

Release de resultados

# 1T25



**Videoconferência de Resultados**

Data: 08/05/2025 (Português/Inglês)

Brasília: 11:00h | Nova York: 10:00h | Londres: 15:00h

webcast: [ri.cea.com.br](http://ri.cea.com.br)

**CEAB**  
B3 LISTED NM

ISE B3

IGC-NMB3

IGC B3

IGCT B3

IDIVERSA B3

SMLL B3

IBRA B3

ITAG B3

ICON B3

IGPTWB3

IBrX 100 B3

ICO2 B3

# Destques 1T25

## C&A inicia 2025 com forte crescimento de 15% no SSS de vestuário

A receita líquida de vestuário cresceu 41,2% no acumulado de dois anos, com expansão de 1,5 p.p. na margem bruta de vestuário, atingindo 54,6%



SSS<sup>1</sup> de Vestuário de **15%** no 1T25 e venda por m<sup>2</sup> aumentou **15,7%** no período



Expansão de **1,9 p.p.** na margem bruta de mercadorias vs. 1T24 e aumento de 0,6 p.p. na margem bruta de vestuário



Margem EBITDA ajustada<sup>2</sup> pós-IFRS16, atingindo **15,2%**, com expansão de 2,7 p.p. vs. 1T24



Lucro líquido ajustado<sup>3</sup> de **R\$ 2,5 milhões**



Redução da alavancagem<sup>4</sup> para **0,5x**, com uma robusta posição de caixa de **R\$ 1,5 bi**



Aumento de **71,1%** na receita líquida de **Beleza**, comparado ao 1T24



Redução de **0,6 p.p.** no NPL YoY do **C&A Pay** no trimestre



**R\$80,9 milhões** em geração de caixa livre ajustada<sup>5</sup> no trimestre, revertendo o consumo de caixa do ano anterior



Evolução de **13,3 pontos** no NPS no 1T25 vs. 1T24



Expansão da base de clientes em **6,4%** em 1T25 vs. 1T24



Duas novas lojas inauguradas em Chapecó e Jaraguá do Sul (SC)



**17,7%** no ROIC do trimestre

(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.

(5) Fluxo de caixa livre ajustado considera aplicações financeiras

Nota: ROIC calculado com base no lucro líquido ajustado.

# Destques 1T25

## Resultados Consolidados

Indicadores (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Δ%
Receita líquida consolidada	1.612,1	1.453,0	10,9%
Receita líquida de vestuário	1.364,1	1.180,7	15,5%
Vendas em mesmas lojas - vestuário (SSS) <sup>1</sup> (%)	15,0%	21,9%	-6,9 p.p.
Vendas em mesmas lojas - mercadorias (SSS) <sup>1</sup> (%)	13,0%	14,9%	-1,9 p.p.

(R\$ Milhões)	1T25	1T24	Δ%
Lucro bruto consolidado	872,0	770,3	13,2%
Margem bruta consolidada (%)	54,1%	53,0%	1,1 p.p.
Margem bruta - vestuário (%)	54,6%	54,1%	0,6 p.p.
Margem bruta - mercadorias (%)	52,5%	50,6%	1,9 p.p.
Despesas operacionais <sup>2</sup>	(615,2)	(565,7)	8,8%

(R\$ Milhões)	1T25	1T24	Δ%
EBITDA ajustado <sup>3</sup> (pós-IFRS16)	244,5	180,5	35,4%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS16) (%)	15,2%	12,4%	2,7 p.p.
EBITDA ajustado <sup>3</sup> (pré-IFRS16)	124,1	63,7	94,8%
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS16) (%)	7,7%	4,4%	3,3 p.p.

(R\$ Milhões)	1T25	1T24	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	4,1	70,9	-94,3%
Lucro (prejuízo) líquido ajustado <sup>4</sup>	2,5	(61,4)	-
Investimentos	40,4	33,7	19,8%

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

# Mensagem da Administração

A C&A iniciou 2025 com resultados operacionais sólidos e consistência na trajetória de crescimento, mesmo frente a uma base comparativa elevada. A combinação de uma proposta comercial mais atrativa, maior valor percebido dos produtos e uma execução eficiente resultou em um crescimento de 41,2% na receita líquida de vestuário em dois anos (1T23 vs. 1T25).

O primeiro trimestre foi marcado por um Carnaval mais tardio, o que prolongou a demanda por itens de alto verão. Antecipamos esse movimento com um planejamento comercial diferenciado em que adiantamos o recebimento de mercadorias e oferecemos produtos versáteis, com maior ciclo de vida. O bom desempenho desses produtos contribuiu para uma gestão eficaz da margem bruta de vestuário, que avançou 0,6 p.p. em relação ao 1T24.

Mantivemos disciplina financeira ao equilibrar crescimento de vendas com controle de despesas, o que possibilitou alavancagem operacional e geração de lucro líquido no período. Seguimos aprimorando a jornada das nossas clientes, o que se refletiu em um aumento de 13,3 p.p. no NPS e em uma expansão de 6,4% da base de clientes. Também registramos avanços na taxa de conversão e no ticket médio, que elevou a venda por m<sup>2</sup> em 15,7% frente ao ano anterior – um reflexo das nossas iniciativas que buscam aumentar a produtividade nas lojas.

Encerramos o trimestre com estoques saudáveis e alcançamos geração de caixa livre recorde para o período, totalizando R\$80,9 milhões. Esse desempenho contribuiu para a redução de 46,3% da dívida líquida em relação ao 1T24 e a queda da alavancagem total para 0,5x (dívida líquida/EBITDA pré-IFRS ajustado), o que fortalece nossa estrutura de capital e assegura a continuidade dos investimentos no plano estratégico Energia C&A de forma sustentável.

Avançamos na implementação das iniciativas testadas em 2024 no contexto da estratégia Energia C&A, retomando a abertura de novas lojas e o programa de reformas. Estamos mais ágeis comercial e operacionalmente com o nosso Hub de Inteligência Comercial – um conjunto de sistemas inteligentes, que inclui precificação dinâmica e abastecimento, onde foram integrados novos motores de sortimento dinâmico e gestão de produtos contínuos. Ainda, avançamos nos sistemas de inteligência de clientes e no CRM com foco em comunicações mais personalizadas.

O C&A Pay segue com foco na melhoria da jornada da cliente e como um instrumento de comunicação e relacionamento. Ao final do trimestre, sua participação foi de 24,2% nas vendas e atingimos 7,5 milhões de cartões digitais emitidos. Adotamos uma postura mais seletiva na concessão de crédito, o que resultou em melhora nos índices de inadimplência.

Além disso, avançamos para o score B- no CDP (Carbon Disclosure Program), ressaltando nosso compromisso com sustentabilidade.

A nossa performance operacional e o avanço consistente nos indicadores de satisfação das nossas clientes são frutos da efetiva implementação da estratégia Energia C&A. Esses resultados reforçam nossa confiança de que estamos no caminho certo para oferecer experiências cada vez mais relevantes às clientes e assim, capturar oportunidades de ganho de *market share* no mercado brasileiro de moda.

**Administração C&A Modas S.A.**

# Desempenho Financeiro



# Receita líquida

Receita líquida (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Δ%
Vestuário	1.364,1	1.180,7	15,5%
Eletrônicos e Beleza	145,6	150,5	-3,3%
<b>Receita líquida de mercadorias</b>	<b>1.509,7</b>	<b>1.331,2</b>	<b>13,4%</b>
Outras receitas <sup>1</sup>	5,9	7,9	-24,9%
Receita de serviços financeiros <sup>2</sup>	96,5	113,9	-15,3%
<b>Receita líquida consolidada</b>	<b>1.612,1</b>	<b>1.453,0</b>	<b>10,9%</b>

Desempenho das vendas em mesmas lojas (SSS) <sup>2</sup> (%)	1T25	1T24	Δ%
Vestuário	15,0%	21,9%	-6,9 p.p.
Eletrônicos e Beleza	-2,5%	-20,7%	18,2 p.p.
<b>Vendas em mesmas lojas - mercadorias (SSS)<sup>3</sup> (%)</b>	<b>13,0%</b>	<b>14,9%</b>	<b>-1,9 p.p.</b>

(1) Considera principalmente o frete sobre vendas do site e aplicativo.

(2) Exclui a taxa de comissionamento 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

No trimestre, a receita líquida de vestuário aumentou 15,5% em comparação com o 1T24, atingindo R\$1.364,1 milhões. Esse resultado reflete a continuidade de uma estratégia bem definida suportada por um planejamento comercial dedicado ao primeiro trimestre.

A versatilidade das coleções e o avanço no sortimento de produtos, conectados com uma melhor experiência em loja contribuíram para o aumento no fluxo de clientes e uma maior conversão. Ainda, a dinâmica de vendas do trimestre também foi favorecida por um calendário de carnaval mais tardio, que estendeu a demanda dos produtos de alto verão.

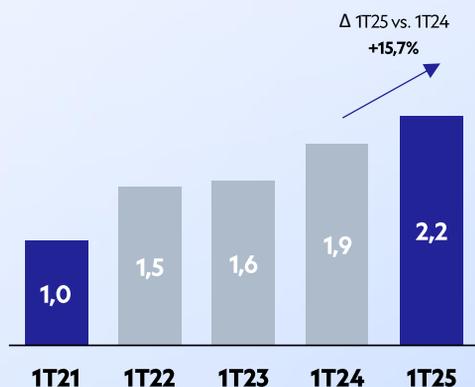
O avanço no fortalecimento de categorias-chave foram suportadas pela metodologia de Test & Learn e pelo Hub de Inteligência Comercial (HIC), que aprimora e conecta os sistemas de alocação, compras, distribuição, precificação.

As 75 lojas do projeto Dispersão, assim como as sete lojas das reformas de 2024 continuam com sua performance superior à média de crescimento da Companhia em dois dígitos. Isso também contribuiu para C&A manter o seu crescimento consistente, com vendas em mesmas lojas (SSS) de vestuário de 15% no 1T25, sobre uma base que cresceu 21,9% no 1T24.

Por fim, as duas novas lojas que foram inauguradas em Santa Catarina, no final do trimestre também apresentam uma performance acima das expectativas iniciais.

**+15,5%**  
aumento de receita  
de Vestuário vs. 1T24  
CAGR (1T23-1T25): 18,8%

## Receita líquida de Vestuário por m<sup>2</sup>



# Receita líquida

## Eletrônicos e Beleza

A receita líquida de Eletrônicos e Beleza no 1T25 foi de R\$145,6 milhões, representando uma redução de 3,3% em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse resultado reflete a contínua desmobilização na categoria de telefonia, que foi parcialmente compensado pela performance positiva da categoria de Beleza, que registrou um crescimento de 71,1% na receita líquida comparado ao 1T24.

Com o objetivo de fortalecer ainda mais seu portfólio nesse segmento, a C&A firmou uma parceria com a linha Boca Rosa, sendo a primeira loja física a oferecer os lançamentos da marca. A iniciativa reforça o compromisso da Companhia em ampliar sua presença na categoria de produtos de Beleza, complementando sua proposta de valor integrada à moda.

## Mercadorias

Como resultado da performance de vendas em Vestuário e Eletrônicos e Beleza, a receita líquida de mercadorias apresentou um aumento de 13,4%, totalizando R\$1.509,7 milhões.

As vendas de mercadorias em mesmas lojas (SSS - Same Store Sales) apresentaram um aumento de 13,0%.

## Outras receitas

A linha de outras receitas foi de R\$5,9 milhões no trimestre e resulta principalmente da cobrança de fretes das vendas realizadas via e-commerce.



# Receita líquida

## Site e App

No 1T25, a receita líquida de mercadorias provenientes das vendas do site e do aplicativo C&A registrou um crescimento de 23,9% quando comparado ao 1T24 atingindo R\$84 milhões. A penetração na receita de mercadorias aumentou 0,5 p.p., correspondendo a 5,6% das vendas.

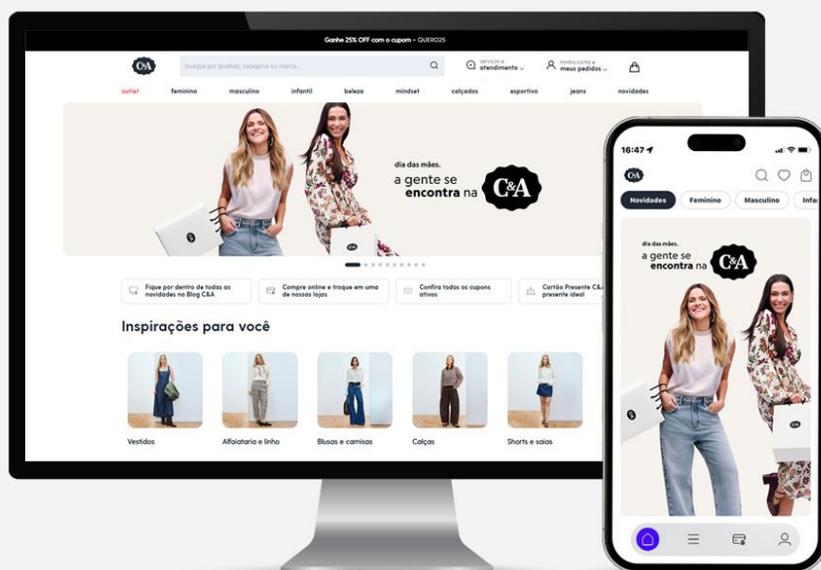
O digital segue com o avanço da jornada omni. Entre os destaques do trimestre, estão as comunicações personalizadas por região, com funcionalidades e ofertas exclusivas para cada cliente. Como reflexo desses aprimoramentos, houve um aumento na conversão de vendas do digital e uma melhora na experiência da cliente - medida pelo NPS - que apresentou avanço de 7,3 p.p. em relação ao 1T24.

O número de usuários ativos mensais (MAU) aumentou 53,5% na comparação anual, alcançando 3,5 milhões. Esse resultado reforça a crescente percepção de valor ao longo da jornada de compra e evidencia o compromisso contínuo da Companhia com a excelência no atendimento e satisfação das clientes.

Site & App (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Δ%
Receita líquida de mercadorias (site + app)	84,0	67,8	23,9%
<b>Receita líquida de mercadorias (site + app) / receita de mercadorias (%)</b>	<b>5,6%</b>	<b>5,1%</b>	<b>0,5 p.p.</b>

## Serviços financeiros

A receita líquida de serviços financeiros, desconsiderando a taxa de comissionamento paga pela C&A Modas ao C&A Pay, totalizou R\$96,5 milhões no 1T25, uma redução de 15,3% em comparação ao 1T24, como resultado da postura mais seletiva na concessão de crédito adotada ao longo de 2024.

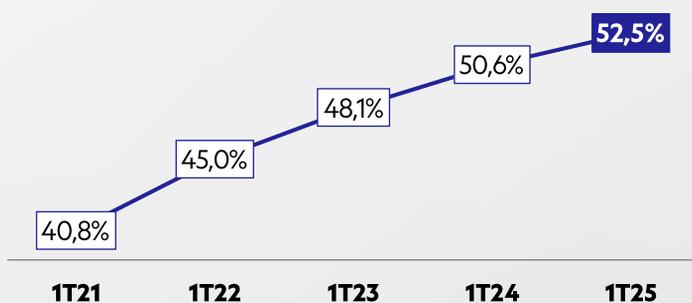


# Lucro bruto e margem bruta

Lucro bruto e margem bruta (R\$ Milhões e %)	1T25	1T24	Δ%
Vestuário	745,2	638,5	16,7%
Margem bruta (%)	54,6%	54,1%	0,6 p.p.
Eletrônicos e Beleza	47,8	35,6	34,2%
Margem bruta (%)	32,8%	23,6%	9,2 p.p.
<b>Lucro bruto de mercadorias</b>	<b>793,0</b>	<b>674,1</b>	<b>17,6%</b>
<b>Margem bruta de mercadorias (%)</b>	<b>52,5%</b>	<b>50,6%</b>	<b>1,9 p.p.</b>
Outras <sup>1</sup>	(17,3)	(17,5)	-0,9%
Serviços financeiros	96,3	113,7	-15,3%
<b>Lucro bruto consolidado</b>	<b>872,0</b>	<b>770,3</b>	<b>13,2%</b>
<b>Margem bruta consolidada (%)</b>	<b>54,1%</b>	<b>53,0%</b>	<b>1,1 p.p.</b>

(1) Considera principalmente o frete sobre vendas do site e aplicativo.

## Evolução da margem bruta de mercadorias (em %)



O lucro bruto de vestuário aumentou 16,7% em relação ao 1T24, atingindo R\$745,2 milhões. Em relação à margem bruta, houve uma expansão de 0,6 p.p., encerrando o trimestre em 54,6%.

A assertividade no desenvolvimento dos produtos, combinada com a atuação da precificação dinâmica foram fatores que contribuíram para este resultado.

Na categoria de Eletrônicos e Beleza, o lucro bruto totalizou R\$47,8 milhões no 1T25, 34,2% superior ao mesmo período do ano passado. A margem bruta atingiu 32,8%, com expansão de 9,2 p.p., impulsionada pela maior participação dos produtos de beleza. Vale lembrar que esta categoria apresenta margem bruta substancialmente superior em relação aos produtos de telefonia.

Como resultado, o lucro bruto de mercadorias atingiu R\$793 milhões, 17,6% superior ao mesmo período do ano passado. A margem de mercadorias também evoluiu, atingindo 52,5%, 1,9 p.p. acima do 1T24.



# Despesas operacionais

Despesas operacionais (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Δ %
Despesas com vendas	(454,3)	(423,7)	7,2%
Despesas gerais e administrativas	(160,9)	(142,0)	13,3%
<b>Despesas operacionais<sup>1</sup></b>	<b>(615,2)</b>	<b>(565,7)</b>	<b>8,8%</b>
Outras receitas (despesas) operacionais	16,4	64,3	-74,5%
<b>Despesas operacionais totais<sup>2</sup></b>	<b>(598,8)</b>	<b>(501,4)</b>	<b>19,4%</b>
%	1T25	1T24	Δ %
Despesas com vendas / receita líquida consolidada	28,2%	29,2%	-1,0 p.p.
Despesas G&A / receita líquida consolidada	10,0%	9,8%	0,2 p.p.
<b>Despesas operacionais / receita líquida consolidada</b>	<b>38,2%</b>	<b>38,9%</b>	<b>-0,7 p.p.</b>
<b>Despesas operacionais pré-IFRS 16 / receita líquida consolidada</b>	<b>45,6%</b>	<b>47,0%</b>	<b>-1,3 p.p.</b>

(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.

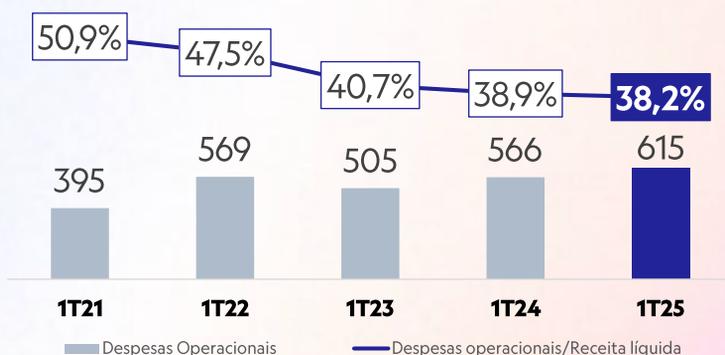
(2) Inclui Outras (despesas) receitas operacionais.

No 1T25, as despesas operacionais totalizaram R\$615,2 milhões, um aumento de 8,8% em relação ao 1T24. Como percentual da receita líquida, houve uma diluição 0,7 p.p.. No conceito pré-IFRS 16, as despesas operacionais cresceram 7,8% e apresentaram uma diluição de 1,3 p.p..

As despesas com vendas somaram R\$454,3 milhões, um crescimento de 7,2% em razão dos maiores investimentos em marketing associados ao Energia C&A. Como percentual da receita líquida, as despesas com vendas apresentaram uma diluição de 1,0 p.p. em função de uma melhor eficiência em custos com ocupação e despesas com pessoal.

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$160,9 milhões, um crescimento de 13,3% em relação ao 1T24. Como percentual da receita líquida, as despesas gerais e administrativas apresentaram um aumento de 0,2 p.p., como resultado de uma maior penetração do Push & Pull, bem como a maior participação de produtos importados no mix de produtos.

## Despesas operacionais (R\$ e % sobre receita líquida)



# Serviços financeiros

R\$ Milhões	C&A Pay			Bradescard			Serviços Financeiros		
	1T25	1T24	Δ%	1T25	1T24	Δ%	1T25	1T24	Δ%
Receita líquida de impostos	91,9	110,1	-16,5%	14,3	12,8	11,5%	106,2	122,9	-13,6%
Custo de captação	(6,7)	(7,6)	-12,1%	(0,2)	(0,1)	24,9%	(6,8)	(7,7)	-11,4%
<b>Lucro bruto</b>	<b>85,3</b>	<b>102,6</b>	<b>-16,8%</b>	<b>14,1</b>	<b>12,7</b>	<b>11,4%</b>	<b>99,4</b>	<b>115,2</b>	<b>-13,7%</b>
Despesas com vendas	(34,5)	(40,3)	-14,3%	(0,8)	(4,2)	-80,4%	(35,4)	(44,6)	-20,6%
Despesas gerais e administrativas	(1,8)	(3,7)	-52,7%	(0,0)	0,0	-	(1,8)	(3,7)	-51,7%
Perdas de crédito líquidas de recuperações	(29,6)	(41,0)	-27,7%	-	-	-	(29,6)	(41,0)	-27,7%
<b>(=) Resultado de serviços financeiros</b>	<b>19,4</b>	<b>17,5</b>	<b>10,5%</b>	<b>13,3</b>	<b>8,5</b>	<b>56,6%</b>	<b>32,6</b>	<b>26,0</b>	<b>25,5%</b>

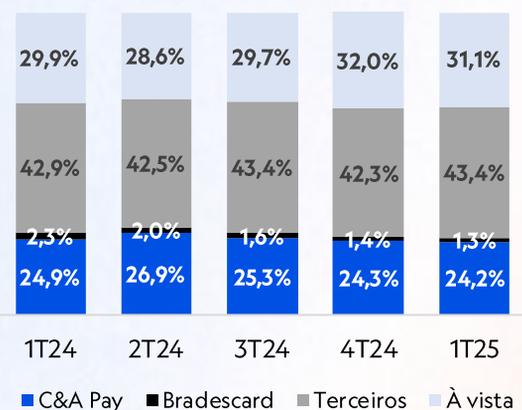
No 1T25, a receita líquida do C&A Pay, operação de private label da C&A, atingiu R\$91,9 milhões, uma redução de 16,5% quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Esse desempenho é reflexo da postura mais seletiva na concessão de crédito adotada ao longo de 2024.

As despesas do C&A Pay mantém uma estrutura flexível que é ajustada à escala da operação, o que possibilitou uma redução no período. Dessa forma, as despesas com vendas – que englobam pessoal, crédito, cobrança e serviços de atendimento ao cliente, totalizaram R\$34,5 milhões, representando uma redução de 14,3%. Já, as despesas gerais e administrativas apresentaram uma redução de 52,7%, totalizando R\$1,8 milhões.

O destaque do trimestre foi a redução das perdas líquidas de crédito, que totalizaram R\$29,6 milhões, 27,7% inferior na comparação anual, em função da melhor eficiência de cobrança. Além disso, houve também a cessão parcial da carteira vencida acima de 720 dias no montante total de R\$97,1 milhões, resultando em uma recuperação de crédito de R\$3,9 milhões que impactou de forma positiva a perda líquida. Como consequência, a relação da perda líquida sobre a carteira média apresentou uma redução de 1,4 p.p., atingindo 3,2%.

Com a adoção da resolução 4.966 do Bacen, a Companhia passou a aplicar o critério de interrupção do reconhecimento de juros para ativos a partir de 90 dias de atraso, quando é considerado um ativo problemático, em substituição ao critério anterior, que considerava 60 dias. Como consequência, foi registrado um impacto positivo no resultado do C&A Pay de R\$3,0 milhões, decorrente de um incremento de R\$7,6 milhões na receita do período e de R\$4,6 milhões na perda líquida.

## Modalidade de pagamento



## Carteira C&A Pay até 360 dias



# Serviços financeiros

O C&A Pay segue focado no suporte às vendas do varejo e como um instrumento de comunicação e relacionamento com as clientes.

Em 2025, a Companhia continua com foco na melhoria da jornada da cliente e voltada para recorrência e *spending* de sua carteira. Essa estratégia, conectada à política seletiva de concessão, resultou em uma emissão de cartões 29,5% inferior à do 1T24. A penetração nas vendas manteve-se estável em 24,2% frente ao 4T24 e apresentou uma redução de 0,7 p.p. vs. 1T24. Com isso, a carteira ativa até 360 dias encerrou o trimestre totalizando R\$796,2 milhões, uma redução de 3,8% vs. 1T24.

O C&A Pay encerrou o 1T25 com uma base de mais de 7,5 milhões de clientes.

C&A Pay	1T25	1T24	Δ%
Carteira ativa 720 dias	982,6	889,2	10,5%
Carteira ativa 360 dias	796,2	827,8	-3,8%
<b>Participação na venda do varejo</b>	<b>24,2%</b>	<b>24,9%</b>	<b>-0,7 p.p.</b>
Cartões novos (mil)	350,0	496,2	-29,5%
Cartões emitidos (mil)	7.545,0	5.508,5	37,0%
<b>Índices de cobertura<sup>1</sup></b>			
sobre vencidos > 90 e 720 dias	102,8%	101,5%	1,3 p.p.
sobre vencidos > 90 e 360 dias	109,4%	104,7%	4,7 p.p.

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

Os índices de cobertura continuam em patamares saudáveis. A cobertura sobre vencidos entre 90 e 360 dias atingiu 109,4%, 4,7 p.p. superior na base anual de comparação. Ainda, é importante mencionar que o nível de provisionamento sobre a carteira entre 360 e 720 dias resultou em uma cobertura de 97,2% e este saldo provisionado já compõe a perda líquida do período.

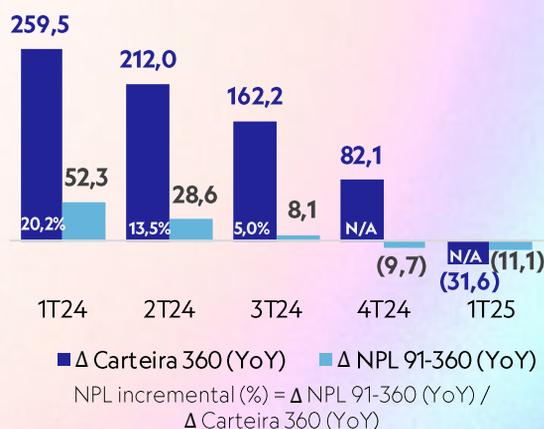
A formação do NPL representado pelos saldos vencidos entre 90 e 360 dias permanece em patamares saudáveis, refletindo a melhor qualidade da carteira, com destaque para as safras recentes e o bom desempenho das rolagens. Como percentual da carteira, o indicador caiu para 4,1% ante 4,7% no 1T24. Em função dessa menor formação de saldos vencidos, o NPL reduziu 0,6 p.p. em comparação ao 1T24, atingindo 18,5% da carteira até 360. Na comparação com o 4T24, em função da sazonalidade de final de ano, o indicador apresentou um aumento.

Houve uma redução de R\$11,1 milhões na formação dos saldos vencidos entre 90 e 360 dias. Porém, também existiu uma redução de R\$31,6 milhões na carteira até 360 dias. Portanto, o cálculo do NPL incremental percentual não é aplicável.

## Formação de NPL



## NPL Incremental<sup>2</sup>



(2) Evolução da carteira (YoY) vs. evolução formação 91 a 360 dias (YoY)

# EBITDA Ajustado

(Pós-IFRS 16)

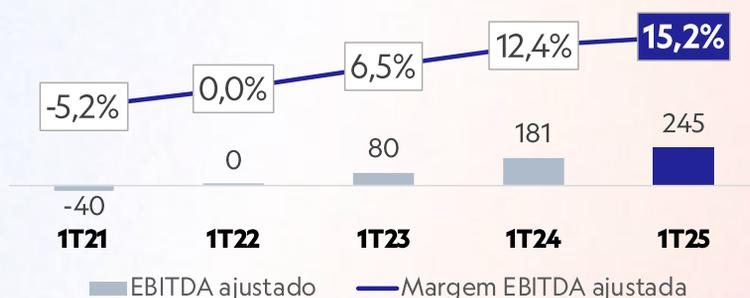
## EBITDA Ajustado (pós-IFRS 16) consolidado

R\$ Milhões e %	1T25	1T24	Δ%
<b>Lucro (prejuízo) líquido</b>	<b>4,1</b>	<b>70,9</b>	<b>-94,3%</b>
(+) Impostos sobre o lucro	(7,5)	(18,9)	-60,4%
(+/-) Resultado financeiro líquido	77,1	3,9	1878,6%
(+) Depreciação e amortização	169,8	172,1	-1,3%
<b>EBITDA (pós-IFRS 16)</b>	<b>243,6</b>	<b>228,0</b>	<b>6,8%</b>
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais	(8,7)	(2,9)	197,0%
(+) Receita financeira de fornecedores	0,9	3,7	-75,7%
(-) Recuperação de créditos fiscais	(7,7)	(61,4)	-87,4%
(+) Incentivo de longo prazo	16,4	13,1	25,3%
<b>EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)</b>	<b>244,5</b>	<b>180,5</b>	<b>35,4%</b>
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) (%)	15,2%	12,4%	2,7 p.p.
<b>EBITDA (pré-IFRS 16)</b>	<b>115,8</b>	<b>120,9</b>	<b>-4,2%</b>
<b>EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)</b>	<b>124,1</b>	<b>63,7</b>	<b>94,8%</b>
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS 16) (%)	7,7%	4,4%	3,3 p.p.

O EBITDA ajustado pós-IFRS 16 foi de R\$244,5 milhões, o que representa um aumento de 35,4% em relação ao 1T24. A margem EBITDA ajustada pós-IFRS16 foi de 15,2%, 2,7 p.p. superior ao 1T24.

Na visão pré-IFRS 16, o EBITDA ajustado totalizou R\$124,1 milhões, 94,8% superior na comparação anual em função do melhor resultado operacional no trimestre, com diluição de despesas e redução na perda líquida do período.

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



# EBITDA Ajustado

(Pós-IFRS 16)

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

R\$ Milhões e %	1T25	1T24	Δ%
<b>EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)</b>	<b>244,5</b>	<b>180,5</b>	<b>35,4%</b>
(+/-) Resultado de serviços financeiros <sup>1</sup>	(39,3)	(33,6)	17,1%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16) da operação de varejo	205,2	147,0	39,6%
<b>Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) da operação de varejo</b>	<b>13,6%</b>	<b>11,0%</b>	<b>2,6 p.p.</b>

(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\$205,2 milhões, com margem de 13,6%, 2,6 p.p. acima do mesmo período do ano passado.



# Resultado financeiro

R\$ Milhões	1T25	1T24	Δ%
<b>Variação cambial</b>	<b>2,2</b>	<b>(1,9)</b>	<b>-</b>
Empréstimos	(0,9)	0,0	-
Compras	3,2	(1,9)	-
<b>Despesas financeiras</b>	<b>(145,7)</b>	<b>(144,7)</b>	<b>0,7%</b>
Juros sobre empréstimos	(48,8)	(53,7)	-9,0%
Juros sobre arrendamentos	(43,4)	(39,5)	9,7%
AVP de juros com fornecedores	(26,1)	(28,0)	-6,9%
Juros com fornecedores - Bradescard	(20,7)	(16,4)	26,4%
Juros sobre impostos e contingências	(5,0)	(6,0)	-16,1%
Outras despesas financeiras	(1,8)	(1,2)	50,2%
<b>Receitas financeiras</b>	<b>56,7</b>	<b>139,4</b>	<b>-59,4%</b>
Receita com juros	24,5	110,1	-77,7%
Juros sobre aplicações financeiras	31,2	25,6	22,0%
Receita financeira com fornecedor	0,9	3,7	-75,7%
Outras receitas financeiras	0,0	0,0	32,3%
<b>Resultado com títulos e valores mobiliários</b>	<b>9,7</b>	<b>3,3</b>	<b>191,7%</b>
<b>Resultado financeiro líquido</b>	<b>(77,1)</b>	<b>(3,9)</b>	<b>1879,2%</b>

Nota: No trimestre, houve uma reclassificação entre linhas de receitas com juros e resultado com títulos e valores mobiliários. Dessa forma, os montantes de receita com juros e o resultado com títulos e valores mobiliários do 1T25 estão diferentes daqueles apresentados no trimestre em questão.

No 1T25, o resultado financeiro foi uma despesa de R\$77,1 milhões, um aumento de R\$73,2 milhões comparado ao 1T24.

As despesas financeiras totalizaram R\$145,7 milhões, 0,7% superiores que no 1T24, com destaque para os juros sobre empréstimos, que tiveram melhora de 9% no período, dada a redução de 14,1% na dívida bruta. As receitas financeiras totalizaram R\$56,7 milhões, 59,4% inferiores quando comparadas ao mesmo período do ano passado, em função do reconhecimento de juros e correções monetárias sobre os créditos extemporâneos de PIS/COFINS no 1T24.



# Lucro líquido

Lucro (prejuízo) líquido (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Δ%
<b>Lucro (prejuízo) líquido</b>	<b>4,1</b>	<b>70,9</b>	<b>-94,3%</b>
Margem líquida (%)	0,3%	4,9%	-4,6 p.p.
<b>Lucro (prejuízo) líquido ajustado<sup>1</sup></b>	<b>2,5</b>	<b>(61,4)</b>	<b>-</b>
Margem líquida ajustada (%)	0,2%	-4,2%	4,4 p.p.

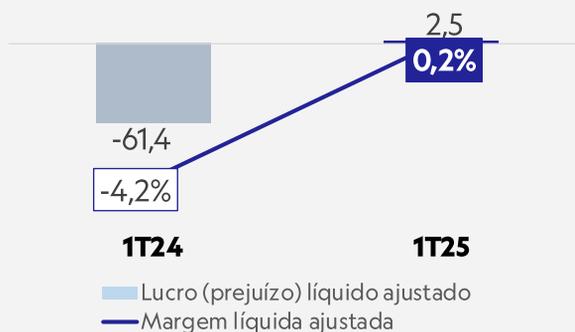
(1) Ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Receitas financeira de fornecedores; (iii) Recuperação de créditos fiscais; e (iv) encargos sociais referentes ao programa de incentivo de longo prazo pago



No 1T25, lucro líquido reportado foi de R\$4,1 milhões, 94,3% inferior ao reportado no 1T24 em função, principalmente do reconhecimento de créditos tributários e sua atualização com juros e correção monetária naquele período. A margem líquida reduziu 4,6 p.p., ficando em 0,3%.

O lucro líquido ajustado, que exclui o efeito do incentivo de longo prazo (ILP) e da recuperação de créditos fiscais, foi positivo em R\$2,5 milhões, revertendo o prejuízo ajustado do 1T24. A margem líquida ajustada foi de 0,2%.

## Lucro (prejuízo) líquido ajustado e margem líquida ajustada (R\$ e %)



# Endividamento

R\$ Milhões	1T25	1T24	Δ%
Dívida de curto prazo	599,7	555,9	7,9%
Dívida de longo prazo	854,5	1.137,4	-24,9%
<b>Dívida bruta</b>	<b>1.454,2</b>	<b>1.693,3</b>	<b>-14,1%</b>
Compromisso Bradescard	629,2	556,3	13,1%
<b>Dívida bruta total</b>	<b>2.083,5</b>	<b>2.249,5</b>	<b>-7,4%</b>
<b>(-) Caixa, equivalentes de caixa e aplicações financeiras</b>	<b>1.520,8</b>	<b>1.202,7</b>	<b>26,5%</b>
<b>(=) Caixa (dívida) líquido</b>	<b>(562,6)</b>	<b>(1.046,9)</b>	<b>-46,3%</b>
EBITDA Ajustado pré-IFRS16 (LTM)	1.036,3	706,0	46,8%
<b>Alavancagem<sup>1</sup></b>	<b>0,5x</b>	<b>1,5x</b>	<b>-0,9x</b>

Nota: Dívida de curto e longo prazo líquida de derivativos

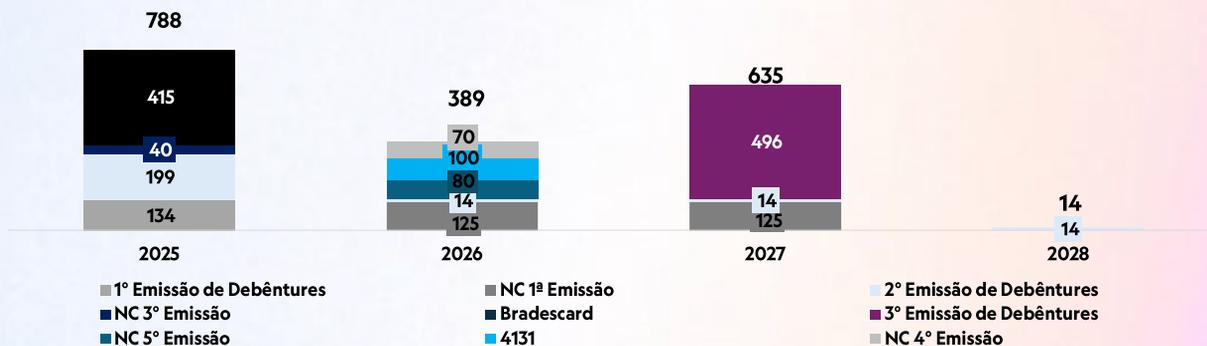
(1) Medida pela relação dívida líquida/EBITDA

No 1T25, em função da geração de caixa da Companhia, a dívida líquida total, que inclui o compromisso de pagamento com o Bradescard, totalizou R\$562,6 milhões, uma redução de 46,3% em comparação ao mesmo período do ano anterior.

A Companhia encerra o trimestre com posição de caixa 1,2 vez superior às dívidas de curto prazo, incluindo o compromisso com o Bradescard.

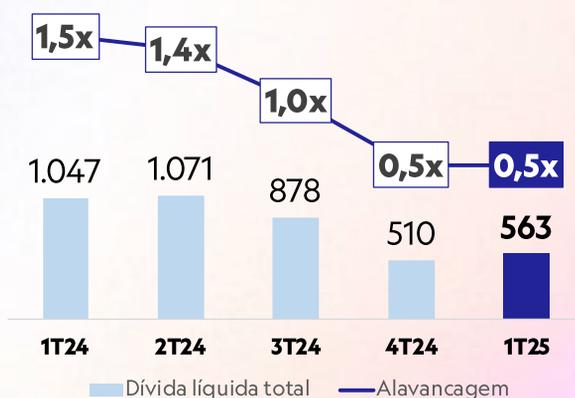
A alavancagem da companhia (dívida líquida/EBITDA Ajustado pré-IFRS 16 dos últimos 12 meses) manteve o patamar de 0,5x, observado no 4T24.

## 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	1T25	1T24	Δ%
<b>Lucro (prejuízo) pré-IFRS16 antes do IR/CSLL</b>	<b>(3,8)</b>	<b>67,1</b>	-
Depreciação e amortização	85,8	89,4	-4,0%
(+/-) Outros	108,6	(55,4)	-
<b>Ajustes sem efeito caixa</b>	<b>194,3</b>	<b>34,0</b>	<b>470,8%</b>
<b>Imposto de renda e contribuição social pagos</b>	<b>(43,1)</b>	<b>(44,9)</b>	<b>-3,9%</b>
<b>Capital de giro</b>	<b>68,3</b>	<b>(98,1)</b>	-
Contas a receber	633,5	473,4	33,8%
Estoques	(173,3)	(190,5)	-9,0%
Fornecedores	(261,7)	(319,3)	-18,1%
Outros	(130,2)	(61,7)	111,1%
<b>Caixa originado (aplicado) pelas atividades operacionais</b>	<b>215,7</b>	<b>(41,8)</b>	-
<b>Fluxo de caixa originado (aplicado) em atividades de investimentos</b>	<b>(134,8)</b>	<b>(54,2)</b>	<b>148,8%</b>
<b>(=) Fluxo de caixa livre ajustado</b>	<b>80,9</b>	<b>(96,0)</b>	-

Nota: Conforme nota explicativa 2.4 do ITR referente ao 1T25, em função da reapresentação das demonstrações financeiras de 2024, a movimentação de caixa do 1T24 foi ajustada.

No 1T25, a geração de caixa operacional foi de R\$215,7 milhões, refletindo uma reversão frente ao consumo de R\$41,8 milhões do 1T24. O principal destaque do período foi a geração de caixa proveniente do capital de giro, que contribuiu com R\$68,3 milhões, resultado influenciado por um impacto positivo no contas a receber em função de um melhor prazo médio de recebimento e também pela estratégia da Companhia de antecipar o recebimento de mercadorias para atender à demanda das vendas de fim de ano e abastecimento do início de ano e que foram pagas no 4T24.

O ciclo de conversão de caixa do período apresentou aumento de oito dias principalmente em função da maior participação dos produtos importados, que possuem um prazo médio de pagamento mais curto.

O fluxo de caixa aplicado nas atividades de investimento somou R\$134,8 milhões, 148,8% superior ao 1T24. Esse aumento está alinhado ao planejamento da Companhia, priorizando iniciativas com retorno operacional e fortalecimento dos pilares estratégicos do Energia C&A.

Como resultado, o fluxo de caixa livre ajustado foi positivo no trimestre, totalizando R\$80,9 milhões, revertendo o consumo de R\$96 milhões no mesmo período do ano anterior. Esse desempenho resulta da disciplina na gestão financeira e na alocação de capital.

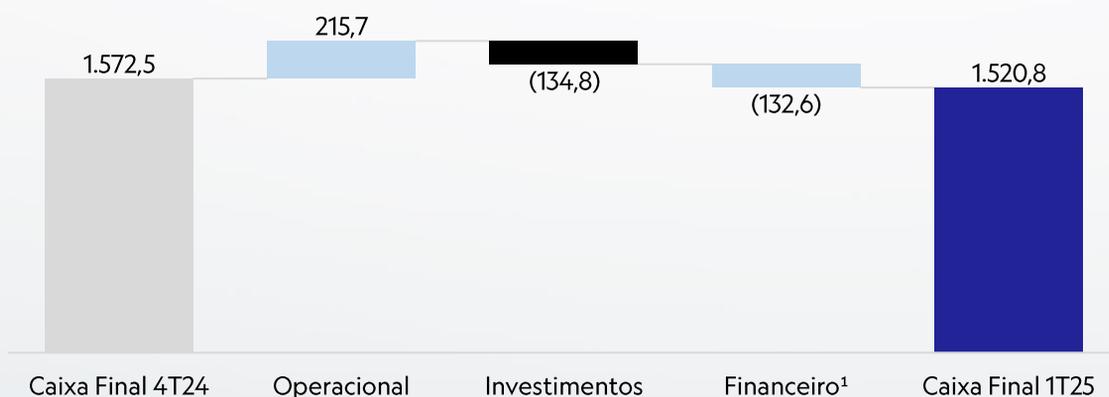
# Fluxo de Caixa

## Movimentação de caixa (R\$ milhões)

Ao final do trimestre, o saldo de caixa e equivalentes reduziu R\$51,7 milhões em relação a dezembro de 2024.

As atividades operacionais geraram caixa no valor de R\$215,7 milhões, enquanto que os investimentos totalizaram R\$134,8 milhões. As atividades de financiamento consumiram R\$132,6 milhões em função dos pagamentos de principal, juros e recompra de ações.

Com isso, a C&A encerrou o 1T25 com um saldo de caixa e equivalentes incluindo aplicações financeiras de R\$1.520,8 milhões.



Nota: Fluxo de caixa operacional considera os juros e principal de arrendamento; a posição de caixa final considera títulos e valores mobiliários.  
(1) Considera amortização de principal, juros da dívida e recompra de ações que representaram 30,3%, 42,4% e 27,2% deste montante, respectivamente



# Investimentos

Investimentos (R\$ Milhões)	1T25	1T24	Δ%
Novas lojas	9,1	5,0	84,6%
Reformas e modelagens	12,0	4,0	203,2%
Cadeia de suprimentos	1,3	0,0	-
Digital e tecnologia	17,9	24,8	-27,6%
<b>Total</b>	<b>40,4</b>	<b>33,7</b>	<b>19,8%</b>

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.

Alinhada à Estratégia Energia C&A, a Companhia investiu R\$40,4 milhões no 1T25, 19,8% acima do 1T24. Deste total, R\$21,1 milhões foram destinados a novas lojas e reformas, com destaque para inaugurações, sendo uma Chapecó/SC e outra em Jaraguá do Sul/SC e início das reformas em 9 lojas. Ao longo do trimestre, a Companhia realizou duas aberturas e dois fechamentos de lojas, encerrando o período com 332 lojas.

Na frente do digital e tecnologia os investimentos somaram R\$17,9 milhões, impulsionando o desenvolvimento de iniciativas vinculadas ao Hub de Inteligência Comercial (HIC). Entre os principais avanços, destaca-se o sortimento dinâmico, com novas aplicações e motores baseados em inteligência artificial. Além disso, houve ampliação dos investimentos em CRM, com foco na evolução de motores de recomendação de produtos, gestão de descontos, estratégias de segmentação e personalização de banners.



# Anexos



# EBITDA Ajustado Total

(Pré-IFRS 16)

R\$ Milhões e %	1T25	1T24	Δ%
<b>Lucro (prejuízo) líquido</b>	<b>4,1</b>	<b>70,9</b>	<b>-94,3%</b>
(+) Impostos sobre o lucro	(7,5)	(18,9)	-60,4%
(+/-) Resultado financeiro líquido	77,1	3,9	1878,6%
(+) Depreciação e amortização	169,8	172,1	-1,3%
<b>EBITDA (pós-IFRS 16)</b>	<b>243,6</b>	<b>228,0</b>	<b>6,8%</b>
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais	(8,7)	(2,9)	197,0%
(+) Receita financeira de fornecedores	0,9	3,7	-75,7%
(-) Recuperação de créditos fiscais	(7,7)	(61,4)	-87,4%
(+) Incentivo de longo prazo	16,4	13,1	25,3%
<b>EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)</b>	<b>244,5</b>	<b>180,5</b>	<b>35,4%</b>
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) (%)	15,2%	12,4%	2,7 p.p.
<b>EBITDA (pré-IFRS 16)</b>	<b>115,8</b>	<b>120,9</b>	<b>-4,2%</b>
<b>EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)</b>	<b>124,1</b>	<b>63,7</b>	<b>94,8%</b>
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS 16) (%)	7,7%	4,4%	3,3 p.p.



# Balço Patrimonial

R\$ Milhões	1T25	4T24
<b>Ativo total</b>	<b>9.280,8</b>	<b>10.053,9</b>
<b>Ativo circulante</b>	<b>4.360,4</b>	<b>4.993,4</b>
Caixa e equivalentes de caixa	1.192,9	1.403,2
Títulos e valores mobiliários	327,9	169,3
Contas a receber	1.202,1	1.862,8
Estoques	1.180,9	1.032,2
Tributos a recuperar	411,0	470,4
Derivativos	0,8	18,3
Outros ativos	44,8	37,2
<b>Ativo não circulante</b>	<b>4.920,4</b>	<b>5.060,5</b>
Tributos a recuperar	1.068,9	1.127,7
Tributos diferidos	548,2	530,1
Depósitos judiciais	129,1	144,9
Derivativos - LP	4,0	6,6
Outros ativos	5,1	4,8
Imobilizado	808,6	823,7
Direito de uso - arrendamento mercantil	1.492,8	1.529,9
Intangível	863,6	892,8
<b>Total do passivo e patrimônio líquido</b>	<b>9.280,8</b>	<b>10.053,9</b>
<b>Passivo circulante</b>	<b>3.354,9</b>	<b>3.850,3</b>
Arrendamento mercantil	359,4	352,7
Fornecedores	1.086,7	1.280,7
Dividendos e juros sobre capital próprio a pagar	101,9	101,9
Obrigações de risco sacado	190,3	350,0
Fornecedores ref. recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	629,2	608,6
Empréstimos	585,2	456,5
Derivativos	15,3	0,3
Obrigações trabalhistas	284,7	279,8
Tributos a recolher	60,1	375,9
Outros passivos	42,0	43,7
<b>Passivo não circulante</b>	<b>2.663,3</b>	<b>2.895,1</b>
Arrendamento mercantil	1.424,6	1.474,1
Fornecedores	0,1	0,2
Fornecedores ref. recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	0,0	0,0
Empréstimos	858,6	1.041,5
Obrigações trabalhistas	27,8	20,3
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	282,3	293,1
Tributos a recolher	15,5	15,4
Outros passivos	54,4	50,6
<b>Patrimônio líquido</b>	<b>3.262,6</b>	<b>3.308,5</b>
Capital social	1.847,2	1.847,2
Ações em tesouraria	(70,4)	(34,4)
Reserva de capital	53,2	49,3
Reserva de lucros	1.439,1	1.439,1
Resultados abrangentes	(10,6)	7,3

# DRE

R\$ Milhões	1T25	1T24	Δ%
<b>Receita operacional líquida</b>	<b>1.612,1</b>	<b>1.453,0</b>	<b>10,9%</b>
Vestuário	1.364,1	1.180,7	15,5%
Eletrônicos e Beleza	145,6	150,5	-3,3%
Receita líquida de mercadorias	1.509,7	1.331,2	13,4%
Outras receitas	5,9	7,9	-24,9%
Receita varejo	1.515,6	1.339,1	13,2%
Serviços financeiros	96,5	113,9	-15,3%
<b>Custo de mercadorias/serviços</b>	<b>(740,1)</b>	<b>(682,7)</b>	<b>8,4%</b>
<b>Lucro bruto</b>	<b>872,0</b>	<b>770,3</b>	<b>13,2%</b>
Vestuário	745,2	638,5	16,7%
Eletrônicos e beleza	47,8	35,6	34,2%
Lucro bruto de mercadorias	793,0	674,1	17,6%
Lucro bruto outras	(17,3)	(17,5)	-0,9%
Lucro bruto varejo	775,7	656,6	18,1%
Lucro bruto de serviços financeiros	96,3	113,7	-15,3%
<b>(Despesas) e receitas operacionais</b>	<b>(798,3)</b>	<b>(714,5)</b>	<b>11,7%</b>
Gerais e administrativas	(160,9)	(142,0)	13,3%
Vendas	(454,3)	(423,7)	7,2%
Depreciação e amortização	(169,8)	(172,1)	-1,3%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	16,4	64,3	-74,5%
Perdas em créditos, líquidas	(29,6)	(41,0)	-27,7%
<b>Lucro antes das receitas e despesas financeiras</b>	<b>73,7</b>	<b>55,9</b>	<b>32,0%</b>
<b>Resultado financeiro</b>	<b>(77,1)</b>	<b>(3,9)</b>	<b>1878,6%</b>
Variação cambial	2,2	(1,9)	-214,8%
Total despesas financeiras	(145,7)	(144,7)	0,7%
Total receitas financeiras	56,7	139,4	-59,4%
Resultado com títulos e valores mobiliários	9,7	3,3	191,7%
<b>Lucro antes dos impostos</b>	<b>(3,4)</b>	<b>52,0</b>	<b>-106,5%</b>
Impostos sobre o lucro	7,5	18,9	-60,4%
<b>Lucro líquido (prejuízo) do exercício</b>	<b>4,1</b>	<b>70,9</b>	<b>-94,3%</b>

R\$ Milhões	1T25	1T24
<b>Atividades operacionais</b>		
Lucro (prejuízo) antes dos impostos sobre a renda	(3,4)	52,0
<b>Ajuste para reconciliar o resultado antes dos impostos com o fluxo de caixa:</b>		
Constituição (reversão) de provisão para perdas de crédito esperadas	32,0	45,8
Ajuste ao valor presente e do contas a receber e fornecedores	1,3	(0,7)
Despesas com remuneração baseada em ações	3,9	3,2
Constituição de provisão para perda nos estoques	20,1	16,7
Ganho/Reconhecimento de processos tributários, incluindo atualização monetária	(17,9)	(168,1)
Depreciação e amortização	85,8	89,4
Constituição (reversão) de provisão para redução ao valor recuperável do imobilizado, intangível e direito de uso	(9,6)	12,0
Perda na venda ou baixa do imobilizado e intangível	9,3	(0,7)
Amortização do direito de uso	92,1	90,8
Baixa de arrendamento	(7,3)	(4,4)
Juros sobre arrendamentos	47,0	42,9
Despesas com empréstimos e debêntures	42,3	54,7
Juros com fornecedores	20,7	16,4
Constituição (reversão) de provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	10,6	(11,8)
Derivativos	7,7	0,0
Atualização de depósitos judiciais	(1,9)	(4,7)
Rendimento de aplicação em títulos e valores mobiliários	(9,7)	(3,6)
<b>Variações nos ativos e passivos:</b>		
Contas a receber de clientes	633,5	473,4
Estoques	(173,3)	(190,5)
Tributos a recuperar	136,0	105,2
Outros créditos	(8,0)	4,2
Títulos e valores mobiliários	(148,9)	10,1
Depósitos judiciais	17,8	0,7
Fornecedores	(101,9)	(203,5)
Obrigações de risco sacado	(159,8)	(115,9)
Obrigações trabalhistas	12,4	23,9
Outros passivos	(2,9)	4,7
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(21,4)	(10,5)
Tributos a pagar	(273,8)	(193,3)
Impostos de renda e contribuição social pagos	(43,1)	(44,9)
<b>Fluxo de caixa originado das (consumido pelas) atividades operacionais</b>	<b>189,4</b>	<b>93,4</b>
Aquisição de imobilizado	(92,4)	(16,3)
Aquisição de intangível	(42,5)	(38,6)
Recebimento por vendas de ativos imobilizados	0,0	0,7
<b>Fluxo de caixa aplicado em atividades de investimento</b>	<b>(134,8)</b>	<b>(54,2)</b>
Custos de transação de empréstimos/debêntures	(0,1)	(0,2)
Pagamento do principal dos empréstimos	(40,2)	(20,0)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(56,2)	(28,4)
Pagamento do principal e juros de arrendamentos	(132,3)	(128,6)
Recuperação de ações	(36,0)	0,0
<b>Fluxo de caixa originado das (consumido pelas) atividades de financiamento</b>	<b>(264,9)</b>	<b>(177,1)</b>
Aumento (redução) líquido(a) de caixa e equivalentes de caixa	(210,3)	(138,5)

# 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 618 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.