, seguimos acelerando. O forte crescimento das vendas e downloads do nosso app, impulsionado pelo seu relançamento com novas funcionalidades, reforça nosso compromisso com inovação. Melhoramos a navegação, fortalecemos o conteúdo de moda e aprimoramos a jornada *omni*, integrando consulta de estoque e recomendações personalizadas às lojas físicas.

O C&A Pay continua sua trajetória estratégica de fortalecer o relacionamento com as clientes. Em 2024, atingimos a marca de 7 milhões de cartões digitais emitidos, sustentados por um portfólio de crédito estável e de alta qualidade. Nossa gestão tempestiva tem promovido reduções progressivas nos índices de inadimplência, resultando em melhores safras e rolagens.

Na dimensão de gente, investimos na captação de talentos e no desenvolvimento dos nossos associados. Também aprimoramos nosso sistema de metas e gestão de desempenho, garantindo total alinhamento às iniciativas estratégicas do Energia e aos resultados. Além disso, a C&A recebeu o selo GPTW e pela primeira vez entrou para a lista das 20 maiores empresas reconhecidas pelo selo como melhores empresas para trabalhar, sendo a melhor qualificada entre os varejistas de moda. Esse compromisso com o desenvolvimento contínuo se reflete em todas as áreas da Companhia, incluindo nossa atuação responsável.

Um importante destaque de 2024 foi a inclusão da C&A na carteira do ICO2, reconhecimento que premia empresas com as melhores práticas de gestão de emissões e eficiência, reforçando nosso compromisso com uma economia de baixo carbono.

Iniciamos 2025 com muita energia, confiantes de que nossa estratégia, aliada a um modelo de gestão consistente, competência dos times e cultura organizacional forte, seguirão impulsionando nosso crescimento e ampliando o brilho e o valor da C&A no varejo de moda do Brasil.

Administração C&A Modas S.A.

Nota 1: Despesas Operacionais pré IFRS-16



Desempenho Financeiro

Receita líquida

Receita líquida (R$ Milhões)	4T24	4T23	Δ%	2024	2023	Δ%
Vestuário	2.239,1	1.957,6	14,4%	6.462,9	5.551,6	16,4%
Eletrônicos e Beleza	205,5	222,3	-7,6%	695,8	785,1	-11,4%
Receita líquida de mercadorias	**2.444,7**	**2.179,9**	**12,1%**	**7.158,7**	**6.336,7**	**13,0%**
Outras receitas[1]	10,6	9,9	6,5%	36,9	26,0	41,7%
Receita de serviços financeiros[2]	96,9	103,3	-6,2%	441,0	356,6	23,7%
Receita líquida consolidada	**2.552,1**	**2.293,1**	**11,3%**	**7.636,5**	**6.719,3**	**13,7%**

Desempenho das vendas em mesmas lojas (SSS)[2] (%)	4T24	4T23	Δ%	2024	2023	Δ%
Vestuário	14,4%	18,5%	*-4,1 p.p.*	16,4%	9,9%	*6,5 p.p.*
Eletrônicos e Beleza	-6,2%	-3,7%	*-2,5 p.p.*	-10,2%	-11,1%	*0,9 p.p.*
Vendas em mesmas lojas - mercadorias (SSS)[3] (%)	**12,3%**	**15,8%**	***-3,5 p.p.***	**13,1%**	**6,7%**	***6,4 p.p.***

(1) Considera principalmente o frete sobre vendas do site e aplicativo, comissões do market place e receita com aluguéis.

(2) Exclui a taxa de aquirência que o C&A Pay recebe da C&A Modas, a qual contabilmente é tratada como uma receita intercompany.

(3) SSS: *Same Store Sale* - Crescimento de vendas nas mesmas lojas. É composto pelas vendas das lojas ativas há mais de 13 meses em relação ao mesmo período do ano anterior, incluindo o e-commerce e todas as suas modalidades de vendas e entrega (100% online, vendas diretas, *Ship from Store* e Clique e Retire).



Receita líquida

Vestuário

A receita líquida de Vestuário atingiu R$2.239,1 milhões no 4T24, representando um crescimento expressivo de 14,4% em relação ao mesmo período do ano anterior, impulsionada tanto por um aumento de preços como volumes. Esse desempenho reflete a assertividade das alavancas estratégicas do Energia e o avanço contínuo das propostas de valor em moda e produto da Companhia.

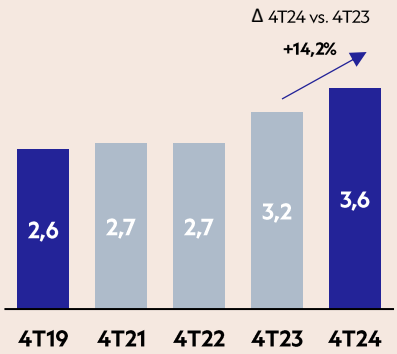
O trimestre foi impulsionado pelo forte engajamento das clientes com as coleções, especialmente nas linhas Feminina, Masculina e Lingerie e em lojas com perfil de maior poder aquisitivo e consumo diferenciado. Destaque para a Collection PatBo e para as coleções especiais de festas e Réveillon, lançadas na campanha de natal e que tiveram impacto positivo nas vendas. Além disso, a Companhia atingiu marcas históricas no canal digital durante a Black Friday, consolidando a estratégia omni da C&A.

A alta aderência das coleções reforça a crescente capacidade da Companhia em antecipar e responder às necessidades das clientes, alavancada pela expansão da metodologia de Test & Learn, que segue evoluindo. Esse movimento, somado a um planejamento de sourcing cada vez mais dinâmico, à melhoria na percepção de qualidade dos produtos e ao aprimoramento da jornada de compra, fortalece ainda mais a experiência da cliente no ponto de venda.

O Hub de Inteligência Comercial (HIC) também teve um papel estratégico no período. A integração da inteligência de alocação de produtos – desde a gestão de contínuos até a distribuição por meio do Push & Pull – com a precificação dinâmica permitiu uma gestão mais precisa dos estoques e um maior nível de vendas. Essa abordagem otimizada garantiu uma resposta ágil às demandas do mercado, reforçando a eficiência operacional.

Além disso, o projeto Dispersão continua avançando. As três ondas já implementadas, abrangendo 75 lojas, apresentaram crescimento de dois dígitos acima da média da Companhia. Com essa iniciativa, a C&A ampliou a oferta de produtos por loja, contribuindo para o aumento da venda por m². Dessa forma, a Companhia mantém a consistência de seus resultados, consolidando mais um ano robusto de crescimento. No 4T23, o crescimento das vendas em mesmas lojas (SSS) de vestuário foi de 18,5%, e agora, no 4T24, alcançou 14,4%, evidenciando a continuidade da expansão sobre uma base sólida.

Receita líquida de Vestuário por m²
(R$ mil)[1]



(1) O 3T20 foi excluído da análise em função dos efeitos da Pandemia no período.

+14,4%
aumento de receita de Vestuário vs. 4T23
CAGR (21-24): 15,4%



Receita líquida

Eletrônicos e Beleza

Em linha com a estratégia da Companhia de focar sua operação em produtos de moda, 70 quiosques de telefonia foram desmobilizados ao longo do 4T24, reduzindo o total para 113 unidades que serão gradualmente descontinuadas. Como resultado, a receita líquida dessa categoria registrou uma queda de 34,4% em relação ao 4T23.

Esse impacto, no entanto, foi parcialmente compensado pelo expressivo crescimento da categoria de Beleza, que mais uma vez apresentou um avanço robusto de 74,3% na receita líquida em comparação ao mesmo período do ano anterior. A integração dessa categoria na jornada de compra da cliente C&A já é uma realidade. A expansão da presença dos produtos de Beleza, aliada ao aumento do sortimento, combinada com a sinergia entre os times comercial e de operações e uma forte execução, impulsionaram o desempenho da categoria.



Mercadorias

A receita líquida de mercadorias registrou um expressivo aumento de 12,1% em relação ao 4T23, totalizando R$2.444,7 milhões.

As vendas de mercadorias em mesmas lojas (SSS - Same Store Sales) apresentaram um aumento de 12,3% no 4T24, mesmo diante de uma base sólida de 15,8% no 4T23.

Outras receitas

A linha de outras receitas foi de R$10,6 milhões no trimestre e resulta principalmente da cobrança de fretes das vendas realizadas via e-commerce, de seguros e recargas de créditos para celulares, entre outras.

Receita líquida

Serviços financeiros

A receita líquida de serviços financeiros, excluindo a taxa de comissionamento que o C&A Pay recebe da C&A Modas, foi de R$96,9 milhões no trimestre, uma ligeira redução de 6,2% em comparação ao 4T23. Neste período, o C&A Pay, operação de crédito private label da C&A, teve participação de 24,3% nas vendas do varejo. A estabilidade na penetração do crédito reflete uma maior seletividade na concessão, devido a tempestividade nos ajustes das faixas de aprovação diante das variações nos indicadores macroeconômicos que integram o modelo de crédito da Companhia. Além disso, o desempenho mais forte das lojas voltadas para um público de maior poder aquisitivo contribuíram para esse resultado.

Site & App

Site & App (R$ Milhões)	4T24	4T23	Δ%	2024	2023	Δ%
Receita líquida de mercadorias (site + app)	129,7	89,2	45,4%	380,6	283,6	34,2%
Receita líquida de mercadorias (site + app) / receita de mercadorias (%)	**5,3%**	**4,1%**	***1,2 p.p.***	**5,3%**	**4,5%**	***0,8 p.p.***

No 4T24, a receita líquida de mercadorias proveniente das vendas do site e do aplicativo da C&A registrou um crescimento robusto de 45,4% quando comparado ao 4T23 atingindo R$129,7 milhões. A penetração do canal na receita de mercadorias aumentou em 1,2 p.p., correspondendo a 5,3% das vendas.

O trimestre também foi marcado por um resultado histórico na Black Friday, superando as vendas de 2020. Esse desempenho foi impulsionado pelo aprimoramento da jornada de navegação no aplicativo, com foco na facilidade de encontrar produtos e conteúdos de moda, que contribuiu para o engajamento das clientes e impulsionou as vendas.

Em dezembro, o aplicativo alcançou um MAU de 4,3 milhões, um crescimento de 93% em relação ao ano passado. Esse aumento reflete o maior engajamento das clientes da C&A no canal digital e uma melhor experiência de compra. Como resultado, o NPS atingiu um nível recorde, com um crescimento de 6 p.p. em comparação ao ano anterior, evidenciando um aumento no valor percebido durante a jornada de compra.



Lucro bruto e margem bruta

Lucro bruto e margem bruta (R$ Milhões e %)	4T24	4T23	Δ%	2024	2023	Δ%
Vestuário	1.266,9	1.105,2	14,6%	3.621,4	3.071,3	17,9%
Margem bruta (%)	*56,6%*	*56,5%*	*0,1 p.p.*	*56,0%*	*55,3%*	*0,7 p.p.*
Eletrônicos e Beleza	70,1	55,4	26,5%	201,3	181,8	10,7%
Margem bruta (%)	*34,1%*	*24,9%*	*9,2 p.p.*	*28,9%*	*23,2%*	*5,8 p.p.*
Lucro bruto de mercadorias	**1.337,0**	**1.160,6**	**15,2%**	**3.822,6**	**3.253,1**	**17,5%**
Margem bruta de mercadorias (%)	***54,7%***	***53,2%***	***1,4 p.p.***	***53,4%***	***51,3%***	***2,1 p.p.***
Outras[1]	(31,8)	(42,5)	-25,0%	(86,5)	(86,3)	0,2%
Serviços financeiros	96,8	103,0	-6,1%	440,4	355,5	23,9%
Lucro bruto consolidado	**1.401,9**	**1.221,2**	**14,8%**	**4.176,6**	**3.522,3**	**18,6%**
Margem bruta consolidada (%)	***54,9%***	***53,3%***	***1,7 p.p.***	***54,7%***	***52,4%***	***2,3 p.p.***

(1) Considera principalmente o frete sobre vendas do site e aplicativo, comissões do market place e receita com aluguéis.

O lucro bruto de Vestuário atingiu R$ 1.266,9 milhões no 4T24, um crescimento robusto de 14,6% em relação ao mesmo período do ano anterior. A margem bruta expandiu 0,1 p.p., chegando a 56,6%.

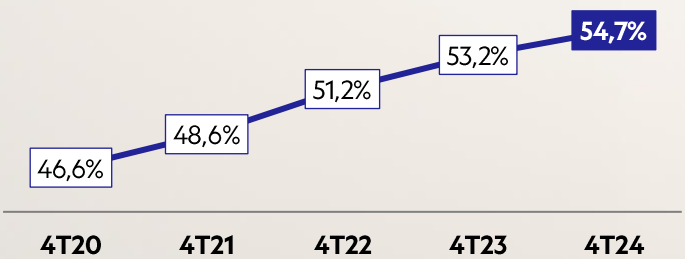
Este foi o 14º trimestre consecutivo de expansão da margem bruta da Companhia, impulsionado pela maior assertividade das coleções e forte aceitação dos produtos pelas clientes da C&A. A atuação da precificação dinâmica, somada a uma gestão de contínuos eficaz e constante evolução dos produtos contribuiu para essa expansão.

Nas categorias de Eletrônicos e Beleza, o lucro bruto totalizou R$70,1 milhões, representando um expressivo crescimento de 26,5% em relação ao 4T23. A margem bruta dessas categorias avançou 9,2 p.p., atingindo 34,1%, reflexo do aumento da participação da categoria de Beleza, que possui uma margem superior à de Eletrônicos.

Mesmo com o aumento da alíquota de ICMS em alguns Estados, a Companhia registrou uma expansão de 1,4 p.p. na margem bruta de mercadorias, alcançando 54,7%. O lucro bruto de mercadorias totalizou R$1.337 milhões, enquanto o lucro bruto consolidado foi de R$1.401,9 milhões, um crescimento de 14,8% em relação ao 4T23. A margem bruta consolidada evoluiu 1,7 p.p., atingindo 54,9%. O forte desempenho em Vestuário, aliado ao aumento da participação da categoria de Beleza nas vendas do trimestre, foi determinante para essa evolução.



Evolução da margem bruta de mercadorias
(em %)



Despesas operacionais

Despesas operacionais (R$ Milhões)	4T24	4T23	Δ%	2024	2023	Δ%
Despesas com vendas	(563,2)	(500,9)	12,4%	(1.918,2)	(1.719,5)	11,6%
Despesas gerais e administrativas	(196,2)	(155,9)	25,8%	(648,6)	(531,7)	22,0%
Despesas operacionais[1]	(759,4)	(656,9)	15,6%	(2.566,8)	(2.251,1)	14,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	(20,7)	40,2	-	77,4	66,1	17,1%
Despesas operacionais totais[2]	(780,1)	(616,7)	26,5%	(2.489,3)	(2.185,0)	13,9%
%	**4T24**	**4T23**	**Δ%**	**2024**	**2023**	**Δ%**
Despesas com vendas / receita líquida consolidada	22,1%	21,8%	*0,2 p.p.*	25,1%	25,6%	*-0,5 p.p.*
Despesas G&A / receita líquida consolidada	7,7%	6,8%	*0,9 p.p.*	8,5%	7,9%	*0,6 p.p.*
Despesas operacionais[3] / receita líquida consolidada	**29,8%**	**28,6%**	***1,2 p.p.***	**33,6%**	**33,5%**	***0,1 p.p.***
Despesas operacionais pré-IFRS 16[3] / receita líquida consolidada	**34,6%**	**34,4%**	***0,3 p.p.***	**39,8%**	**40,7%**	***-0,9 p.p.***

(1) Exclui despesas de Depreciação e Amortização, inclusive a Depreciação Direito de Uso (Arrendamento), despesa com PDD e outras (despesas) receitas operacionais para facilitar a análise. As informações excluindo o impacto na norma IFRS16 estão disponíveis na planilha de fundamentos no site de RI da C&A.

(2) Inclui Outras (despesas) receitas operacionais.

(3) Exclui despesas de Depreciação e Amortização, inclusive a Depreciação Direito de Uso (Arrendamento), despesa com PDD e outras (despesas) receitas operacionais.

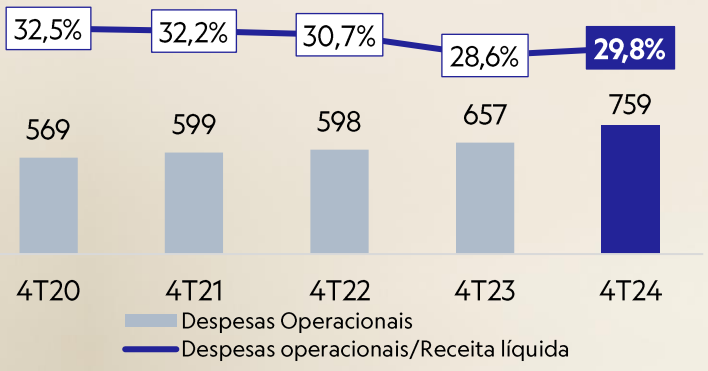
No 4T24, as despesas operacionais totalizaram R$759,4 milhões, um aumento de 15,6% em relação ao 4T23. Como percentual da receita líquida, houve um leve acréscimo de 1,2 p.p.. No conceito pré-IFRS 16, as despesas operacionais cresceram 12,2%, mantendo-se estáveis em relação à receita líquida.

As despesas com vendas somaram R$563,2 milhões, um crescimento de 12,4% na comparação anual, impulsionado pelo maior investimento em marketing alinhado à estratégia Energia C&A. O lançamento da campanha "A gente se encontra na C&A", em outubro, contou com ações de comunicação interna, redes sociais, influenciadores e televisão. Esse investimento reforçou a presença da marca e se refletiu diretamente nos indicadores de preferência, consolidando a C&A na liderança do setor. Como percentual da receita líquida, as despesas com vendas tiveram um leve aumento de 0,2 p.p..

As despesas gerais e administrativas totalizaram R$196,2 milhões, um crescimento de 25,8% em relação ao 4T23. Esse aumento reflete, principalmente, o fortalecimento da estrutura organizacional da Companhia dentro do Energia C&A. O crescimento no volume de peças de vestuário processadas e a expansão do Push & Pull - que agora representa 50% do mix de produtos - exigiram maior capacidade operacional. Além disso, houve um aumento na provisão de incentivos de curto prazo (ICP), acompanhando o avanço operacional da Companhia.

As outras receitas e despesas operacionais registraram uma despesa de R$20,7 milhões, impactada, principalmente, pela constituição de uma provisão para encargos previdenciários de R$58 milhões, que foi parcialmente compensado por um ganho de R$51 milhões, originado do reconhecimento de uma ação judicial que resultou na exclusão do ICMS-ST da base de cálculo do PIS/COFINS. Adicionalmente, ocorreram despesas relacionadas à baixa de ativos, decorrentes da descontinuação de linhas de negócios, como telefonia, e do encerramento de duas lojas.

Despesas operacionais (R$ e % sobre receita líquida)



Serviços financeiros

R$ Milhões	C&A Pay			Parceria Bradescard			Serviços Financeiros		
	4T24	4T23	Δ%	4T24	4T23	Δ%	4T24	4T23	Δ%
Receita líquida de impostos	101,1	103,3	-2,1%	11,8	7,2	64,0%	112,9	110,5	2,2%
Custo de captação	(8,0)	0,0	-	(0,1)	(0,3)	-44,1%	(8,1)	(0,3)	3138,7%
Lucro bruto	**93,1**	**103,3**	**-9,9%**	**11,6**	**6,9**	**67,9%**	**104,7**	**110,3**	**-5,0%**
Despesas com vendas	(39,7)	(46,7)	-14,9%	(5,0)	(9,5)	-47,4%	(44,7)	(56,2)	-20,4%
Despesas gerais e administrativas	(4,9)	(7,4)	-33,6%	(0,0)	(0,1)	-48,8%	(4,9)	(7,4)	-33,7%
Perdas de crédito líquidas de recuperações	(49,5)	(56,6)	-12,6%	0,0	0,0	-	(49,5)	(56,6)	-12,6%
Outras receitas (despesas) operacionais	(0,2)	0,0	-	0,0	0,0	-	(0,2)	0,0	-
(=) Resultado de serviços financeiros	**(1,2)**	**(7,4)**	**-83,6%**	**6,6**	**(2,6)**	**-**	**5,4**	**(9,9)**	**-**

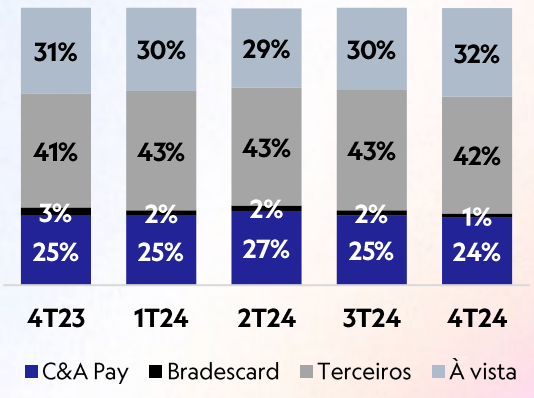
No 4T24, a receita líquida do C&A Pay, operação de *private label* da C&A, atingiu R$101,1 milhões, uma ligeira redução de 2,1% quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Este desempenho é reflexo de uma estratégia conservadora na concessão de crédito no segundo semestre de 2024, em virtude de uma resposta tempestiva do modelo de concessão às variáveis externas. Além disso, o crescimento que a C&A vem obtendo nas lojas voltadas para um público de maior poder aquisitivo, que possuem uma demanda menor por crédito e serviços financeiros também contribuiu para esse resultado. Com relação à parceria, essa operação será encerrada até julho de 2025.

Devido a estrutura totalmente digital do C&A Pay, suas despesas com vendas, que correspondem a gastos com pessoal, crédito & cobrança e serviços de atendimento ao cliente, totalizaram R$39,7 milhões, uma importante redução de 14,9%. As despesas gerais e administrativas registraram melhora de 33,6% no mesmo período.

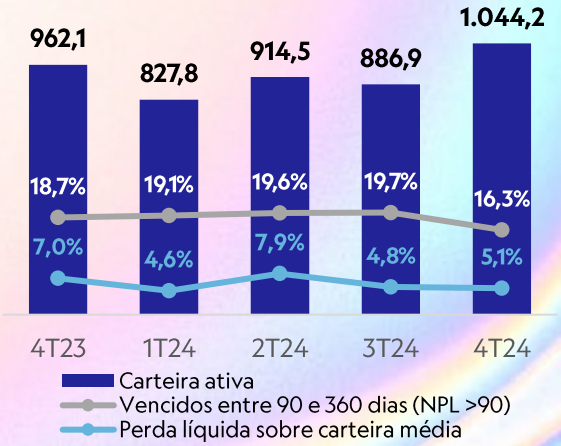
As perdas líquidas de crédito, que incluem provisões para perdas estimadas, recuperações de crédito, acordos comerciais e baixas efetivas (write-off), totalizaram R$49,5 milhões, uma melhora de 12,6% em relação ao mesmo período do ano passado e em relação a carteira média do período, atingiu 5,1%, uma redução de 1,9 p.p. em relação ao 4T23. Essa melhora é fruto da contínua evolução do modelo de concessão, que resulta em uma carteira de qualidade. As novas safras e rolagens das carteiras continuam apresentando melhora.

Por fim, em 2024 a operação do Pay encerra o ano com resultado positivo de R$28 milhões e margem de 6,4%, evidenciando a evolução consistente da operação. Esse resultado permitiu a Companhia atingir o *break-even*, consolidando uma base saudável.

Modalidade de pagamento



Carteira C&A Pay até 360 dias



Serviços financeiros

O C&A Pay mantém sua atuação estratégica dentro da Companhia, com o objetivo de impulsionar as vendas do varejo e fortalecer o relacionamento com as clientes da C&A. Em seu terceiro ano de operação, o 4T24 encerrou com uma penetração nas vendas de 24,3%, representando uma redução de 0,3 p.p. em relação ao 4T23 e de 1,0 p.p. em comparação ao 3T24.

No trimestre, a operação emitiu um total de 615,6 mil novos cartões, 25,8% menor que no 4T23. Essa redução deve-se, principalmente, ao foco na recorrência e no aumento do *spending* das clientes, aliado a uma política conservadora de concessão. Além disso, a melhor performance das lojas que atendem um público de maior poder aquisitivo e, consequentemente, com menor demanda por crédito, também contribuiu para esse resultado. O C&A Pay encerrou o 4T24 com uma base de mais de 7,2 milhões de clientes.

C&A Pay	4T24	4T23	Δ%
Carteira ativa 720 dias	1.225,7	963,0	27,3%
Carteira ativa 360 dias	1.044,2	962,1	8,5%
Participação na venda do varejo	**24,3%**	**24,6%**	**-0,3 p.p.**
Cartões novos (mil)	615,6	830,0	-25,8%
Cartões emitidos (mil)	7.194,1	5.012,0	43,5%
Índices de cobertura[1]			
sobre vencidos > 90 e 720 dias	103,8%	99,3%	4,5 p.p.
sobre vencidos > 90 e 360 dias	110,1%	99,3%	10,7 p.p.

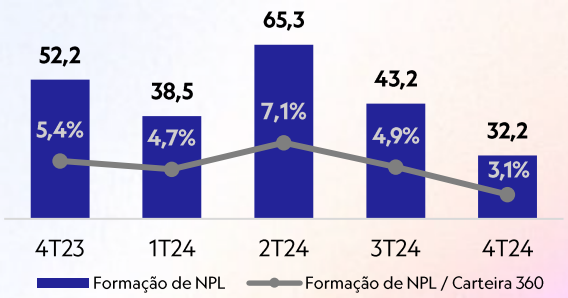
(1) Considera saldos vencidos da carteira por estágio (IFRS-9).

A carteira ativa até 360 dias atingiu um patamar de R$1.044,2 milhões, o que representa um aumento de 8,5% em relação ao 4T23. Em relação ao 3T24, houve um aumento de 17,7% na carteira influenciado pelo forte volume de vendas de fim de ano.

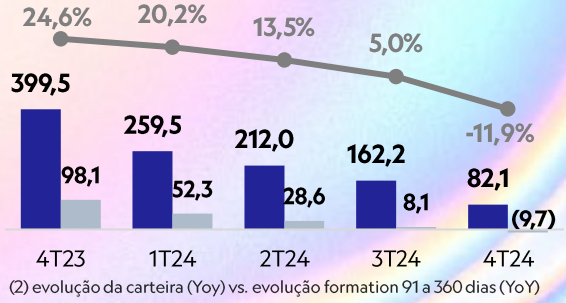
Em relação aos níveis de provisionamento, a Companhia mantém um patamar superior ao total exigido pela resolução 4.966 do Bacen. Contudo, a Companhia realizou o alinhamento, assegurando uma cobertura acima dos mínimos exigidos em todas as faixas. Como resultado, a cobertura sobre vencidos entre 90 e 360 dias atingiu 110,1%, um aumento de 10,7 p.p. em relação ao 4T23. Ainda, é importante ressaltar que o nível de provisionamento sobre a carteira entre 360 e 720 dias resulta em uma cobertura de 97,6% (+2,4 p.p. em relação ao 3T24) e este saldo de provisão compõe a perda líquida do período.

Por fim, foi observado uma melhora no saldo de vencidos entre 90 e 360 dias (NPL), que atingiu 16,3% da carteira até 360 dias, reduzindo 3,3 p.p. comparado ao 3T24 e 2,4 p.p. versus 4T23. A formação de NPL apresentou seu melhor nível histórico já registrado, reduzindo para 3,1%, frente a 4,9% no 3T24 e 5,4% no 4T23. Essa melhoria é reflexo da melhor performance da carteira como resultado de melhores safras e rolagens. Já o índice de NPL incremental[2] continua sua tendência de queda, atingindo -11,9%, em função de melhores rolagens.

Formação de NPL



NPL Incremental[2]



(2) evolução da carteira (Yoy) vs. evolução formation 91 a 360 dias (YoY)

(2) evolução da carteira (Yoy) vs. evolução formation 91 a 360 dias (YoY)

EBITDA Ajustado
(Pós-IFRS 16)

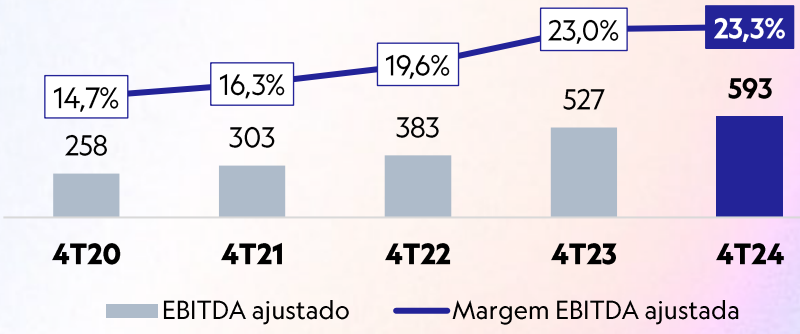
EBITDA Ajustado (pós-IFRS 16) consolidado

R$ Milhões e %	4T24	4T23	Δ%	2024	2023	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	**254,9**	**159,5**	**59,8%**	**452,5**	**(6,8)**	**-**
(+) Impostos sobre o lucro	51,2	72,0	-28,9%	60,4	(41,3)	-
(+/-) Resultado financeiro líquido	98,8	130,3	-24,2%	296,3	446,8	-33,7%
(+) Depreciação e amortização	167,4	186,1	-10,0%	675,5	714,7	-5,5%
EBITDA (pós-IFRS 16)	**572,3**	**547,9**	**4,5%**	**1.484,8**	**1.113,3**	**33,4%**
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais	72,3	6,0	1109,4%	47,0	10,2	359,5%
(+) Receita financeira de fornecedores	2,9	4,8	-39,8%	15,0	11,7	28,0%
(-) Recuperação de créditos fiscais	(51,6)	(46,2)	11,8%	(124,4)	(76,3)	63,0%
(+) Incentivo de longo prazo	(2,5)	14,2	-	27,1	30,5	-11,1%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)	**593,4**	**526,7**	**12,7%**	**1.449,5**	**1.089,5**	**33,0%**
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) (%)	23,3%	23,0%	*0,3 p.p.*	19,0%	16,2%	*2,8 p.p.*
EBITDA (pré-IFRS 16)	**438,4**	**412,9**	**6,2%**	**1.012,0**	**621,3**	**62,9%**
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)	**468,7**	**395,8**	**18,4%**	**975,9**	**605,6**	**61,1%**
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS 16) (%)	18,4%	17,3%	*1,1 p.p.*	12,8%	9,0%	*3,8 p.p.*

O EBITDA ajustado pós-IFRS 16 foi de R$593,4 milhões, o que representa um aumento de 12,7% em relação ao 4T23. Esse valor exclui, entre outros montantes, R$2,5 milhões de provisões sobre encargos trabalhistas relacionados ao programa de incentivo de longo prazo da Companhia, cuja variação se deve à redução do preço da ação da C&A durante este período, R$51,6 milhões em recuperações de créditos ficais. A margem EBITDA ajustada pós-IFRS16 foi de 23,3%, 0,3 p.p. superior ao 4T23.

No ano de 2024, o EBITDA ajustado pré-IFRS16 atingiu a marca histórica de R$975,9 milhões.

EBITDA ajustado e margem EBITDA ajustada (R$ e %)



EBITDA Ajustado (pós-IFRS 16) da operação de Varejo

R$ Milhões e %	4T24	4T23	Δ%	2024	2023	Δ%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)	**593,4**	**526,7**	**12,7%**	**1.449,5**	**1.089,5**	**33,0%**
(+/-) Resultado de serviços financeiros[1]	(13,6)	9,9	-	(89,5)	80,2	-
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16) da operação de varejo	579,8	536,7	8,0%	1.359,9	1.169,6	16,3%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) da operação de varejo	**23,7%**	**24,6%**	***-0,9 p.p.***	**19,0%**	**18,5%**	***0,5 p.p.***

(1) Desconsidera as receitas com comissões entre C&A Modas e C&A Pay, assim como o custo de captação da operação financeira, visto que este valor não impacta o resultado consolidado da Companhia, mas é contabilizado como custo no C&A Pay.

No trimestre, o EBITDA ajustado (pós-IFRS16) da operação de Varejo foi de R$579,8 milhões, com margem de 23,7%, 0,9 p.p. inferior ao 4T23.

Resultado financeiro

R$ Milhões	4T24	4T23	Δ%	2024	2023	Δ%
Variação cambial	**(3,8)**	**0,8**	**-**	**(13,3)**	**2,0**	**-**
Empréstimos	(2,7)	0,0	-	(3,1)	0,0	-
Compras	(1,0)	0,8	-	(10,2)	2,0	-
Despesas financeiras	**(153,1)**	**(172,9)**	**-11,4%**	**(555,0)**	**(654,6)**	**-15,2%**
Juros sobre empréstimos	(45,0)	(57,6)	-21,8%	(187,8)	(255,4)	-26,5%
Juros sobre arrendamentos	(60,9)	(60,0)	1,5%	(170,9)	(178,2)	-4,1%
AVP de juros com fornecedores	(21,2)	(31,5)	-32,8%	(95,9)	(116,3)	-17,5%
Juros com fornecedores - Bradescard	(18,8)	(17,0)	10,6%	(69,2)	(70,6)	-2,0%
Juros sobre impostos e contingências	(4,5)	(5,5)	-19,5%	(21,7)	(22,2)	-2,3%
Encargos com antecipação de recebíveis	0,0	0,0	-	0,0	(4,1)	-
Outras despesas financeiras	(2,8)	(1,2)	125,2%	(9,6)	(7,8)	23,5%
Receitas financeiras	**54,9**	**37,8**	**45,2%**	**263,6**	**198,7**	**32,6%**
Receita com juros	27,7	10,5	163,5%	164,2	82,0	100,2%
Juros sobre aplicações financeiras	24,3	22,4	8,4%	84,4	105,0	-19,6%
Receita financeira com fornecedor	2,9	4,8	-39,8%	15,0	11,7	28,0%
Outras receitas financeiras	0,0	0,0	-98,1%	0,0	0,0	-90,5%
Resultado com títulos e valores mobiliários	**3,2**	**4,0**	**-18,5%**	**8,4**	**7,1**	**19,3%**
Resultado financeiro líquido	**(98,8)**	**(130,3)**	**-24,2%**	**(296,3)**	**(446,8)**	**-33,7%**

No 4T24, o resultado financeiro foi uma despesa de R$98,8 milhões, uma melhora de 24,2% em relação ao mesmo período do ano passado.

As despesas financeiras totalizaram R$153,1 milhões, 11,4% menores que no 4T23, com destaque para os juros sobre empréstimos, que tiveram melhora de 21,8% no período, dada a redução de 12,7% na dívida bruta, enquanto que as receitas financeiras totalizaram R$54,9 milhões, impulsionadas por um aumento de 163,5% na receita com juros.

Lucro líquido

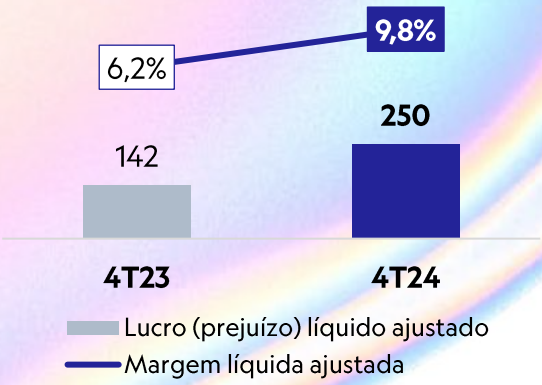
Lucro (prejuízo) líquido (R$ Milhões)	4T24	4T23	Δ%	2024	2023	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	**254,9**	**159,5**	**59,8%**	**452,5**	**(6,8)**	**-**
Margem líquida (%)	10,0%	7,0%	*3,0 p.p.*	5,9%	-0,1%	-
Lucro (prejuízo) líquido ajustado[1]	250,1	142,4	75,6%	298,9	(37,2)	-
Margem líquida ajustada (%)	9,8%	6,2%	*3,6 p.p.*	3,9%	-0,6%	-

(1) Ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Receitas financeira de fornecedores; (iii) Recuperação de créditos fiscais; e (iv) encargos sociais referentes ao programa de incentivo de longo prazo pago

No 4T24, o lucro líquido reportado foi de R$254,9 milhões, 59,8% superior ao reportado no 4T23. A margem líquida obteve crescimento de 3,0 p.p., ficando em 10%.

Excluindo principalmente o efeito do incentivo de longo prazo (ILP) de aproximadamente R$2,5 milhões, o lucro líquido ajustado totalizou R$250,1 milhões, uma aumento substancial em relação ao 4T23, com importante aumento de 3,6 p.p. na margem líquida ajustada, a qual ficou em 9,8%.

Por fim, em dezembro de 2024, a Companhia anunciou pagamento de Juros Sobre Capital Próprio no montante de R$105 milhões, correspondentes ao valor bruto de R$0,34469068 por ação ordinária. O pagamento será realizado no exercício de 2025, em data a ser definida em Assembleia Geral.



Endividamento

R$ Milhões	4T24	4T23	Δ%
Dívida de curto prazo	438,6	512,1	-14,4%
Dívida de longo prazo	1.034,9	1.176,4	-12,0%
Dívida bruta	**1.473,5**	**1.688,5**	**-12,7%**
Compromisso Bradescard	608,6	539,9	12,7%
Dívida bruta total	**2.082,1**	**2.228,4**	**-6,6%**
(-) Caixa, equivalentes de caixa e aplicações financeiras[1]	**1.572,5**	**1.347,2**	**16,7%**
(=) Caixa (dívida) líquido	**(509,6)**	**(881,2)**	**-42,2%**
EBITDA Ajustado pré-IFRS16 (LTM)	975,9	605,6	61,1%
Alavancagem[2]	**0,5x**	**1,5x**	**-0,9x**

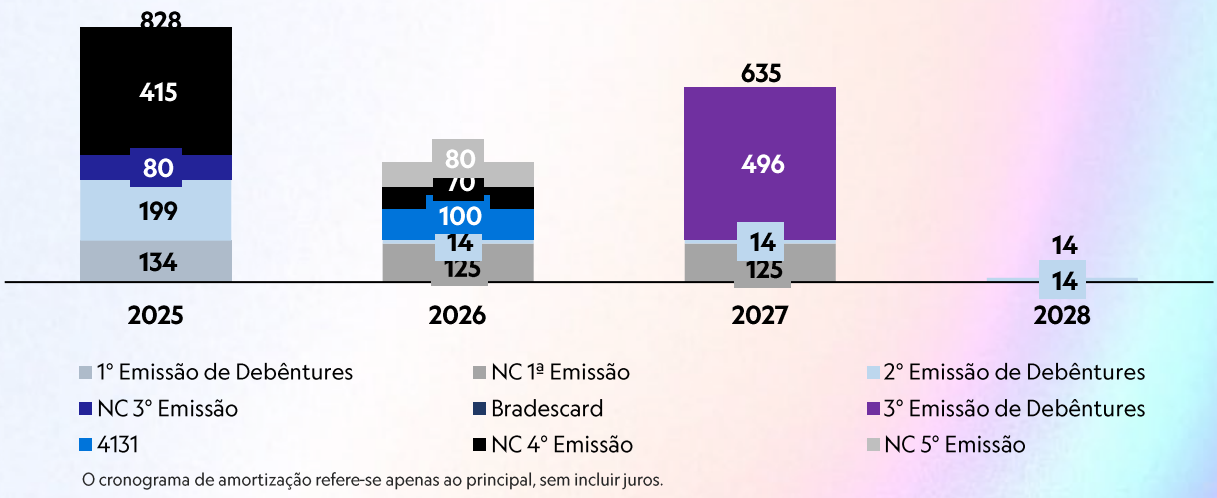
(1) No 4T23 não houve registro de operações de antecipação de recebíveis, cuja última ocorrência foi no 3T23
(2) Medida pela relação dívida líquida/EBITDA

Em função da forte geração de caixa, ao final do 4T24, a dívida líquida total da Companhia, que inclui o compromisso de pagamento com o Bradescard, totalizou R$509,6 milhões, uma redução de 42,2% em comparação ao mesmo período de 2023.

A Companhia encerra o ano com posição de caixa 1,5 vez superior às dividas de curto prazo, incluindo o compromisso com o Bradescard.

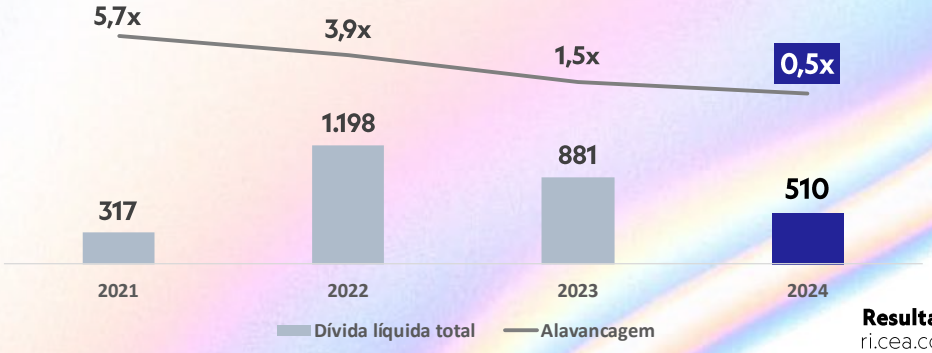
A alavancagem da companhia (dívida líquida/EBITDA Ajustado pré-IFRS 16 dos últimos 12 meses) atingiu o importante patamar de 0,5x.

Cronograma de Amortização da Dívida (R$ milhões)



O cronograma de amortização refere-se apenas ao principal, sem incluir juros.

Dívida líquida total e alavancagem (R$ milhões)



Fluxo de Caixa

Fluxo de caixa livre ajustado

R$ Milhões	4T24	4T23	Δ%
Lucro (prejuízo) pré-IFRS16 antes do IR/CSLL	**313,0**	**248,1**	**26,2%**
Depreciação e amortização	87,4	94,5	-7,5%
(+/-) Outros	120,3	173,5	-30,7%
Ajustes sem efeito caixa	**207,7**	**268,0**	**-22,5%**
Imposto de renda e contribuição social pagos	**(6,1)**	**(2,5)**	**144,2%**
Capital de giro	**20,3**	**(147,4)**	**-**
Contas a receber	(574,0)	(837,9)	-31,5%
Estoques	97,6	110,3	-11,6%
Fornecedores	157,2	336,4	-53,3%
Outros	339,6	243,8	39,3%
Caixa originado (aplicado) pelas atividades operacionais	**534,9**	**366,2**	**46,1%**
Fluxo de caixa originado (aplicado) em atividades de investimentos	**(119,8)**	**(53,4)**	**124,1%**
(=) Fluxo de caixa livre ajustado	**415,2**	**312,8**	**32,7%**

No 4T24, o fluxo de caixa operacional foi de R$534,9 milhões, um aumento de 46,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. Vale destacar que, em setembro de 2023, foi realizada uma antecipação de recebíveis no valor de R$200 milhões, o que elevou a variação do contas a receber no 4T23. Excluindo esse efeito, o contas a receber teria apresentado uma redução de 10%, comparado a uma variação de 31,5% apresentada no período.

Nesse período, o ciclo de conversão de caixa no trimestre aumentou em 12 dias, influenciado pela maior participação de produtos importados, que apresentam prazos de pagamento mais curtos, e pela estratégia da Companhia de antecipar o recebimento de mercadorias para atender à demanda das vendas de fim de ano e abastecimento do inicio de ano. Apesar dessas movimentações, o ciclo médio de caixa no ano manteve-se estável.

O fluxo de caixa aplicado em investimentos totalizou R$119,8 milhões, um aumento de 124,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, em linha com a Estratégia Energia C&A.

Com isso, o fluxo de caixa livre ajustado foi de R$415,1 milhões, 32,7% superior ao do 4T23.

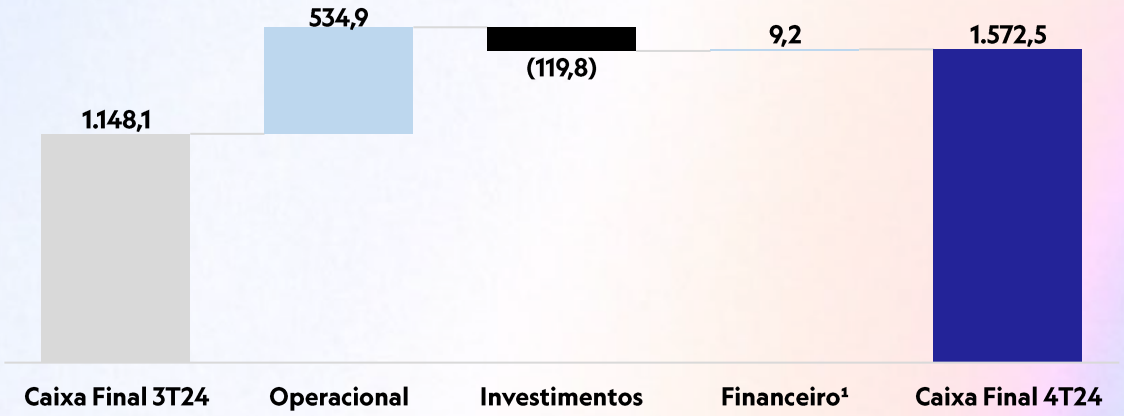
Fluxo de Caixa

Movimentação de caixa (R$ milhões)

Ao final do trimestre, o saldo de caixa e equivalentes aumentou R$424,4 milhões em relação a setembro de 2024.

As atividades operacionais geraram caixa no valor de R$534,9 milhões, enquanto que os investimentos totalizaram R$119,8 milhões. As atividades de financiamento arrecadaram R$9,2 milhões em função de novos empréstimos e financiamentos.

Com isso, a C&A encerrou o 4T24 com um saldo de caixa e equivalentes de R$1.572,5 milhões.



(1) Considera amortização de principal e juros da dívida.



Investimentos

Investimentos (R$ Milhões)	4T24	4T23	Δ%	2024	2023	Δ%
Novas lojas	15,9	3,3	380,4%	32,0	30,0	6,8%
Reformas e modelagens	88,3	16,9	422,5%	150,4	33,6	347,6%
Cadeia de suprimentos	6,8	2,7	152,6%	11,8	18,3	-35,3%
Digital e tecnologia	76,6	40,1	91,1%	165,4	133,4	24,0%
Total	**187,6**	**63,0**	**197,8%**	**359,7**	**215,3**	**67,1%**

Nota: O valor do investimento corresponde aos investimentos adquiridos no período, mas não necessariamente pagos. O montante pago (saída de caixa) está informado no fluxo de caixa das atividades de investimentos.

Em linha com a Estratégia Energia C&A, no 4T24 foram investidos R$187,6 milhões, 197,8% acima do 4T23. Desse montante, digital e tecnologia somaram R$76,6 milhões, com destaque para o avanço das iniciativas que integram o Hub de Inteligência Comercial (HIC), como por exemplo, o sortimento dinâmico, com desenvolvimento de algoritmos baseados em inteligência artificial e a ampliação do piloto para quatro categorias. Além disso, houve a expansão do RFID que agora alcança a totalidade do parque de lojas da Companhia e a continuidade no desenvolvimento do novo app e site e no aplicativo do associado.

Reformas e remodelagens totalizaram R$88,3 milhões, um expressivo crescimento em relação ao mesmo período do ano anterior, impulsionado pela continuação do programa de reformas, pela inauguração de duas lojas, sendo uma em Rio das Ostras/RJ e a outra em Cascavel/PR e com a reinauguração de quatro lojas sinalizadoras, sendo nos shoppings: Norte Shopping/RJ, Minas Shopping/MG, Shopping Rio Mar/PE e Iguatemi Campinas/SP, encerrando o ano com a conclusão de sete lojas sinalizadoras. Ao longo do ano, a Companhia realizou quatro aberturas e seis fechamentos de lojas, encerrando o período com 332 lojas.





Anexos

EBITDA Ajustado Total
(Pré-IFRS 16)

R$ Milhões e %	4T24	4T23	Δ%	2024	2023	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	**259,5**	**169,2**	**53,4%**	**468,7**	**14,7**	**3097,8%**
(+/-) Impostos sobre o lucro	53,5	77,6	-31,0%	68,8	(29,6)	-
(+/-) Resultado financeiro líquido	37,9	70,3	-46,0%	125,4	268,6	-53,3%
(+) Depreciação e amortização	87,5	95,9	-8,7%	349,1	367,7	-5,0%
EBITDA (pré-IFRS 16)	**438,4**	**412,9**	**6,2%**	**1.012,0**	**621,3**	**62,9%**
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais	81,5	10,0	715,8%	46,2	18,4	150,8%
(+) Receita financeria de fornecedores	2,9	4,8	-39,8%	15,0	11,7	28,0%
(-) Recuperação de créditos fiscais	(51,6)	(46,2)	11,8%	(124,4)	(76,3)	63,0%
(+) Incentivo de longo prazo	(2,5)	14,2	-	27,1	30,5	-11,1%
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)	**468,7**	**395,8**	**18,4%**	**975,9**	**605,6**	**61,1%**
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS 16) (%)	18,4%	17,3%	*1,1 p.p.*	12,8%	9,0%	*3,8 p.p.*



Balanço Patrimonial

R$ Milhões	4T24	4T23
Ativo total	**10.053,9**	**9.725,6**
Ativo circulante	**4.993,4**	**4.441,8**
Caixa e equivalentes de caixa	1.403,2	1.155,6
Títulos e valores mobiliários	169,3	191,6
Contas a receber	1.862,8	1.778,5
Estoques	1.032,2	875,2
Tributos a recuperar	470,4	388,5
Derivativos	18,3	0,7
Outros ativos	37,2	51,9
Ativo não circulante	**5.060,5**	**5.283,7**
Tributos a recuperar	1.127,7	1.197,8
Tributos diferidos	530,1	547,1
Depósitos judiciais	144,9	151,4
Derivativos - LP	6,6	0,0
Outros ativos	4,8	3,2
Imobilizado	823,7	763,4
Direito de uso - arrendamento mercantil	1.529,9	1.656,0
Intangível	892,8	964,8
Total do passivo e patrimônio líquido	**10.053,9**	**9.725,5**
Passivo circulante	**3.850,3**	**3.035,2**
Arrendamento mercantil	352,7	337,5
Fornecedores	1.280,7	1.261,0
Dividendos e juros sobre capital próprio a pagar	101,9	0,0
Obrigações de risco sacado	350,0	364,7
Fornecedores ref. recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	608,6	0,0
Empréstimos	456,5	511,4
Derivativos	0,3	1,4
Obrigações trabalhistas	279,8	231,4
Tributos a recolher	375,9	287,2
Outros passivos	43,7	40,7
Passivo não circulante	**2.895,1**	**3.699,2**
Arrendamento mercantil	1.474,1	1.607,0
Fornecedores	0,2	11,4
Fornecedores ref. recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	0,0	539,9
Empréstimos	1.041,5	1.176,4
Obrigações trabalhistas	20,3	18,7
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	293,1	288,7
Tributos a recolher	15,4	12,4
Outros passivos	50,6	44,6
Patrimônio líquido	**3.308,5**	**2.991,1**
Capital social	1.847,2	1.847,2
Ações em tesouraria	(34,4)	(8,5)
Reserva de capital	49,3	49,9
Reserva de lucros	1.439,1	1.103,1
Resultados abrangentes	7,3	(0,6)

Nota: Conforme nota explicativa 2.4 das Demonstrações Financeiras, durante o exercício de 2024 a Administração identificou a necessidade de reapresentar determinados valores de suas demonstrações contábeis, bem como a oportunidade de melhorar sua apresentação e, visando atender ao conceito de comparabilidade trazido pelo CPC 00 (R2) Estrutura Conceitual para Relatório Financeiro, refletiu esses ajustes sobre os saldos correspondentes de 31 de dezembro de 2023.

A Companhia revisou sua política de arrendamento, recalculando as taxas incrementais, os prazos de pagamento e os valores de aluguéis para garantir plena conformidade com as normas contábeis vigentes. Como parte desse processo, foi necessário retroagir determinados contratos ao início de sua vigência. Dessa forma, os ajustes que impactaram o resultado estão relacionados ao IFRS-16.

DRE

R$ Milhões	4T24	4T23	Δ%
Receita operacional líquida	**2.552,1**	**2.293,1**	**11,3%**
Vestuário	2.239,1	1.957,6	14,4%
Eletrônicos e Beleza	205,5	222,3	-7,6%
Receita líquida de mercadorias	2.444,7	2.179,9	12,1%
Outras receitas	10,6	9,9	6,5%
Receita varejo	2.455,2	2.189,8	12,1%
Serviços financeiros	96,9	103,3	-6,2%
Custo de mercadorias/serviços	**(1.150,2)**	**(1.071,9)**	**7,3%**
Lucro bruto	**1.401,9**	**1.221,2**	**14,8%**
Vestuário	1.266,9	1.105,2	14,6%
Eletrônicos e beleza	70,1	55,4	26,5%
Lucro bruto de mercadorias	1.337,0	1.160,6	15,2%
Lucro bruto outras	(31,8)	(42,5)	-25,0%
Lucro bruto varejo	1.305,1	1.118,1	16,7%
Lucro bruto de servços financeiros	96,8	103,0	-6,1%
(Despesas) e receitas operacionais	**(997,0)**	**(859,4)**	**16,0%**
Gerais e administrativas	(196,2)	(155,9)	25,8%
Vendas	(563,2)	(500,9)	12,4%
Depreciação e amortização	(167,4)	(186,1)	-10,0%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(20,7)	40,2	-151,5%
Perdas em créditos, liquidas	(49,5)	(56,6)	-12,6%
Lucro antes das receitas e despesas financeiras	**404,9**	**361,8**	**11,9%**
Resultado financeiro	**(98,8)**	**(130,3)**	**-24,2%**
Variação cambial	(3,8)	0,8	-546,5%
Total despesas financeiras	(153,1)	(172,9)	-11,4%
Total receitas financeiras	54,9	37,8	45,2%
Resultado com titulos e valores mobiliários	3,2	4,0	-18,5%
Lucro antes dos impostos	**306,1**	**231,5**	**32,2%**
Impostos sobre o lucro	(51,2)	(72,0)	-28,9%
Lucro líquido (prejuízo) do exercício	**254,9**	**159,5**	**59,8%**

Nota: Conforme nota explicativa 2.4 das Demonstrações Financeiras, durante o exercício de 2024 a Administração identificou a necessidade de reapresentar determinados valores de suas demonstrações contábeis, bem como a oportunidade de melhorar sua apresentação e, visando atender ao conceito de comparabilidade trazido pelo CPC 00 (R2) Estrutura Conceitual para Relatório Financeiro, refletiu esses ajustes sobre os saldos correspondentes de 31 de dezembro de 2023.

A Companhia revisou sua política de arrendamento, recalculando as taxas incrementais, os prazos de pagamento e os valores de aluguéis para garantir plena conformidade com as normas contábeis vigentes. Como parte desse processo, foi necessário retroagir determinados contratos ao início de sua vigência. Dessa forma, os ajustes que impactaram o resultado estão relacionados ao IFRS-16.

DFC

R$ Milhões	2024	2023
Atividades operacionais		
Lucro (prejuízo) antes dos impostos sobre a renda	512,9	(48,1)
Ajuste para reconciliar o resultado antes dos impostos com o fluxo de caixa:		
Constituição (reversão) de provisão para perdas de crédito esperadas	198,7	233,5
Ajuste ao valor presente do contas a receber e fornecedores	(2,3)	(3,8)
Despesas com remuneração baseada em ações	13,4	12,2
Constituição de provisão para perda nos estoques	95,4	78,0
Ganho/Reconhecimento de processos tributários, incluindo atualização monetária	(284,9)	(67,8)
Depreciação e amortização	349,0	366,3
Constituição (reversão) de provisão para redução ao valor recuperável do imobilizado, intangível e direito de uso	21,9	(2,5)
Perda na venda ou baixa do imobilizado e intangível	12,1	9,4
Amortização do direito de uso	358,6	381,0
Baixa de arrendamento	(14,7)	(9,0)
Juros sobre arrendamentos	185,1	191,7
Despesas com empréstimos e debentures	204,1	260,6
Juros com fornecedores	69,2	70,6
Constituição (reversão) de provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	39,1	28,2
Derivativos	(12,8)	0,0
Atualização de depósitos judiciais	(9,5)	(9,6)
Rendimento de aplicação em títulos e valores mobiliários	(18,3)	1,3
Variações nos ativos e passivos:		
Contas a receber de clientes	(282,8)	(725,9)
Estoques	(250,4)	(106,0)
Tributos a recuperar	273,2	318,3
Outros créditos	13,2	(13,2)
Títulos e valores mobiliários	40,6	(184,1)
Depósitos judiciais	16,0	15,6
Fornecedores	(60,5)	227,5
Obrigações de risco sacado	(14,7)	(21,6)
Obrigações trabalhistas	43,8	44,0
Outros passivos	(3,5)	(21,0)
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(34,8)	(18,4)
Tributos a pagar	87,5	(13,0)
Impostos de renda e contribuição social pagos	(59,3)	(27,5)
Fluxo de caixa originado das (consumido pelas) atividades operacionais	**1.485,0**	**966,7**
Aquisição de imobilizado	(155,5)	(74,2)
Aquisição de intangível	(136,3)	(161,8)
Recebimento por vendas de ativos imobilizados	0,1	1,5
Fluxo de caixa aplicado em atividades de investimento	**(291,8)**	**(234,4)**
Novos empréstimos e emissão de debêntures	746,0	381,4
Custos de transação de empréstimos/debêntures	(8,7)	(5,0)
Pagamento do principal dos empréstimos	(955,4)	(745,4)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(175,8)	(354,5)
Pagamento do principal e juros de arrendamentos	(519,3)	(525,5)
Recompra de ações	(32,4)	(1,7)
Fluxo de caixa originado das (consumido pelas) atividades de financiamento	**(945,6)**	**(1.250,8)**
Aumento (redução) líquido(a) de caixa e equivalentes de caixa	247,6	(518,5)

Nota: Conforme nota explicativa 2.4 das Demonstrações Financeiras, durante o exercício de 2024 a Administração identificou a necessidade de reapresentar determinados valores de suas demonstrações contábeis, bem como a oportunidade de melhorar sua apresentação e, visando atender ao conceito de comparabilidade trazido pelo CPC 00 (R2) Estrutura Conceitual para Relatório Financeiro, refletiu esses ajustes sobre os saldos correspondentes de 31 de dezembro de 2023.

A Companhia revisou sua política de arrendamento, recalculando as taxas incrementais, os prazos de pagamento e os valores de aluguéis para garantir plena conformidade com as normas contábeis vigentes. Como parte desse processo, foi necessário retroagir determinados contratos ao início de sua vigência. Dessa forma, os ajustes que impactaram o resultado estão relacionados ao IFRS-16.

Glossário

Expressão	Significado
1P	Produtos do nosso estoque comercializados em nosso e-commerce.
3P	Produtos de parceiros (sellers) comercializados no nosso e-commerce.
CAC	Custo de aquisição de clientes
Clique e retire	Solução que permite que clientes façam suas compras on-line e retirem os produtos na loja física.
Galeria C&A	Marketplace da C&A.
GMV	Montante em reais (R$) transacionado em nosso e-commerce, incluindo os valores de 1P e 3P.
Lead time	É o tempo entre a solicitação de matéria-prima ou produto ao fornecedor e o recebimento desses itens na C&A.
MAU	Usuários ativos mensais demonstra o número de usuários que realizaram alguma ação no nosso aplicativo no último mês (30 dias).
Mindse7	Foi lançado em novembro de 2018, é um projeto nativo do ambiente digital que apresenta coleções semanais inspiradas nas principais conversas e tendências das ruas e redes sociais, a partir de um modelo de co-criação entre uma equipe multidisciplinar da C&A e seus fornecedores. Prezando por peças versáteis, atemporais e alinhadas ao desejo da mulher brasileira, desde o seu lançamento cerca de 200 coleções foram lançadas, sempre com o propósito de oferecer de forma inovadora uma moda diversa e inclusiva para todos os estilos, corpos e idades.
Push pull	Modelo de fornecimento que consiste em repor peças de forma individualizada por modelos, tamanhos e cores, em nossas lojas físicas de acordo com a demanda, fornecendo mais eficiência para atender as demandas pelos nossos produtos de moda.
RFID	identificação por radiofrequência - possibilita a identificação e localização de cada peça, inclusive dentro das lojas e nos Centros de Distribuição.
RFS	Retail Financial Services
Seller	vendedor parceiro que disponibiliza seus produtos no nosso marketplace.
Ship from store	transformação de lojas físicas em centros de distribuição que enviam diretamente produtos comprados através do nosso e-commerce para os clientes.
SKU	unidade de manutenção de estoque
Social selling	Criação de relacionamentos e vendas por meio das redes sociais.
Sorter	Equipamento para separação de produtos individualizados.
SSS	Crescimento de vendas nas mesmas lojas. É composto pelas vendas das lojas ativas há mais de 13 meses em relação ao mesmo período do ano anterior, incluindo o e-commerce e todas as suas modalidades de vendas e entrega (100% on-line, Ship from Store e Clique e Retire).
Sup.p.ly	Cadeia de suprimentos.
Venda por whatsapp	Formato de vendas pela internet, no qual os associados C&A interagem com clientes pelo Whatsapp.
WMS	Sistema de gerenciamento de armazém, ferramenta de gestão de estoques.



Sobre a C&A

A C&A foi fundada em 1841 pelos irmãos holandeses Clemens e August e suas iniciais deram origem ao nome da marca. A C&A foi pioneira na confecção de roupas prontas para usar e hoje está entre as maiores cadeias varejistas de moda do mundo.

No Brasil, a marca C&A está presente no mercado desde 1976, tendo inaugurado sua primeira loja no Shopping Ibirapuera, em São Paulo.

Atualmente, há um total de 332 lojas com uma área de vendas superior a 615 mil metros quadrados, além do e-commerce.

Listada na bolsa brasileira (B3) desde outubro de 2019, a C&A segue sua trajetória de consistência, buscando oferecer propostas de moda através de experiências on e off line para as clientes.

Com mais de 15 mil associados em todo o país, a Companhia se destaca por oferecer produtos de moda com alto valor percebido pelas clientes. Em dezembro de 2021, lançou o C&A Pay com a oferta direta de crédito para os clientes.



Earnings Release
4Q24

C&A

Results Videoconference:
Date: 02/27/2025 (Portuguese/English)
Brasília: 11:00 a.m. I New York: 09:00 a.m. I London: 2:00 p.m.
webcast: ri.cea.com.br

CEAB B3 LISTED NM | IGCT B3 | IGC-NM B3 | IGC B3 | ISE B3 | IDIVERSA B3
SMLL B3 | IBRA B3 | ITAG B3 | ICON B3 | IGPTW B3 | IBrX 100 B3 | ICO2 B3

Highlights

C&A continues to experience robust growth in Apparel +14.4% in 4Q24 and +16.4% for the year

Record adjusted net income of R$250.1 million in 4Q24

Apparel SSS[1] were up **16.4%** in 4Q24, and sales per m² increased **14.2%** in the period

Apparel gross margin was 56.6%, a **0.1** p.p. increase over 4Q23 and a 1.4% increase in the gross margin of merchandise

Adjusted **EBITDA margin[2]** post-IFRS16, was **23.3%**

Adjusted net income[3] of R$250.1 million

Leverage[4] reduced to **0.5x,** vs. 1.5x in 4Q23, and the Company ended the quarter with a robust position of **R$1.6 bn in cash** and cash equivalents

45.4% increase over 4Q23 in net income from the **site and app**

Improved **C&A pay** default indicators

The NPS increased by **6.8 points** in 2024 vs 2023

Accepted into the B3 **ICO2 and IBRX100** B3 portfolios

The customer base increased 7.6% in 2024 compared to 2023

Pre-IFRS-16 adjusted EBITDA reached a **record R$975.9 million** in the year, **61.1% higher than in 2023**

CAPEX investments in 2024 totaled **R$359.7 million,** a 67.1% increase compared to 2023,

(1) SSS: Same Store Sales - increase in same store sales This is comprised of sales in stores in activity for more than 13 months compared to the same period in the previous year. It includes e-commerce and all types of sales and deliveries (100% online, direct sales, ship-from-store, and click-and pick-up).

(2) Adjustments include: (i) Other Net Operating Income (Expenses) Net; (ii) Supplier Finance Income ; (iii) Recovery of tax credits; and (iv) the long-term incentive program.

(3) Adjustments include: (i) Other Net Operating Income (Expenses) Net; (ii) Recovery of tax credits; and (iii) the long-term incentive program, net of taxes.

(4) Includes the Bradescard commitment.

Highlights 4Q24

Consolidated Earnings

KPI's (R$ Million)	4Q24	4Q23	Δ%	2024	2023	Δ%
Consolidated net revenue	2,552.1	2,293.1	11.3%	7,636.5	6,719.3	13.7%
Apparel net revenue	2,239.1	1,957.6	14.4%	6,462.9	5,551.6	16.4%
Same store sales - apparel (SSS)[1] (%)	14.4%	18.5%	*-4.1 p.p.*	16.4%	9.9%	*6.5 p.p.*
Same store sales - merchandise (SSS)[1] (%)	12.3%	15.8%	*-3.5 p.p.*	13.1%	6.7%	*6.4 p.p.*

(R$ Million)	4Q24	4Q23	Δ%	2024	2023	Δ%
Consolidated gross profit	1,401.9	1,221.2	14.8%	4,176.6	3,522.3	18.6%
Consolidated gross margin (%)	54.9%	53.3%	*1.7 p.p.*	54.7%	52.4%	*2.3 p.p.*
Apparel gross margin (%)	56.6%	56.5%	*0.1 p.p.*	56.0%	55.3%	*0.7 p.p.*
Gross merchandise margin (%)	54.7%	53.2%	*1.4 p.p.*	53.4%	51.3%	*2.1 p.p.*
Operating expenses[2]	(759.4)	(656.9)	15.6%	(2,566.8)	(2,251.1)	14.0%

(R$ Million)	4Q24	4Q23	Δ%	2024	2023	Δ%
Adjusted EBITDA[3] (post-IFRS16)	593.4	526.7	12.7%	1,449.5	1,089.5	33.0%
Adjusted EBITDA margin (post-IFRS16) (%)	23.3%	23.0%	*0.3 p.p.*	19.0%	16.2%	*2.8 p.p.*
Adjusted EBITDA[3] (pre-IFRS16)	468.7	395.8	18.4%	975.9	605.6	61.1%
Adjusted EBITDA margin (pre-IFRS16) (%)	18.4%	17.3%	*1.1 p.p.*	12.8%	9.0%	*3.8 p.p.*

(R$ Million)	4Q24	4Q23	Δ%	2024	2023	Δ%
Net income (loss)	254.9	159.5	59.8%	452.5	(6.8)	-
Adjusted net income (loss)[4]	250.1	142.4	75.6%	298.9	(37.2)	-
Investments	187.6	63.0	197.8%	359.7	215.3	67.1%

(1) SSS: Same Store Sales - increase in same store sales This is comprised of sales in stores in activity for more than 13 months compared to the same period in the previous year. It includes e-commerce and all types of sales and deliveries (100% online, direct sales, ship-from-store, and click-and pick-up).

(2) The analysis considers only sales, general, and administrative expenses;

(3) Adjustments include: (i) Other Net Operating Income (Expenses); (ii) Supplier Finance Income ; (iii) Recovery of tax credits; and (iv) the long-term incentive program.

(4) Adjustments include: (i) Other Net Operating Income (Expenses) Net; (ii) Recovery of tax credits; and (iii) the long-term incentive program, net of taxes.

Note: As per explanatory note 2.4 of the Financial Statements, during the course of 2024, Management found it needed to resubmit certain values of its financial statements, and that there was an opportunity to improve how they are submitted. To comply with the principle of comparability introduced by CPC 23 Accounting Policies, Changes in Estimates, and Error Correction, reflected these adjustments on the balances on December 31, 2023.

The Company reviewed all of the information in its lease agreement control database, comparing it to what had been agreed in the respective lease agreements. After finding discrepancies related to incremental rates, payment terms, and rent, suitable adjustments to the balances were calculated to comply with applicable accounting standards. As a result, some agreements had to be taken back to the start of their terms. Thus, values entered for right of use, lease liabilities, amortization expenses, interest, and rent expenses were corrected.Therefore, the adjustments affecting the results are related to IFRS-16.

Message from Management

C&A recovered its shine in 2024. It was a milestone in the Company's history, the best fiscal period since it went public in 2019. We consistently advanced in capturing market share, with 16% growth in apparel sales delivering a 15% CAGR in the past three years.

Our gross merchandise from merchandise was up 2.1 p.p. as a result of more accurate and efficient collections that were very well accepted by customers. All of this was achieved with a disciplined and control expense structure. We reinforced the strategic areas and made investments in line with Energia C&A, ensuring operating efficiency and pragmatic capital allocation, diluting our operating expenses by 0.9 p.p.[1].

With this, we achieve a major milestone: R$975.9 million in pre-IFRS 16 adjusted EBITDA, with R$452.5 million in net profit for the year. Robust cash generation and operating efficiency allowed us to bring down our leverage, which is the ratio between EBITDA and net debt, down to 0.5x.

The first year of Energia C&A was executed with precision. Our strategic plan, focused on our products, journey, and relationships made major advances. We deliver a superior value proposition, and a more seamless and intuitive buying experience. This is only possible due to a collaborative environment among our teams, continuous dialog with customers, and enhanced agility in our operations.

Accelerated advances in new technologies have generated opportunities while at the same time bringing challenges in terms of prioritization. Energia C&A's strategic plan ensures diligent and objective capital allocation, ensuring our investments focus on initiatives that yield real impact and concrete results.

The recognition of our customers reflects this transformation. Our NPS went up 6.8 p.p., consolidating our leadership position in brand preference surveys. Furthermore, store traffic, conversion, and average tickets also increased, resulting in 14% higher sales per square meter compared to the previous year, again a direct reflection of our store productivity strategy.

We continue to advance in digital. Strong growth in the number of app downloads and sales via our app, since its relaunch with new functionalities, reinforces our commitment to innovation. We made it easier to navigate, strengthened the fashion content, and enhanced the omni journey, integrating inventory checks and personalized recommendations with B&M stores.

C&A Pay continues its strategic journey to strengthen our relationship with our customers. By 2024 we had issued over 7 million digital cards, supported by a high-quality, stable credit portfolio. Our timely management has resulted in progressive decreases in the default rated, resulting in better baskets and rollovers.

In the people dimension, we have invested to capture talent from outside the organization and in developing our own staff. We also improved or performance management and target system, ensuring complete alignment with Energia's strategic initiatives. Furthermore, C&A received the GPTW seal, and for the fist time was among the 20 largest companies recognized as Great Places to Work, being the best qualified among fashion retailers. Our commitment to continuous development is reflected in all areas of the Company, including the responsible action area.

An important achievement in 2024 was being admitted to the ICO2 portfolio, which recognizes the companies with the best practices in efficiency and emissions generation, reinforcing our commitment to a low-carbon economy.

We started 2025 with great energy, confident that our strategy, combined with a consistent management model, the competence of our teams, and a strong organizational culture, will continue to drive our growth and enhance C&A's shine and value in the fashion retail sector in Brazil.

The Management of C&A Modas S.A.

Note 1: Operating expenses pre IFRS-16.



Financial Performance

Net Revenue

Net revenue (R$ Million)	4Q24	4Q23	Δ%	2024	2023	Δ%
Apparel	2,239.1	1,957.6	14.4%	6,462.9	5,551.6	16.4%
Electronics and Beauty	205.5	222.3	-7.6%	695.8	785.1	-11.4%
Merchandise net revenue	**2,444.7**	**2,179.9**	**12.1%**	**7,158.7**	**6,336.7**	**13.0%**
Other revenues[1]	10.6	9.9	6.5%	36.9	26.0	41.7%
Financial services revenues[2]	96.9	103.3	-6.2%	441.0	356.6	23.7%
Consolidated net revenue	**2,552.1**	**2,293.1**	**11.3%**	**7,636.5**	**6,719.3**	**13.7%**

Same store sales performance[2] (%)	4Q24	4Q23	Δ%	2024	2023	Δ%
Apparel	14.4%	18.5%	*-4.1 p.p.*	16.4%	9.9%	*6.5 p.p.*
Electronics and Beauty	-6.2%	-3.7%	*-2.5 p.p.*	-10.2%	-11.1%	*0.9 p.p.*
Same store sales - merchandise (SSS)[3] (%)	**12.3%**	**15.8%**	***-3.5 p.p.***	**13.1%**	**6.7%**	***6.4 p.p.***

(1) Consists primarily of shipping of merchandise sold via the site and app, marketplace commissions, and rental income.

(2) Excludes acquirer fees C&A Pay receives from C&A Modas, which is considered intercompany revenue for accounting purposes.

(3) SSS: Growth in same store sales. This is comprised of sales in stores in activity for more than 13 months compared to the same period in the previous year. It includes e-commerce and all types of sales and deliveries (100% online, direct sales, ship-from-store, and click-and pick-up).



Net Revenue

Apparel

Apparel net revenue in 4Q24 was R$ 2,239.1 million, a significant 14.4% growth compared to the same period last year, driven by higher prices and increased volume. This performance reflects the accuracy of Energia's strategic levers and the continuous progress of the Company's fashion and product value propositions.

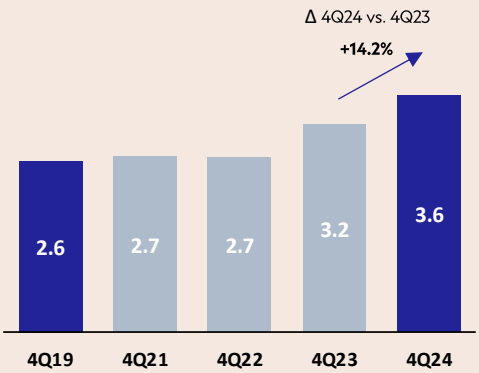
The quarter was driven by strong customer engagement with the collections, especially in the Women's, Men's, and Lingerie lines, as well as in stores targeting customers with greater purchasing power and differentiated consumption. We highlight the PetBo Collection and the special collections for year-end festivities, launched as the Christmas campaign, which had a positive impact on sales. The Company also experienced record digital sales during Black Friday, further consolidating C&A's omni strategy.

Adherence to the collections reinforces the Company's increasing ability to predict and respond to customer needs, leveraged by expansion of the Test & Learn approach that continues to evolve. This, together with increasingly dynamic sourcing planning, the improved perception of quality of the products offered, and a better buying journey further enhance the customer experience at the point of sale.

The Commercial Intelligence Hub (CIH) also played a strategic role in the period. Integrating product allocation intelligence - from the management of continuous purchases through Push & Pull distribution and dynamic pricing enabled more accurate inventory management and higher sales. This optimized approach ensured agile responses to market demands, reinforcing operating efficiency.

Our Dispersion project also continues to advance. So far three waves have been implemented in 75 stores, delivering double-digit growth over the Company average. This initiative allowed C&A to expand the products offered in each store, contributing to increased sales per square meter, contributing to consistent results and consolidating another year of robust growth. SSS increased 18.5% in 4Q23, and 14.4% in 4Q24, demonstrating constant expansion over a solid base.

Apparel Net Revenue per m²
(R$ thousand)[1]



(1) 3Q20 was excluded from the analyses due to the impact of the Pandemic in the period.

+14.4%
increase in revenue from apparel compared to 4Q23
CAGR 21-24: 15.4%



Net Revenue

Electronics and Beauty

In line with the Company's strategy to focus on fashion items, 70 telephony kiosks were demobilized in 4Q24, bringing the total of such kiosks down to 113 units that will be gradually discontinued. As a result, net revenue from this category dropped 34.4% compared to 4Q23.

However, part of this impact was offset by significant growth in the Beauty category, that once again delivered a robust 74.3% increase in net revenue compared to the same period last year. This category is now an integral part of the C&A customer buying journey. The increased presence and larger assortment of Beauty products, together with the synergy between the commercial and operating teams, delivering strong execution, drive the performance of this category.

Merchandise

Net revenue from merchandise was R$2,444.7 million, 12.1% over 4Q23.

Same-store sales increased 12.3% in 4Q24, following 15.8% growth in 4Q23.

Other revenue

Other revenue amounted to R$10.6 million in the quarter, primarily due to shipping charged on e-commerce sales, the sale of insurance, and cell-phone top-ups, among others.



Net Revenue

Financial Services

Net revenue from financial services, the commission C&A PAY receives from C&A Modas, was R$ 96.9 million in the quarter, a slight 6.2% reduction compared to 4Q23. During this period, 24.3% of retail les were paid for via C&A Pay, C&A's private label credit operation. Stable credit penetration reflects more selective credit concession, the result of timely adjustments in approval ranges following changes in the macroeconomic indicators that comprise the Company's credit model. The better performance of stores targeting a higher purchasing power audience contributed to this result.

Site & App

Site & App (R$ Million)	4Q24	4Q23	Δ%	2024	2023	Δ%
Merchandise net revenue (site + app)	129.7	89.2	45.4%	380.6	283.6	34.2%
Merchandise net revenue (site + app) / merchandise net revenue (%)	**5.3%**	**4.1%**	***1.2 p.p.***	**5.3%**	**4.5%**	***0.8 p.p.***

In 4Q24 net revenue from merchandise sales via C&A website and app increased a significant 45.4% compared to 4Q23, reaching R$ 129.7 million. The share of app and website sales increased 1.2 p.p. and now account for 5.3% of sales.

The quarter was also marked by a record Black Friday, exceeding 2020 sales. This performance was driven by a more user-friendly app that focuses on making it easier to find fashion items and content, helping engage customers and drive sales.

In December the C&A App reached 4.3 million MAU, an increase of 93% compared to 2023. This increase shows greater engagement of C&A customers and the digital channel, and a better buying experience. As a result, our NPS reached a record level, increasing 6 p.p. over 2023, demonstrating the increase in perceived value over the buying journey.



Gross Profit and Margin

Gross profit & gross margin (R$ Million & %)	4Q24	4Q23	Δ%	2024	2023	Δ%
Apparel	1,266.9	1,105.2	14.6%	3,621.4	3,071.3	17.9%
Gross margin (%)	*56.6%*	*56.5%*	*0.1 p.p.*	*56.0%*	*55.3%*	*0.7 p.p.*
Electronics and Beauty	70.1	55.4	26.5%	201.3	181.8	10.7%
Gross margin (%)	*34.1%*	*24.9%*	*9.2 p.p.*	*28.9%*	*23.2%*	*5.8 p.p.*
Merchandise gross profit	**1,337.0**	**1,160.6**	**15.2%**	**3,822.6**	**3,253.1**	**17.5%**
Merchandise gross margin (%)	***54.7%***	***53.2%***	***1.4 p.p.***	***53.4%***	***51.3%***	***2.1 p.p.***
Other[1]	(31.8)	(42.5)	-25.0%	(86.5)	(86.3)	0.2%
Financial services	96.8	103.0	-6.1%	440.4	355.5	23.9%
Consolidated gross profit	**1,401.9**	**1,221.2**	**14.8%**	**4,176.6**	**3,522.3**	**18.6%**
Consolidated gross margin (%)	***54.9%***	***53.3%***	***1.7 p.p.***	***54.7%***	***52.4%***	***2.3 p.p.***

(1) Consists primarily of shipping of merchandise sold via the site and app, marketplace commissions, and rental income.

Apparel gross profit in 4Q24 was R$ 1,266.9 million in 4Q24, a significant 14.6% growth compared to the same period last year. Goss Margin increased 0.1 p.p, to 56.6%.

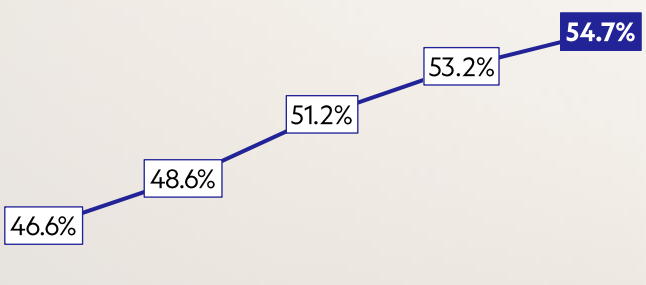
This was the 14th consecutive quarter of higher margins, driven by more accurate collections and good acceptance of our goods by C&A customers. Dynamic pricing, effective management of continuous purchases, and the continuously evolving product range contributed to this growth.

Gross profits from Electronics and Beauty totaled R$ 70.1 million, a significant 26.5% increase compared to 4Q23. Gross margin from these categories increased 9.2 p.p. to 34.1% due to the larger share of Beauty products, which have higher margins than Electronics.

Even with the increase in the ICMS rate in some states, the Company recorded an expansion of 1.4 p.p to 54.7%. Apparel gross profit in 4Q24 was R$ 1,337 million in 4Q24, a significant 14.8% growth compared to the same period last year. Consolidated gross margin increased 1.7 p.p. to 54.9% The strong performance of Apparel and larger share of the Beauty category in the quarter were critical for this growth.



Improved gross margin From merchandise
(in %)



Operating expenses

Operating expenses (R$ Million)	4Q24	4Q23	Δ%	2024	2023	Δ%
Selling expenses	(563.2)	(500.9)	12.4%	(1,918.2)	(1,719.5)	11.6%
General and administrative expenses	(196.2)	(155.9)	25.8%	(648.6)	(531.7)	22.0%
Operating expenses[1]	(759.4)	(656.9)	15.6%	(2,566.8)	(2,251.1)	14.0%
Other operating income (expenses)	(20.7)	40.2	-	77.4	66.1	17.1%
Total operating expenses[2]	(780.1)	(616.7)	26.5%	(2,489.3)	(2,185.0)	13.9%
%	**4Q24**	**4Q23**	**Δ%**	**2024**	**2023**	**Δ%**
Selling expenses / consolidadet net revenue	22.1%	21.8%	*0.2 p.p.*	25.1%	25.6%	*-0.5 p.p.*
General and administrative expenses / net revenu	7.7%	6.8%	*0.9 p.p.*	8.5%	7.9%	*0.6 p.p.*
Operating expenses[3] / consolidated net revenue	**29.8%**	**28.6%**	***1.2 p.p.***	**33.6%**	**33.5%**	***0.1 p.p.***
Operating expenses pre-IFRS 16[3] / consolidated net revenue	**34.6%**	**34.4%**	***0.3 p.p.***	**39.8%**	**40.7%**	***-0.9 p.p.***

(1) Excludes depreciation and amortization, including right-of-use (lease) depreciation, PDD and other operating revenue (expenses) to facilitate the analysis. This information, excluding IFRS16, is available in the fundamentals spreadsheet on C&A'a IR site – https://ri.cea.com.br.

2) Includes other operating income (expenses)

(3) Excludes depreciation and amortization, including right-of-use (lease) depreciation, PDD and other operating revenue (expenses).

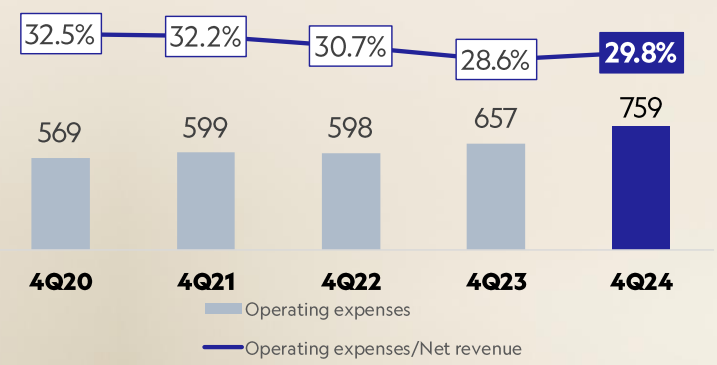
In 4Q24 operating expenses were R$ 759.4 million, a 15.6% increase over 4Q23. As a percent of net October, it increased 0.2 p.p. Pre-IFRS 16 operating expenses increased 12.2%, remaining stable as a percent of net revenue.

Sales expenses amounted to R$ 563.2 million, a 12.4% y-o-y increase, driven by investments in marketing in line with the Energia C&A strategy. In October, the "A gente se encontra na C&A" (let's meet at C&A) campaign was launched, including internal communication activities, and activities on social networks, TV, and among influences. These investments strengthened brand preference, reflecting directly in preference indicators and consolidating C&A as the industry leader. Sales expenses as a percent of net revenue increased 0.2 p.p.

General and administrative expenses in 4Q24 totaled R$ 196.2 million, a 25.8% increase over 4Q23; This increase primarily reflects the strengthening of the Company's organizational structure within Energia C&A. The increase in processed apparel SKUs and the expansion of Push & Pull, which now accounts for 50% of the product mix, required an increase in operating capacity. The Company also increased its provisions for short-term incentives (STI), in line with its operating advances.

Other operating revenue (expenses) were an expense of R$20.7 million, related to the establishment of a provision for social security charges of R$ 58 million, partially offset by gains of R$51 million due to the recognition of a legal claim that excluded ICMS-ST from the basis for calculating PIS/COFINS. There were also expenses associated with asset write-offs due to discontinued business lines such as telephony, and the closure of two stores.

Operating Expenses (R$ and % net revenue)



Financial Services

R$ Million	C&A Pay			Bradescard Partnership			Serviços Financeiros		
	4T24	4T23	Δ%	4T24	4T23	Δ%	4T24	4T23	Δ%
Net revenue from taxes	101.1	103.3	-2.1%	11.8	7.2	64.0%	112.9	110.5	2.2%
Cost of financing elimination	(8.0)	0.0	-	(0.1)	(0.3)	-44.1%	(8.1)	(0.3)	3138.7%
Gross profit	**93.1**	**103.3**	**-9.9%**	**11.6**	**6.9**	**67.9%**	**104.7**	**110.3**	**-5.0%**
Selling expenses	(39.7)	(46.7)	-14.9%	(5.0)	(9.5)	-47.4%	(44.7)	(56.2)	-20.4%
General & administrative expenses	(4.9)	(7.4)	-33.6%	(0.0)	(0.1)	-48.8%	(4.9)	(7.4)	-33.7%
Credit losses, net of recoveries	(49.5)	(56.6)	-12.6%	0.0	0.0	-	(49.5)	(56.6)	-12.6%
Other operating income (expenses)	(0.2)	0.0	-	0.0	0.0	-	(0.2)	0.0	-
Financial services results	**(1.2)**	**(7.4)**	**-83.6%**	**6.6**	**(2.6)**	**-**	**5.4**	**(9.9)**	**-**

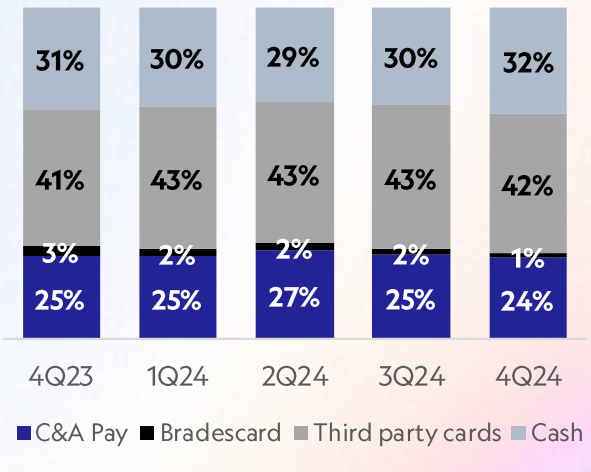
In 4Q24, net revenue from C&A Pay, C&A's private label operations, was R$ 101.1 million, a slight 2.1% drop compared to the same period last year. This is a reflection of the company's conservative credit strategy in the second half of the year, and a timely response of the credit model to externalities. In addition, increases C&A has been achieving in stores targeting a higher purchasing power audience, with less demand for credit and financial services, contributed to this result. Regarding the partnership, this operation will be concluded by July 2025.

Because C&A Pay is fully digital, its sales expenses, i.e. personnel, credit & collection, and customer service totaled R$ 39.7 million, a significant drop of 14.9%. General and administrative expenses improved 33.6% in the same period.

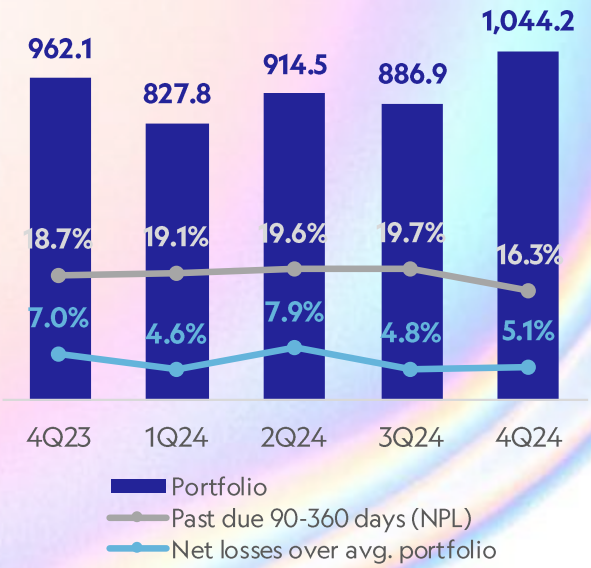
Credit losses, which include provisions for estimated losses, credit recovery, commercial agreements, and write-offs totaled R$ 49.5 million, a 12.6% improvement over the same period last year, reaching 5.1% of the average portfolio, a 1.9 p.p. drop compared to 4Q23. This improvement is the result of continuous enhancements of the credit concession model, yielding a high-quality credit portfolio. New baskets and rollovers continue to improve.

Finally, in 2024 C&A Pay operations ended the year with a positive result of R$28 million, and 6.4% margin, showing it's continuous development. As a result the Company broke even, consolidating a healthy base.

Payment methods



C&A Pay < 360 day portfolio



Financial Services

C&A Pay continues to be strategic for the Company to drive retail sales and strengthen its relationship with its customers. By 4Q24, having completed its third year of operations, it accounted for 24.3% of sales, a 0.3 p.p. drop compared to 4Q23, and 1.0 p.p. compared to 3Q24.

In the quarter it issued 615.6 thousand new cards, 25.8% fewer than in 4Q23. This primarily due to a focus on recurrent sales and increased customer spending, together with a conservative credit concession policy. Additionally, the better performance of stores serving a higher purchasing power audience, and consequently with lower demand for credit, contributed to this result. C&A PAY ended 4Q24 with a customer base of over 7.2 million.

C&A Pay	4Q24	4Q23	Δ%
Portfolio 720	1,225.7	963.0	27.3%
Portfolio 360	1,044.2	962.1	8.5%
Share on retail sales	**24.3%**	**24.6%**	**-0.3 p.p.**
New digital cards ('000)	615.6	830.0	-25.8%
Total digital cards ('000)	7,194.1	5,012.0	43.5%
Coverage index[1]			
over past due > 90 - 720 days	103.8%	99.3%	4.5 p.p.
over past due > 90 - 360 days	110.1%	99.3%	10.7 p.p.

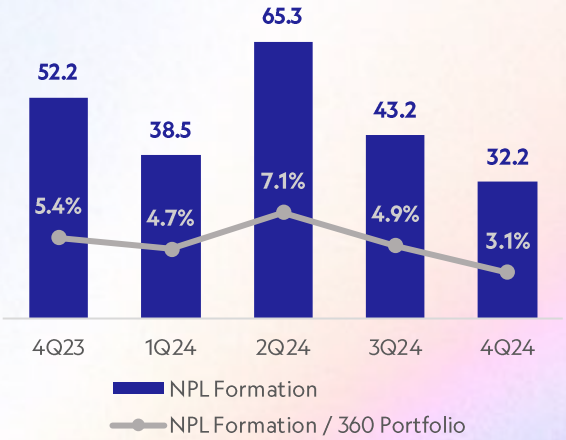
(1) Considers the portfolio past-due portfolio by stage (IFRS-9).

The active portfolio up to 360 days reached R$1,044.2, an 8.5% increase compared to 4Q23. The portfolio increased 17.7% compared to the previous quarter due to the large volume of year-end sales.

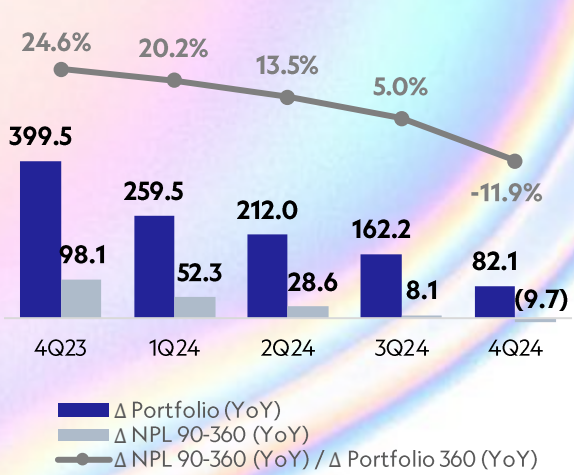
The Company has provisions above the total required by Bacen resolution 4,966. However, the company realigned this to ensure coverage above the required minimum for all ranges. As a result, coverage of 90 to 360 dpd accounts was 110.1%, a 10.7 p.p. increase over 4Q23; It is important to reiterate that provisions for the 360 to 720 dpd portfolio provided 97.6% coverage (+2.4 p.p. compared to 4Q24). This balance of provisions results is part of net losses for the period.

Finally, there was an improvement in the balance of 90 to 360 dpd accounts (NPL), which accounted to 16.3% of the portfolio up to 360 days, totaling 3.3 p.p. compared to 3Q24, and 2.4 p.p. compared to 4Q23. NPL formation showed a record low of 3.1%, compared to 4.9% in 3Q24 and 5.4% in 4Q23. This improvement reflects the better performance of the portfolio in general, including better baskets and rollovers. The incremental NPL[2] continues to drop, reaching -11.9% due to improved rollovers.

NPL formation



Incremental NPL[2]



(2) increase (decrease) in the portfolio (Yoy) vs. increase (decrease) in the 91 to 360 days formation (YoY)

Adjusted EBITDA
(Post IFRS-16)

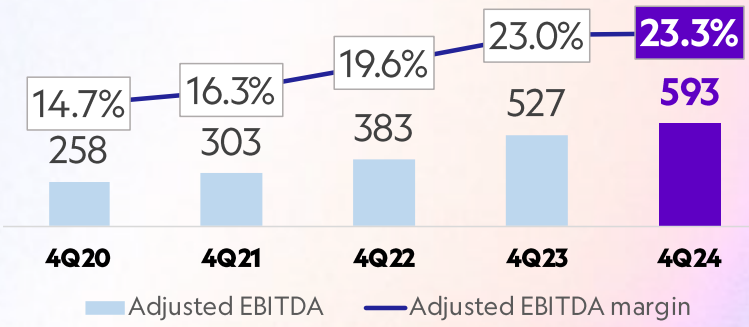
Consolidated adjusted EBITDA (post IFRS-16)

R$ Million & %	4Q24	4Q23	Δ%	2024	2023	Δ%
Net income (losses)	**254.9**	**159.5**	**59.8%**	**452.5**	**(6.8)**	**-**
(+) Income taxes	51.2	72.0	-28.9%	60.4	(41.3)	-
(+/-) Financial results, net	98.8	130.3	-24.2%	296.3	446.8	-33.7%
(+) Depreciation & amortization	167.4	186.1	-10.0%	675.5	714.7	-5.5%
EBITDA (post-IFRS 16)	**572.3**	**547.9**	**4.5%**	**1,484.8**	**1,113.3**	**33.4%**
(+) Other operating income (expenses)	72.3	6.0	1109.4%	47.0	10.2	359.5%
(+) Financial income from suppliers	2.9	4.8	-39.8%	15.0	11.7	28.0%
(-) Recovery of tax credits	(51.6)	(46.2)	11.8%	(124.4)	(76.3)	63.0%
(+) Long term incentive	(2.5)	14.2	-	27.1	30.5	-11.1%
Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	**593.4**	**526.7**	**12.7%**	**1,449.5**	**1,089.5**	**33.0%**
Adjusted EBITDA margin (post-IFRS 16) (%)	23.3%	23.0%	*0.3 p.p.*	19.0%	16.2%	*2.8 p.p.*
EBITDA (pré-IFRS 16)	**438.4**	**412.9**	**6.2%**	**1,012.0**	**621.3**	**62.9%**
Adjusted EBITDA (pré-IFRS 16)	**468.7**	**395.8**	**18.4%**	**975.9**	**605.6**	**61.1%**
Adjusted EBITDA margin (pré-IFRS 16) (%)	18.4%	17.3%	*1.1 p.p.*	12.8%	9.0%	*3.8 p.p.*

Adjusted EBITDA after IFRS-16 was R$593.4 million, a 12.7% increase compared to 4Q23. This excludes R$2.5 million in provisions for labor charges related to the Company's long-term incentive program, which fluctuated due to the drop in the price of C&A shares in the period, R$51.6 in recovered tax credits. Adjusted EBITDA margin after IFRS-16 was 23.3%, 0.3 p.p. over 4Q23.

Pre IFRS-16 EBITDA in the year was a record R$975.9 million.

EBITDA, Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDA Margin (R$ and %)



Adjusted EBITDA from Retail Operations (after IFRS16)

R$ Million & %	4Q24	4Q23	Δ%	2024	2023	Δ%
Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	**593.4**	**526.7**	**12.7%**	**1,449.5**	**1,089.5**	**33.0%**
(+/-) Financial services results[1]	(13.6)	9.9	-	(89.5)	80.2	-
Retail Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	579.8	536.7	8.0%	1,359.9	1,169.6	16.3%
Retail Adjusted EBITDA margin (post-IFRS 16)	**23.7%**	**24.6%**	***-0.9 p.p.***	**19.0%**	**18.5%**	***0.5 p.p.***

(1) Excludes revenue from commissions between C&A Moda and C&A Pay, as well as the financial operation's capture costs as this does not impact the Company's consolidated earnings but is considered a cost by C&A pay.

Adjusted EBITDA from Retail Operations (post-IFRS16) in the quarter was R$579.8 million, with a 23.7% margin, 0.9 p.p. less than in 4Q23.

Finance results

R$ Million	4Q24	4Q23	Δ%	2024	2023	Δ%
Exchange rate variation	**(3.8)**	**0.8**	**-**	**(13.3)**	**2.0**	**-**
Loans	(2.7)	0.0	-	(3.1)	0.0	-
Purchases	(1.0)	0.8	-	(10.2)	2.0	-
Financial expenses	**(153.1)**	**(172.9)**	**-11.4%**	**(555.0)**	**(654.6)**	**-15.2%**
Interest expenses	(45.0)	(57.6)	-21.8%	(187.8)	(255.4)	-26.5%
Leasing interest expenses	(60.9)	(60.0)	1.5%	(170.9)	(178.2)	-4.1%
PVA on suppliers	(21.2)	(31.5)	-32.8%	(95.9)	(116.3)	-17.5%
Interest expenses over suppliers - Bradescard	(18.8)	(17.0)	10.6%	(69.2)	(70.6)	-2.0%
Interest expenses on taxes and contingencies	(4.5)	(5.5)	-19.5%	(21.7)	(22.2)	-2.3%
Early receivables charges	0.0	0.0	-	0.0	(4.1)	-
Other financial expenses	(2.8)	(1.2)	125.2%	(9.6)	(7.8)	23.5%
Financial income	**54.9**	**37.8**	**45.2%**	**263.6**	**198.7**	**32.6%**
Interest income	27.7	10.5	163.5%	164.2	82.0	100.2%
Interest on financial investments	24.3	22.4	8.4%	84.4	105.0	-19.6%
Interest income over suppliers	2.9	4.8	-39.8%	15.0	11.7	28.0%
Other financial income	0.0	0.0	-98.1%	0.0	0.0	-90.5%
Earnings from Bonds and Securities	**3.2**	**4.0**	**-18.5%**	**8.4**	**7.1**	**19.3%**
Financial results, net	**(98.8)**	**(130.3)**	**-24.2%**	**(296.3)**	**(446.8)**	**-33.7%**

In 4Q24 finance expenses were an expense of R$98.8 million, a 24.2% improvement compared to the same period last year.

Finance expenses totaled R$153.1 million, 11.4% less than in 4Q23, in particular interest on loans, which improved 21.8% in the period, given the 12.7% reduction in gross debt, while finance income was R$54.9 million, driven by a 163.5% increase interest revenue.

Net Income

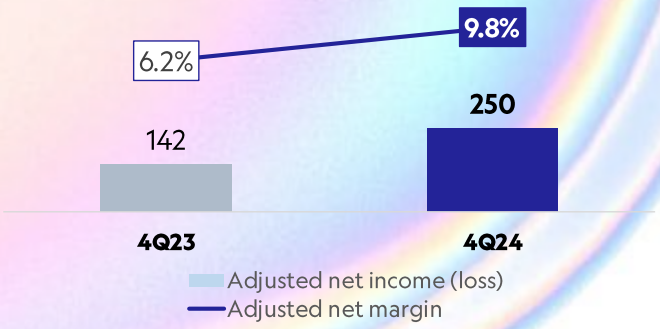
Net income (loss) (R$ Million)	4Q24	4Q23	Δ%	2024	2023	Δ%
Net income (loss)	**254.9**	**159.5**	**59.8%**	**452.5**	**(6.8)**	**-**
Net margin (%)	10.0%	7.0%	*3.0 p.p.*	5.9%	-0.1%	-
Adjusted net income (loss)	250.1	142.4	75.6%	298.9	(37.2)	-
Adjusted net margin (%)	9.8%	6.2%	*3.6 p.p.*	3.9%	-0.6%	-

(1) Adjustments include: (i) Other net operating revenue (expenses); (ii) Supplier financial revenue; (iii) Recovery of tax credits; (iv) social charges re the long-term incentive program

In 4Q24, reported net income was R$254.9 million, 59.8% over what was reported in 4Q23. Net margin was 10%, a 3.0 p.p. growth.

Excluding the primary effect of long term incentives (LTI) of around R$2.5 million, adjusted net income was R$ 250.1 million, a significant increase compared to 4Q23, a significant 3.6 p.p. increase in adjusted net margin, which amounted to 9.8%.

Finally, in December 2024 the company disclosed the payment of Interest on Equity in the amount of R$105 million, or a gross amount per common share of R$ 0,34469068. This will be paid in fiscal 2025, on a date by be defined by the Shareholder's Meeting.



Indebtedness

R$ Million	4Q24	4Q23	Δ%
Short-term debt	438.6	512.1	-14.4%
Long-term debt	1,034.9	1,176.4	-12.0%
Gross debt	**1,473.5**	**1,688.5**	**-12.7%**
Buying back the right to offer credit products and financial services (Bradescard)	608.6	539.9	12.7%
Total gross debt	**2,082.1**	**2,228.4**	**-6.6%**
(-) Cash, cash equivalents & short-term investments[1]	**1,572.5**	**1,347.2**	**16.7%**
(=) Net cash (debt)	**(509.6)**	**(881.2)**	**-42.2%**
LTM Adjusted EBITDA pre-IFRS16	975.9	605.6	61.1%
Leverage[2]	**0.5x**	**1.5x**	**-0.9x**

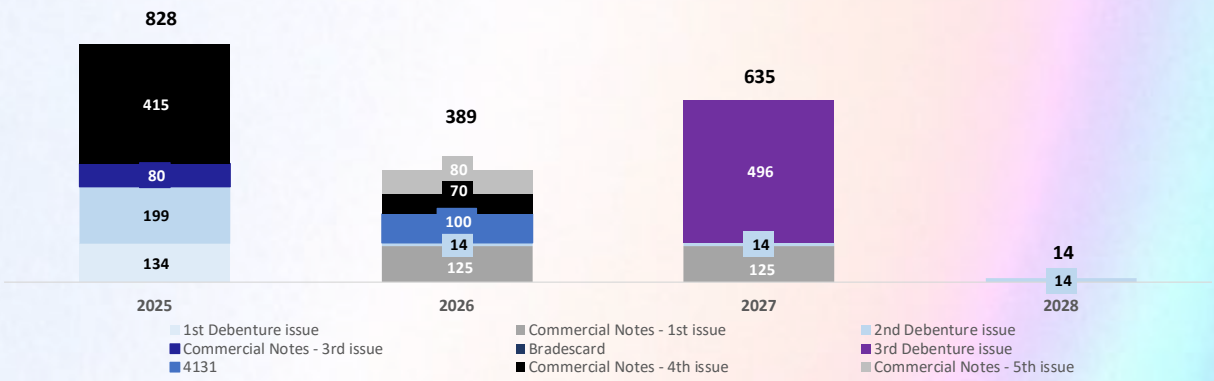
(1) There were no prepayments of receivables in 4Q23. The last time this happened was in 3Q23
(2) As net debt/EBITDA

Because of robust cash generation, by late 4Q24 the Company's total debt, including its commitment to Bradescard, totaled R$ 509.6 million, 42.2% below the same period in 2023.

The company ended the year with a cash position 1.5 times higher than its short-term debt, including its commitment to Bradescard.

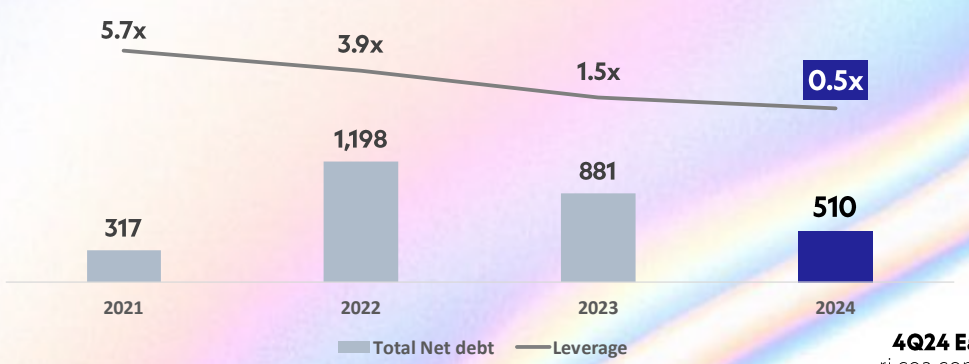
The Company's leverage (net debt/Adjusted EBITDA after IFRS-16) in the past 12 months reached the significant milestone of 0.5x.

Debt Amortization Schedule (R$ million)



The amortization schedule refers to the principal only, and excludes interest.

Total net debt and leverage (R$ million)



Cash Flow

Adjusted Free Cash Flow

R$ Million	4Q24	4Q23	Δ%
Pre-IFRS16 net income (losses) before Income Taxes and Social Contribution	**313.0**	**248.1**	**26.2%**
Depreciation and amortization	87.4	94.5	-7.5%
(+/-) Other	120.3	173.5	-30.7%
Adjustments with no impact on cash	**207.7**	**268.0**	**-22.5%**
Income Tax and Social Contribution paid	**(6.1)**	**(2.5)**	**144.2%**
Working capital	**20.3**	**(147.4)**	**-**
Accounts receivable	(574.0)	(837.9)	-31.5%
Inventory	97.6	110.3	-11.6%
Suppliers	157.2	336.4	-53.3%
Other	339.6	243.8	39.3%
Cash from (used in) operating activities	**534.9**	**366.2**	**46.1%**
Cash flow from investing activities	**(119.8)**	**(53.4)**	**124.1%**
(=) Adjusted free cash flow	**415.1**	**312.8**	**32.7%**

In 4Q24 operating cash flow was R$534.9 million, 46.1% more than in the same period last year. It is worth mentioning that in September 2023, R$200 million in receivables were prepaid, increasing the variation in 4Q23 accounts receivable. Excluding this effect, accounts receivable would have shown a 10% drop, compared to the 31.5% actual variation in the period.

The cash conversion cycle in the quarter increased 12 days, influenced by an increase in the share of imported merchandise, with shorter payment terms, and the Company's strategy to prepay merchandise receivables to meet the demand of year-end sales and start of the year supplies. In spite of this, the average cash cycle remained stable over the year.

Cash flow used for investments amounted to R$119.8 million, 124.1% more than in the same period last year, and in line with the Energia C&A Strategy.

Thus, adjusted free cash flow was R$415.1 million, 32.7% over 4Q23.

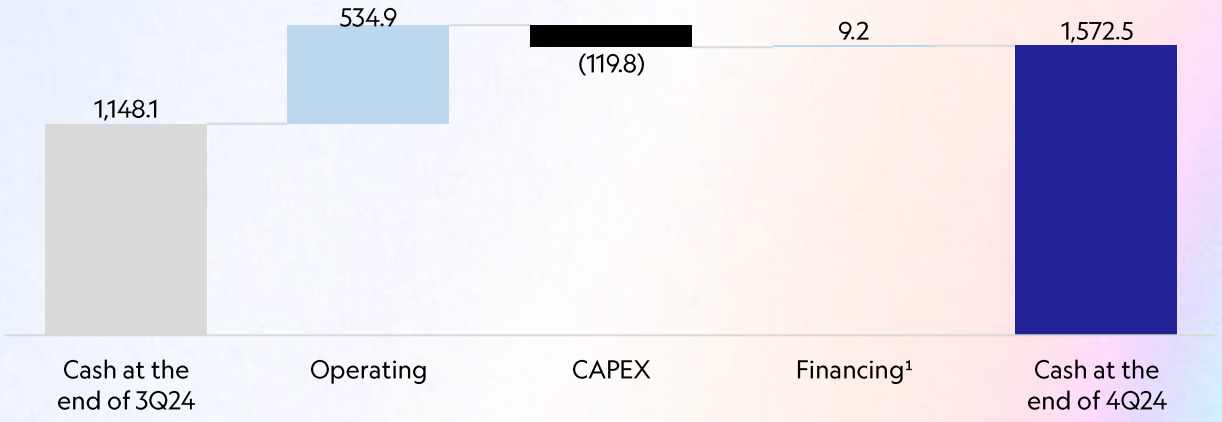
Cash Flow

Changes in Cash Position (R$ million)

The balance of cash and cash equivalents at the end of the quarter was R$424.4 million more than in September 2024.

Operating activities generated R$534.9 million in cash, and R$119.8 million were invested. Investment activities brought in R$9.2 million due to new loans and financing.

With this, C&A had R$ 1,572.5 million in cash and cash equivalents at the end of 4Q24.



(1) Includes amortization of the debt principal and interest.



Investments

Investments (R$ Million)	4Q24	4Q23	Δ%	2024	2023	Δ%
New stores	15.9	3.3	380.4%	32.0	30.0	6.8%
Revamps and remodeling	88.3	16.9	422.5%	150.4	33.6	347.6%
Supply chain	6.8	2.7	152.6%	11.8	18.3	-35.3%
Digital and technology	76.6	40.1	91.1%	165.4	133.4	24.0%
Total	**187.6**	**63.0**	**197.8%**	**359.7**	**215.3**	**67.1%**

(1) Investments for the period include investments made but not necessarily paid. The amount paid (cash outlay) is included in the cash flow statement for investment activities.

In line with Energia C&A's strategy, in n4Q24 investments amounted to R$ 187.6 million, 197.8% more than in 4Q23. Of this, digital and technology amounted to R$ 76.6 million, in particular the initiatives in our Commercial Intelligence Hub (CIH, such as dynamic assortment, which created AI based algorithms, and expanding the pilot to four categories. We also expanded RFID, which now covers all Company stores, and the continuous development of the new app and website, and the member app.

Revamps and refurbishings totaled R$88.3 million ,a significant increase compared to the previous year, driven by the continued store revamp program, and two store openings, one in Rio das Ostras/RJ, and the other in Cascavel/PR. Four signaling stores also reopened in the following malls: Norte Shopping/RJ, Minas Shopping/MG, Shopping Rio Mar/PE and Iguatemi Campinas/SP, bringing the total number of signaling stores at year end to seven. Throughout the year, the Company opened four stores and closed six, ending the period with 332 stores.



Annex



Adjusted EBITDA
(Pre-IFRS 16)

R$ Million & %	4Q24	4Q23	Δ%	2024	2023	Δ%
Net income (losses)	**259.5**	**169.2**	**53.4%**	**468.7**	**14.7**	**3097.8%**
(+/-) Income taxes	53.5	77.6	-31.0%	68.8	(29.6)	-
(+/-) Financial results, net	37.9	70.3	-46.0%	125.4	268.6	-53.3%
(+) Depreciation & amortization	87.5	95.9	-8.7%	349.1	367.7	-5.0%
EBITDA (pré-IFRS 16)	**438.4**	**412.9**	**6.2%**	**1,012.0**	**621.3**	**62.9%**
(+) Other operating income (expenses)	81.5	10.0	715.8%	46.2	18.4	150.8%
(+) Financial income from suppliers	2.9	4.8	-39.8%	15.0	11.7	28.0%
(-) Recovery of tax credits	(51.6)	(46.2)	11.8%	(124.4)	(76.3)	63.0%
(+) Long term incentives	(2.5)	14.2	-	27.1	30.5	-11.1%
Adjusted EBITDA (pré-IFRS 16)	**468.7**	**395.8**	**18.4%**	**975.9**	**605.6**	**61.1%**
Adjusted EBITDA margin (pré-IFRS 16) (%)	18.4%	17.3%	*1.1 p.p.*	12.8%	9.0%	*3.8 p.p.*



Balance Sheet

R$ million	4Q24	4Q23
Total assets	**10,053.9**	**9,725.6**
Current assets	**4,993.4**	**4,441.8**
Cash and cash equivalents	1,403.2	1,155.6
Bonds and securities	169.3	191.6
Trade receivables	1,862.8	1,778.5
Inventory	1,032.2	875.2
Taxes recoverable	470.4	388.5
Derivatives	18.3	0.7
Other Assets	37.2	51.9
Non-Current Assets	**5,060.5**	**5,283.7**
Taxes recoverable	1,127.7	1,197.8
Deferred taxes	530.1	547.1
Judicial deposits	144.9	151.4
Derivatives - LT	6.6	0.0
Other assets	4.8	3.2
Properties and equipament	823.7	763.4
Right-of-use assets - leases	1,529.9	1,656.0
Intangible assets	892.8	964.8
Total liabilities and shareholder's equity	**10,053.9**	**9,725.5**
Current liabilities	**3,850.3**	**3,035.2**
Lease liabilities	352.7	337.5
Suppliers	1,280.7	1,261.0
Dividends and IOC	101.9	0.0
Drawee risk liabilities	350.0	364.7
Suppliers buying back the right to offer credit (Bradescard)	608.6	0.0
Loans	456.5	511.4
Derivatives	0.3	1.4
Labor liabilities	279.8	231.4
Taxes payable	375.9	287.2
Other liabilities	43.7	40.7
Non-current liabilities	**2,895.1**	**3,699.2**
Lease liabilities	1,474.1	1,607.0
Suppliers	0.2	11.4
Suppliers buying back the right to offer credit (Bradescard)	0.0	539.9
Loans	1,041.5	1,176.4
Labor liabilities	20.3	18.7
Provisions for tax, civil, and labor risks	293.1	288.7
Taxes payable	15.4	12.4
Other liabilities	50.6	44.6
Shareholder's equity	**3,308.5**	**2,991.1**
Share capital	1,847.2	1,847.2
Shares in Treasury	(34.4)	(8.5)
Capital reserve	49.3	49.9
Profit reserve	1,439.1	1,103.1
Other comprehensive income	7.3	(0.6)

Note: As per explanatory note 2.4 of the Financial Statements, during the course of 2024, Management found it needed to resubmit certain values of its financial statements, and that there was an opportunity to improve how they are submitted. To comply with the principle of comparability introduced by CPC 23 Accounting Policies, Changes in Estimates, and Error Correction, reflected these adjustments on the balances on December 31, 2023.

The Company reviewed all of the information in its lease agreement control database, comparing it to what had been agreed in the respective lease agreements. After finding discrepancies related to incremental rates, payment terms, and rent, suitable adjustments to the balances were calculated to comply with applicable accounting standards. As a result, some agreements had to be taken back to the start of their terms. Thus, values entered for right of use, lease liabilities, amortization expenses, interest, and rent expenses were corrected. Therefore, the adjustments affecting the results are related to IFRS-16.

Income Statement

R$ Million	4Q24	4Q23	Δ%
Net operating revenue	**2,552.1**	**2,293.1**	**11.3%**
Apparel	2,239.1	1,957.6	14.4%
Fashiontronics and Beauty	205.5	222.3	-7.6%
Net revenue from goods	2,444.7	2,179.9	12.1%
Other revenue	10.6	9.9	6.5%
Retail revenue	2,455.2	2,189.8	12.1%
Financial services	96.9	103.3	-6.2%
Cost of goods/services	**(1,150.2)**	**(1,071.9)**	**7.3%**
Gross profit	**1,401.9**	**1,221.2**	**14.8%**
Apparel	1,266.9	1,105.2	14.6%
Fashiontronics and Beauty	70.1	55.4	26.5%
Gross profit from goods	1,337.0	1,160.6	15.2%
Other gross profit	(31.8)	(42.5)	-25.0%
Gross profit from retail	1,305.1	1,118.1	16.7%
Gross profit from financial services	96.8	103.0	-6.1%
Operating (expenses) and revenue	**(997.0)**	**(859.4)**	**16.0%**
General and administrative	(196.2)	(155.9)	25.8%
Selling expenses	(563.2)	(500.9)	12.4%
Depreciation and amortization	(167.4)	(186.1)	-10.0%
Other net operating income (expenses)	(20.7)	40.2	-151.5%
Net credit losses	(49.5)	(56.6)	-12.6%
Profit before Financial Revenue and Expenses	**404.9**	**361.8**	**11.9%**
Finance results	**(98.8)**	**(130.3)**	**-24.2%**
Exchange variation	(3.8)	0.8	-546.5%
Finance expenses	(153.1)	(172.9)	-11.4%
Finance income	54.9	37.8	45.2%
Earnings from bonds and securities	3.2	4.0	-18.5%
Profit before taxes	**306.1**	**231.5**	**32.2%**
Income taxes	(51.2)	(72.0)	-28.9%
Net income (losses) for the period	**254.9**	**159.5**	**59.8%**

Note: As per explanatory note 2.4 of the Financial Statements, during the course of 2024, Management found it needed to resubmit certain values of its financial statements, and that there was an opportunity to improve how they are submitted. To comply with the principle of comparability introduced by CPC 23 Accounting Policies, Changes in Estimates, and Error Correction, reflected these adjustments on the balances on December 31, 2023.

The Company reviewed all of the information in its lease agreement control database, comparing it to what had been agreed in the respective lease agreements. After finding discrepancies related to incremental rates, payment terms, and rent, suitable adjustments to the balances were calculated to comply with applicable accounting standards. As a result, some agreements had to be taken back to the start of their terms. Thus, values entered for right of use, lease liabilities, amortization expenses, interest, and rent expenses were corrected. Therefore, the adjustments affecting the results are related to IFRS-16.

Cash Flow Statements

R$ Million	2024	2023
Operating activities		
Allowance (reversal) for expected credit losses	512.9	(48.1)
Adjustments to reconcile income before income taxes to net cash flows:		
Allowance (reversal) for expected credit losses	198.7	233.5
Adjustment to present value of accounts receivables and suppliers	(2.3)	(3.8)
Expenses with stock-based compensation	13.4	12.2
Provisions for inventory losses	95.4	78.0
Gains/Recognition of tax claims, including monetary correction	(284.9)	(67.8)
Depreciation and amortization	349.0	366.3
Impairment (Reversal) of provisions for property and equipment, intangibles, and right-ofuse assets	21.9	(2.5)
Losses from the sale or disposal of property and equipment and intangible assets	12.1	9.4
Right-of-use amortization	358.6	381.0
Lease liabilities	(14.7)	(9.0)
Interest on leases	185.1	191.7
Expenses with loans and debentures	204.1	260.6
Interest on suppliers	69.2	70.6
Provisions (reversal) for tax, civil and labor risks	39.1	28.2
Derivatives	(12.8)	0.0
Update of judicial deposits	(9.5)	(9.6)
Yield from investments in bonds and securities	(18.3)	1.3
Variations in assets and liabilities:		
Trade receivables	(282.8)	(725.9)
Inventory	(250.4)	(106.0)
Taxes recoverable	273.2	318.3
Other credits	13.2	(13.2)
Bonds and securities	40.6	(184.1)
Judicial deposits	16.0	15.6
Suppliers	(60.5)	227.5
Drawee risk liabilities	(14.7)	(21.6)
Labor liabilities	43.8	44.0
Other liabilities	(3.5)	(21.0)
Provisions for tax, civil and labor risks	(34.8)	(18.4)
Taxes payable	87.5	(13.0)
Income Tax and Social Contribution paid	(59.3)	(27.5)
Cash flow originating (invested in) operating activities	**1,485.0**	**966.7**
Purchase of property and equipment	(155.5)	(74.2)
Purchase of intangible assets	(136.3)	(161.8)
Receivables from the sale of property and equipment	0.1	1.5
Cash flow used in investment activities	**(291.8)**	**(234.4)**
New loans and debentures issued	746.0	381.4
Loan/debenture transaction costs	(8.7)	(5.0)
Repayment of loans (principal)	(955.4)	(745.4)
Interest paid on loans	(175.8)	(354.5)
Repayments and interest paid on leases	(519.3)	(525.5)
Share buy-back	(32.4)	(1.7)
Net cash flows originating from (used by) financing activities	**(945.6)**	**(1,250.8)**
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents	247.6	(518.5)

Note: As per explanatory note 2.4 of the Financial Statements, during the course of 2024, Management found it needed to resubmit certain values of its financial statements, and that there was an opportunity to improve how they are submitted. To comply with the principle of comparability introduced by CPC 23 Accounting Policies, Changes in Estimates, and Error Correction, reflected these adjustments on the balances on December 31, 2023.

The Company reviewed all of the information in its lease agreement control database, comparing it to what had been agreed in the respective lease agreements. After finding discrepancies related to incremental rates, payment terms, and rent, suitable adjustments to the balances were calculated to comply with applicable accounting standards. As a result, some agreements had to be taken back to the start of their terms. Thus, values entered for right of use, lease liabilities, amortization expenses, interest, and rent expenses were corrected. Therefore, the adjustments affecting the results are related to IFRS-16.

Glossary

Expression	Meaning
1P	Merchandise in our own inventory marketed by our e-commerce
3P	Third-party (seller) goods marketed by our e-commerce
CAC:	Customer Acquisition Costs
Click and Pick-up	A solution whereby customers can buy online and pick-up their goods in one of our B&M stores
Fashiontronics	Electronics and other related goods such as smartphones, tablets, watches and accessories. This includes earphones/pods and chargers. More recently beauty items and cosmetics were added to the category
Galeria C&A:	C&A Marketplace
GMV	Total transactions on our e-commerce site in Reals (R$). Includes 1P and 3P
Lead time:	This is the time it takes for raw materials or goods to be delivered to C&A from the supplier once they are ordered
MAU	Monthly Active Users measures how many users used our app for any action in the past 30 days
Mindse7	Launched in November 2018, Mindse7 is a digital native project that presents weekly collections inspired on the main conversations and trends on the streets and on social networks, using a co-creation model between a multidisciplinary team comprised of C&A and its suppliers. Focusing on versatile, timeless items aligned to the desires of Brazilian women, it has already launched some 200 collections, always focusing on innovative offerings of diverse and inclusive fashion for all styles, bodies and ages
NPL 90	Non-performing loan, a term that refers to granted credits that are in default (overdue) for more than 90 days
NPL Formation 90	Net increase in overdue balance within the range of 90 to 360 days
NPL Incremental	Portfolio evolution (YoY) vs. Evolution of NPL Formation 90 (YoY)
Push and pull:	A supply model that consists in replacing individual SKUs of different models, sizes and colors in our B&M stores according to demand, making service to the demand for our fashion items more efficient
RFID:	RFID (Radio-Frequency Identification): enables identifying and locating each SKU in both stores and Distribution Centers
Seller:	Partner sellers who offer their goods on our marketplace
Ship from Store	transforms B&M stores into distribution centers, shipping goods purchased on our e-commerce directly to customers
SKU	Stock keeping unit
Social selling:	A process whereby relationships are developed. and sales made using social networks
Sorter	Individual sorting/picking equipment
SSS	Growth in same store sales. This is comprised of sales in stores in activity for more than 13 months compared to the same period in the previous year. It includes all forms of e-commerce sales and deliveries (100% online, ship-from-store and click-and pick-up)
Supply:	Supply chain
WhatsApp sales:	A type of online sale where C&A associates interact with customers using WhatsApp
WMS	Warehouse management system, an inventory management tool



About C&A

C&A was established in 1841 by Dutch brothers Clemens and August, whose initials gave rise to the name and brand. C&A was a pioneer in ready-to-use fashion, and is now one of the leading fashion retail chains in the world.

The C&A Brand has been available in Brazil since 1976, when it opened its first store in Shopping Ibirapuera, in São Paulo.

Currently there are 332 C&A stores in Brazil, with a total sales floor of over 615 thousand square meters, plus its e-commerce.

The Company has been listed on the Brazilian B3 exchange since October 2019, and continues its path of consistent growth, offering fashion proposals to its customers both online and offline.

With some 15 mil employees a across the country, C&A stands out for offering fashion products perceived as high value by customers. In December 2021 the Company launched C&A PAY, a direct credit offering for customers.