

Release de resultados

# 3T24



**Videoconferência de Resultados**

Data: 07/11/2024 (Português/Inglês)

Brasília: 11:00h | Nova York: 09:00h | Londres: 14:00h

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

**CEAB**  
B3 LISTED NM  
**SMLL B3**

**ISE B3**  
**IBRA B3**

**IGC-NM B3**  
**ITAG B3**

**IGC B3**  
**ICON B3**

**IDIVERSA B3**  
**IGPTWB3**

# Destques 3T24

## C&A continua com crescimento forte e consistente em Vestuário de 18,6% no 3T24

13º trimestre consecutivo de expansão de margem bruta de vestuário



SSS de Vestuário cresceu

**18,9%** no 3T24 e venda por m<sup>2</sup> aumentou **19%** no período.



Margem bruta de Vestuário de

**55,1%**, aumento de **1,0 p.p.** em relação ao 3T23



Aumento de **4,4 p.p.** na **margem EBITDA ajustada<sup>2</sup>** pós-IFRS16, atingindo

**17,6%**



C&A Pay tem resultado de **R\$ 17,8 milhões** e atinge base de **+6,5 milhões de clientes**



Lucro líquido ajustado de **R\$ 52 milhões**



Dívida líquida sobre EBITDA de

**1,0x** no 3T24, vs. 2,9x no 3T23<sup>3</sup>



Investimentos em **CAPEX** totalizam **R\$ 81,2 milhões**, aumento de **73,5%** vs 3T23 com foco no Energia C&A



**Expansão da base de clientes em 11%** no 3T24 vs o mesmo período do ano passado



**Ingresso na carteira IDIVERSA** da B3, o primeiro índice focado em diversidade na América Latina

(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) Inclui o compromisso com Bradescard.

# Destques 3T24

## Resultados Consolidados

Indicadores (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
Receita líquida consolidada	1.799,8	1.542,7	16,7%	5.084,4	4.426,2	14,9%
Receita líquida de vestuário	1.514,5	1.276,9	18,6%	4.223,8	3.594,0	17,5%
Vendas em mesmas lojas - vestuário (SSS) <sup>1</sup> (%)	18,9%	12,5%	6,4 p.p.	17,5%	5,6%	11,9 p.p.
Vendas em mesmas lojas - mercadorias (SSS) <sup>1</sup> (%)	16,1%	9,1%	7,0 p.p.	13,5%	2,5%	11,0 p.p.

(R\$ Milhões)	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
Lucro bruto consolidado	978,5	797,2	22,7%	2.774,7	2.301,1	20,6%
Margem bruta consolidada (%)	54,4%	51,7%	2,7 p.p.	54,6%	52,0%	2,6 p.p.
Margem bruta - vestuário (%)	55,1%	54,1%	1,0 p.p.	55,7%	54,7%	1,0 p.p.
Margem bruta - mercadorias (%)	52,7%	50,4%	2,3 p.p.	52,7%	50,3%	2,4 p.p.
Despesas operacionais <sup>2</sup>	(634,3)	(540,8)	17,3%	(1.807,4)	(1.594,3)	13,4%

(R\$ Milhões)	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
EBITDA ajustado <sup>3</sup> (pós-IFRS16)	316,0	203,6	55,2%	856,0	562,7	52,1%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS16) (%)	17,6%	13,2%	4,4 p.p.	16,8%	12,7%	4,1 p.p.

(R\$ Milhões)	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	42,8	(44,2)	-	197,5	(166,3)	-
Lucro (prejuízo) líquido ajustado <sup>4</sup>	52,0	(55,1)	-	48,8	(179,6)	-
Investimentos	81,2	46,8	73,5%	172,1	152,3	13,0%

(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 e 4) 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.

# Mensagem da Administração

A C&A obteve sólido desempenho no 3T24, demonstrando a mesma consistência apresentada nos últimos trimestres. Isso nos dá confiança de que estamos na direção certa. As vendas de vestuário em mesmas lojas apresentaram crescimento de 18,9%, sendo o quinto trimestre consecutivo com crescimento de dois dígitos, apesar da forte base de comparação de 12,5% no mesmo período do ano passado.

As divisões do Feminino e Masculino apresentaram os desempenhos mais robustos e o fortalecimento das outras divisões já vem mostrando resultados, com todas as categorias registrando crescimento substancial nas vendas quando comparado ao mesmo período do ano passado.

Nosso modelo de desenvolvimento de produtos com velocidade e capacidade de escalar rapidamente a partir de testes, aliado a performance dos produtos de inverno, sustentaram o desempenho da C&A neste período. Além disso, a entrada dos produtos de alto verão foi bem aceita pelas clientes e também contribuiu para o resultado do trimestre.

Esse desempenho resulta, também, do nosso foco na execução das iniciativas contempladas na Estratégia Energia C&A, concentradas em três pilares: Produto, Jornada Omni e Gestão do relacionamento com clientes. São iniciativas já definidas e que serão implementadas até 2026 e buscam aumentar a relevância dos nossos produtos, a eficiência das nossas operações e fortalecer a conexão com nossas clientes.

Neste trimestre, os principais avanços foram as ações de fortalecimento nas categorias de produto, intensificação da digitalização e capacidade analítica dos processos-chave, revisão da jornada em lojas e avanço na integração do on-line e off-line, sendo os principais destaques:

O desenvolvimento do Projeto Dispersão, que visa implementar iniciativas customizadas de aumento da produtividade de vendas por loja, também contribuiu para o desempenho no trimestre. São ondas de 25 lojas por trimestre, e ao final de setembro estávamos com 75 lojas dentro do programa. Os resultados já são visíveis no aumento das vendas destas lojas, particularmente nas lojas de maior poder aquisitivo. Também temos obtido bons resultados em algumas reformas de lojas que visam gerar conhecimento e aprendizados para a concepção de um novo conceito de loja que será lançado em 2025.

O aprimoramento da Jornada Omni vem contribuindo para o aumento da conversão de vendas em todos os canais e para o aumento no NPS em 5 p.p. no 3T24, resultando em uma expansão significativa da nossa base de clientes. Nosso app teve aumento de Monthly Active Users (MAU) de 120% se comparado ao mesmo período de 2023, sendo o app de moda brasileiro com mais downloads no mês de setembro. Todas essas conquistas são resultado das iniciativas que temos implementado para evoluir na percepção de valor dos nossos produtos e na melhoria do nível de serviços.

Os bons resultados que temos alcançado evidenciam a força e a preferência da marca C&A junto às clientes. Neste trimestre, conquistamos o 1º lugar na categoria Lojas de Roupas da lista das “Marcas que mais conquistaram o Brasil”, desenvolvida pela Eglobal Business e divulgada pelo veículo Meio & Mensagem.

Na frente ASG, a C&A ingressou na carteira do IDIVERSA B3, o primeiro índice focado em diversidade da América Latina. Assim, passamos a fazer parte de um seleto grupo de empresas que estimulam não só uma sociedade mais justa, mas também a diversidade como tese de investimento.

Além disso, a C&A recebeu o selo GPTW (Great Place to Work) e pela primeira vez em sua história entrou para a lista nacional das 20 maiores empresas reconhecidas pelo selo como melhores empresas para trabalhar. Uma importante conquista para a Companhia que reforça seu compromisso com a criação de um ambiente de trabalho cada vez mais inclusivo, diverso e sustentável.

Por fim, iniciamos o 4T24 com o lançamento do novo posicionamento da marca: “A gente se encontra na C&A”, que celebra o encontro de cada cliente com a moda, consigo mesma e com a C&A. Assim, estamos preparados e confiantes para oferecer às nossas clientes uma proposta de produtos de moda competitiva, com qualidade, criatividade e design nos eventos de Natal e Ano Novo e iniciar o 2025 com Energia total.

**Administração C&A Modas S.A.**



# Desempenho Financeiro

# Receita líquida

Receita líquida (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
Vestuário	1.514,5	1.276,9	18,6%	4.223,8	3.594,0	17,5%
Eletrônicos e Beleza	162,8	173,3	-6,0%	490,2	562,8	-12,9%
<b>Receita líquida de mercadorias</b>	<b>1.677,3</b>	<b>1.450,2</b>	<b>15,7%</b>	<b>4.714,0</b>	<b>4.156,8</b>	<b>13,4%</b>
Outras receitas	9,9	6,3	56,4%	26,3	16,1	63,4%
Receita de serviços financeiros <sup>1</sup>	112,6	86,2	30,7%	344,1	253,3	35,8%
<b>Receita líquida consolidada</b>	<b>1.799,8</b>	<b>1.542,7</b>	<b>16,7%</b>	<b>5.084,4</b>	<b>4.426,2</b>	<b>14,9%</b>

Desempenho das vendas em mesmas lojas (SSS) <sup>2</sup> (%)	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
Vestuário	18,9%	12,5%	6,4 p.p.	17,5%	5,6%	11,9 p.p.
Eletrônicos e Beleza	-4,3%	-10,8%	6,5 p.p.	-11,8%	-13,7%	1,9 p.p.
<b>Vendas em mesmas lojas - mercadorias (SSS)<sup>2</sup> (%)</b>	<b>16,1%</b>	<b>9,1%</b>	<b>7,0 p.p.</b>	<b>13,5%</b>	<b>2,5%</b>	<b>11,0 p.p.</b>

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

(2) 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 foi de R\$1.514,5 milhões, um expressivo crescimento de 18,6% em relação ao 3T23. Assim como nos trimestres anteriores, a Companhia observou um desempenho de vendas superior nas lojas high e conceito, cujo perfil de renda é mais alto que nas lojas pop e superpop.

Os produtos de inverno tiveram uma maior participação neste trimestre em função das temperaturas mais baixas em julho e agosto. Adicionalmente, a coleção de ano todo continuou com uma performance forte e a entrada de novos produtos em setembro foi bem recebida pelas clientes.

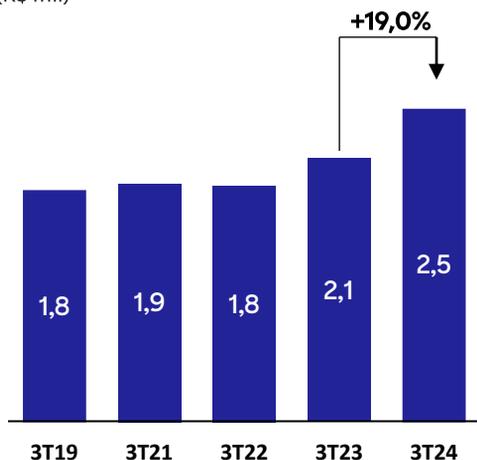
Esse desempenho é resultado dos processos que compõem o Hub de Inteligência Comercial, uma ferramenta integrada ao planejamento comercial. Adicionalmente, o método de Test & Learn para desenvolvimento e dimensionamento da volumetria de produtos tem aumentado a receptividade dos produtos, a Gestão de Produtos Contínuos (Básicos), a Precificação Dinâmica e o avanço do Push and Pull nos produtos intermediários também contribuíram para esta desempenho.

Também, houve avanço no projeto Dispersão, com o início da terceira onda de 25 lojas, totalizando 75 lojas dentro do programa. Na primeira onda, temos observado um crescimento de dois dígitos superiores à média do crescimento que a Companhia vem apresentando.

Com isso, a C&A continuou demonstrando consistência na entrega de resultados e as vendas em mesmas lojas (SSS) de vestuário atingiram 18,9%, um robusto crescimento de 6,4 p.p. comparado ao 3T23, período no qual a C&A tinha registrado um forte SSS de 12,5% na categoria.

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

(R\$ mil)<sup>1</sup>



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

**+18,6%**

aumento de receita de  
Vestuário vs. 3T23



# Receita líquida

## Eletrônicos e Beleza

A categoria de produtos de Beleza mais uma vez registrou um robusto aumento de 64% na receita quando comparado ao 3T23 e compensou parcialmente a queda de 24% na categoria de Eletrônicos, resultante da estratégia de fechamento gradual de quiosques de venda de celulares que deverá ocorrer até 2025.

Com isso, a receita líquida de Eletrônicos e Beleza no 3T24 foi de R\$162,8 milhões, uma diminuição de 6% em relação ao mesmo período do ano passado.



## Mercadorias

A receita líquida de mercadorias totalizou R\$ 1.677,3 milhões, importante aumento de 15,7% em relação ao 3T23, visto que a redução nas vendas de Eletrônicos foi mais do que compensada pelo crescimento das vendas de Vestuário e de produtos de Beleza.

As vendas de mercadorias em mesmas lojas (SSS - Same Store Sales) registraram um aumento de 16,1% no 3T24, 7,0 p.p. acima do registrado em 3T23, período em que o SSS de mercadorias foi de 9,1%.

## Outras receitas

A rubrica de outras receitas foi de R\$ 9,9 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\$112,6 milhões no trimestre, um expressivo crescimento de 30,7%. Neste período, o C&A Pay, operação de crédito private label da C&A, teve participação de 25,3% nas vendas do varejo.

## Site & App

Site & App (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
Receita líquida de mercadorias (site + app)	94,6	62,9	50,4%	250,9	193,4	29,7%
<b>Receita líquida de mercadorias (site + app) / receita de mercadorias (%)</b>	<b>5,6%</b>	<b>4,3%</b>	<b>1,3 p.p.</b>	<b>5,3%</b>	<b>4,7%</b>	<b>0,7 p.p.</b>

No 3T24, a receita líquida de mercadorias proveniente das vendas do site e do aplicativo da C&A registrou um substancial crescimento de 50,4% quando comparado ao 3T23 e atingiu R\$94,6 milhões. A penetração do canal na receita de mercadorias aumentou em 1,3 p.p., correspondendo a 5,6% das vendas.

O digital da C&A tem ancorado seu crescimento em quatro frentes: (i) integração da jornada On e Off; (ii) maior crescimento de visitas no site e ap.p. (+64% vs LY no 3T24); e (iii) melhoria na experiência da cliente com novas funcionalidades.

O aplicativo teve um MAU de 3,75 milhões, equivalente a um aumento de +120% vs o ano passado no mês de setembro, sendo o app de moda brasileiro mais baixado e (iv) melhoria constante no resultado do NPS, fruto de um trabalho consistente da operação digital.



# Lucro bruto e margem bruta

Lucro bruto e margem bruta (R\$ Milhões e %)	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
Vestuário	833,9	690,8	20,7%	2.354,5	1.966,1	19,8%
Margem bruta (%)	55,1%	54,1%	1,0 p.p.	55,7%	54,7%	1,0 p.p.
Eletrônicos e Beleza	49,6	39,7	24,9%	131,1	126,4	3,8%
Margem bruta (%)	30,5%	22,9%	7,5 p.p.	26,8%	22,5%	4,3 p.p.
<b>Lucro bruto de mercadorias</b>	<b>883,5</b>	<b>730,5</b>	<b>20,9%</b>	<b>2.485,7</b>	<b>2.092,5</b>	<b>18,8%</b>
<b>Margem bruta de mercadorias (%)</b>	<b>52,7%</b>	<b>50,4%</b>	<b>2,3 p.p.</b>	<b>52,7%</b>	<b>50,3%</b>	<b>2,4 p.p.</b>
Outras	(17,5)	(19,2)	-8,9%	(54,6)	(43,9)	24,6%
Serviços financeiros	112,5	85,9	30,9%	343,6	252,5	36,1%
<b>Lucro bruto consolidado</b>	<b>978,5</b>	<b>797,2</b>	<b>22,7%</b>	<b>2.774,7</b>	<b>2.301,1</b>	<b>20,6%</b>
<b>Margem bruta consolidada (%)</b>	<b>54,4%</b>	<b>51,7%</b>	<b>2,7 p.p.</b>	<b>54,6%</b>	<b>52,0%</b>	<b>2,6 p.p.</b>

O lucro bruto de Vestuário foi de R\$833,9 milhões, um sólido crescimento de 20,7% em relação ao 3T23, com a margem bruta expandindo 1,0 p.p. no período, atingindo 55,1%.

Essa expansão se deve a maior venda de produtos a preço cheio, resultante da proposta comercial assertiva, que cria oportunidades de ajuste na precificação. Isso é possível em função da metodologia de Test & Learn, que identifica e mensura a demanda real das clientes para diferentes categorias de produtos. Além disso, a precificação dinâmica continua evoluindo e contribuindo para otimização das remarcações e oportunidades de construção de margem comercial. O avanço do push and pull para produtos intermediários também teve contribuição para este desempenho.

Nas categorias de Eletrônicos e Beleza, o lucro bruto totalizou R\$49,6 milhões, expressivo aumento de 24,9% comparado ao 3T23, com margem bruta evoluindo robustos 7,5 p.p. no período, ficando em 30,5%.

Com isso, o lucro bruto de mercadorias foi de R\$883,5 milhões, com a margem bruta expandindo 2,3 p.p. atingindo 52,7%. O lucro bruto consolidado foi de R\$978,5 milhões, 22,7% maior que no 3T23, com margem bruta consolidada de 54,4%, expansão de 2,7 p.p. no período.

O desempenho em Vestuário aliado a menor participação de Eletrônicos nas vendas do trimestre, bem como uma evolução no mix de Beleza, resultaram nesta evolução.

**+2,3 p.p.**

de margem bruta de mercadorias vs. 3T23



# Despesas operacionais

Despesas operacionais (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
Despesas com vendas	(469,3)	(411,4)	14,1%	(1.355,0)	(1.218,5)	11,2%
Despesas gerais e administrativas	(165,0)	(129,4)	27,5%	(452,4)	(375,7)	20,4%
Despesas operacionais <sup>1</sup>	(634,3)	(540,8)	17,3%	(1.807,4)	(1.594,3)	13,4%
Outras receitas (despesas) operacionais	(5,7)	14,7	-	98,1	25,9	278,7%
Despesas operacionais totais <sup>2</sup>	(640,0)	(526,2)	21,6%	(1.709,3)	(1.568,4)	9,0%
%	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
Despesas com vendas / receita líquida consolidada	26,1%	26,7%	-0,6 p.p.	26,6%	27,5%	-0,9 p.p.
Despesas G&A / receita líquida consolidada	9,2%	8,4%	0,8 p.p.	8,9%	8,5%	0,4 p.p.
Despesas operacionais <sup>3</sup> / receita líquida consolidada	35,2%	35,1%	0,1 p.p.	35,5%	36,0%	-0,5 p.p.
Despesas operacionais pré-IFRS 16 <sup>3</sup> / receita líquida consolidada	41,7%	42,7%	-1,0 p.p.	42,4%	44,0%	-1,6 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 3T24, as despesas operacionais totalizaram R\$634,3 milhões, aumento de 17,3% em relação ao 3T23. Como percentual da receita líquida, as despesas operacionais apresentaram ligeiro aumento de 0,1 p.p. No conceito pré-IFRS 16, as despesas operacionais cresceram 13,8% em relação ao 3T23, apresentando diluição de 1 p.p..

Totalizando R\$469,3 milhões, as despesas com vendas cresceram 14,1% em relação ao 3T23, com destaque para os investimentos em marketing no âmbito da Estratégia Energia C&A, incluindo o patrocínio ao Rock in Rio 2024. Como percentual da receita líquida, as despesas com vendas tiveram uma melhora de 0,6 p.p..

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$165 milhões, 27,5% acima do 3T23. Esse crescimento decorre principalmente em função do avanço operacional da Companhia, relacionado a: (i) maior provisão de incentivos de curto prazo, devido ao desempenho da C&A ao longo de 2024 e, dado a dinâmica de valorização do preço da ação ao longo do trimestre, houve aumento de provisão de encargos associados aos programas de Incentivo de Longo Prazo; e (ii) maior volume de peças de vestuário processadas e avanço da penetração do Push & Pull para 50% do mix de produtos da Companhia.



# Serviços financeiros

R\$ Milhões	C&A Pay			Parceria			Serviços Financeiros		
	3T24	3T23	Δ%	3T24	3T23	Δ%	3T24	3T23	Δ%
Receita líquida de impostos	114,4	86,7	32,0%	10,1	-0,3	-	124,5	86,4	44,2%
Custo do serviço prestado	(7,8)	0,0	-	(0,2)	(0,3)	-39,5%	(7,9)	(0,3)	2993,6%
<b>Lucro bruto</b>	<b>106,6</b>	<b>86,7</b>	<b>23,0%</b>	<b>10,0</b>	<b>(0,6)</b>	<b>-</b>	<b>116,6</b>	<b>86,1</b>	<b>35,4%</b>
Despesas com vendas	(41,4)	(39,8)	4,0%	(4,6)	(5,6)	-18,8%	(46,0)	(45,5)	1,2%
Despesas gerais e administrativas	(4,5)	(4,7)	-5,2%	(0,0)	(0,1)	-29,4%	(4,5)	(4,8)	-5,5%
Perdas de crédito líquidas de recuperações	(42,9)	(64,2)	-33,2%	0,0	0,0	-	(42,9)	(64,2)	-33,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	0,0	0,0	-	0,0	0,0	-	0,0	0,0	-
<b>(=) Resultado de serviços financeiros</b>	<b>17,8</b>	<b>(22,0)</b>	<b>-</b>	<b>5,4</b>	<b>(6,3)</b>	<b>-</b>	<b>23,2</b>	<b>(28,3)</b>	<b>-</b>
(+) Eliminação do custo de captação	7,8	0,0	-	0,0	0,0	-	7,8	0,0	-
<b>(=) Resultado de serviços financeiros, ex-custo de captação</b>	<b>25,6</b>	<b>(22,0)</b>	<b>-</b>	<b>5,4</b>	<b>(6,3)</b>	<b>-</b>	<b>30,9</b>	<b>(28,3)</b>	<b>-</b>
Depreciação e amortização	(2,4)	(3,7)	-36,1%	(0,5)	(0,7)	-20,5%	(2,9)	(4,3)	-33,8%

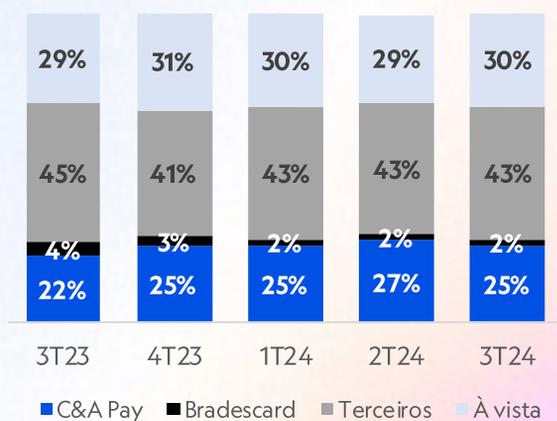
No 3T24, a receita líquida do C&A Pay, operação de private label da C&A, atingiu R\$114,4 milhões, um crescimento de 32% quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

As despesas com vendas do C&A Pay, que correspondem a gastos com pessoal, crédito & cobrança e serviços de atendimento ao cliente, totalizaram R\$41,4 milhões, um crescimento bem inferior ao crescimento da receita da operação, representando uma diluição de 9,7 p.p. comparado ao 3T23, enquanto as despesas gerais e administrativas registraram melhora de 5,2% no mesmo período.

As perdas líquidas de crédito, que incluem as rubricas de provisão para perdas estimadas, recuperações de crédito, acordos comerciais e baixas efetivas (write-off), totalizaram R\$42,9 milhões, uma melhora de 33,2% em relação ao mesmo período do ano passado e em relação a carteira média do período, atingiu 5,3%, uma redução de 3,1 p.p. em relação ao 3T23 e de 2,6 p.p. em relação ao trimestre anterior. Essa evolução advém das melhores safras combinadas a um maior nível de recuperação de crédito.

Com isso, o resultado da operação C&A Pay ficou em R\$17,8 milhões, um expressivo avanço em relação ao 3T23.

## Modalidade de pagamento



## Carteira C&A Pay até 360 dias



# Serviços financeiros

No 3T24, o C&A Pay teve uma participação de 25,3% nas vendas do varejo, 3,0 p.p. maior que no 3T23. Em função do maior crescimento das vendas da C&A nas lojas high e conceito, nas quais a participação do C&A Pay é menor, houve redução de 1,6 p.p. nessa métrica quando comparado ao 2T24. No período, a operação emitiu um total de 486,4 mil novos cartões, uma redução de 16,9% em relação ao 3T23, em função de um maior foco na recorrência e *spending* dos cartões atuais, bem como da evolução do modelo de concessão de crédito, que vem resultando em uma melhor performance das novas safras. O C&A Pay encerrou o 3T24 com uma base de mais de 6,5 milhões de clientes.

C&A Pay	3T24	3T23	Δ%
Carteira ativa 720 dias	1.040,6	724,8	43,6%
Carteira ativa 360 dias	886,9	724,8	22,4%
<b>Participação na venda do varejo</b>	<b>25,3%</b>	<b>22,3%</b>	<b>3,0 p.p.</b>
Cartões novos (mil)	486,4	585,1	-16,9%
Cartões emitidos (mil)	6.578,5	4.182,7	57,3%
<b>Índices de cobertura<sup>1</sup></b>			
sobre vencidos > 90 e 720 dias	99,9%	-	-
sobre vencidos > 90 e 360 dias	103,8%	94,2%	9,6 p.p.

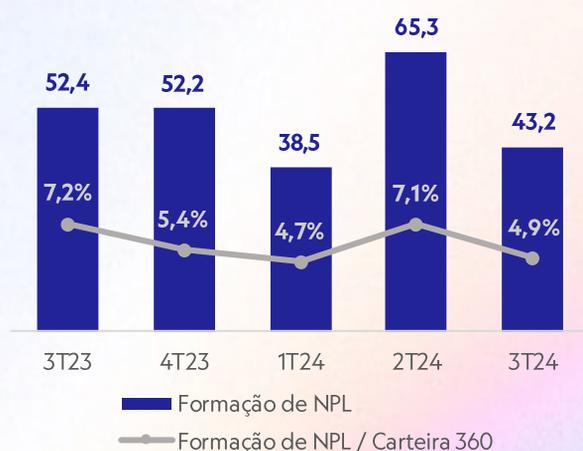
(1) Considera saldos vencidos da carteira por estágio (IFRS-9).

A carteira ativa até 360 dias atingiu um patamar de R\$886,9 milhões, o que representa um aumento de 22,4% em relação ao 3T23. Em relação ao 2T24, houve queda da carteira em função da combinação da menor originação de cartões novos e do maior volume de vendas do 2º trimestre, que é impactado positivamente pelas vendas de Dia das Mães e Dia dos Namorados.

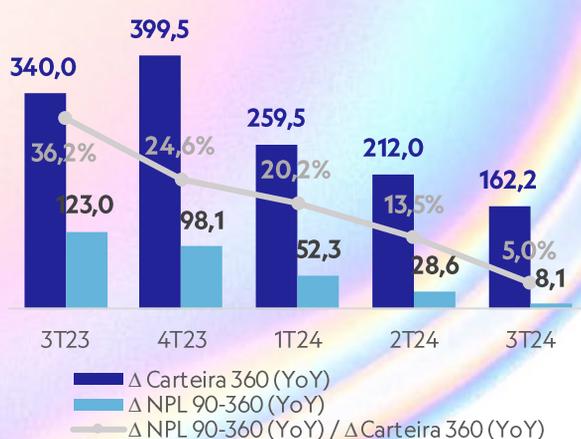
O índice de cobertura sobre vencidos entre 90 e 360 dias atingiu 103,8%, um aumento de 9,6 p.p. em relação ao 3T23. É importante ressaltar que o nível de provisionamento sobre a carteira entre 360 e 720 dias resulta em uma cobertura de 95,3% (+1,0 p.p. em relação ao 2T24) e este saldo de provisão compõe a perda líquida do período.

O saldo de vencidos entre 90 e 360 dias (NPL) atingiu 19,7% da carteira até 360 dias, praticamente estável em relação ao 2T24, embora a carteira tenha tido redução de 3,1% neste período. Em relação ao 3T23, houve importante melhora de 3,3 p.p. nesse índice. A formação de NPL também apresentou importante melhora no comparativo sequencial. Em relação ao 3T23, o índice também registrou significativo avanço, em decorrência da melhor performance da carteira de 2024 com as safras mais recentes. Já o índice de NPL incremental apresenta tendência de queda, atingindo 5%.

## 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 %	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
<b>Lucro (prejuízo) líquido</b>	<b>42,8</b>	<b>(44,2)</b>	-	<b>197,5</b>	<b>(166,3)</b>	-
(+) Impostos sobre o lucro	(7,0)	(38,5)	-81,9%	9,3	(113,2)	-
(+/-) Resultado financeiro líquido	92,1	110,9	-16,9%	197,5	316,5	-37,6%
(+) Depreciação e amortização	167,7	178,7	-6,2%	508,1	528,5	-3,9%
<b>EBITDA (pós-IFRS 16)</b>	<b>295,6</b>	<b>206,9</b>	<b>42,9%</b>	<b>912,4</b>	<b>565,5</b>	<b>61,4%</b>
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais	3,6	2,2	60,6%	(25,3)	4,3	-
(+) Receita financeira de fornecedores	4,1	3,3	23,7%	12,0	6,8	76,0%
(-) Recuperação de créditos fiscais	2,1	(16,9)	-	(72,8)	(30,2)	141,4%
(+) Incentivo de longo prazo	10,6	8,0	32,9%	29,7	16,3	81,7%
<b>EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)</b>	<b>316,0</b>	<b>203,6</b>	<b>55,2%</b>	<b>856,0</b>	<b>562,7</b>	<b>52,1%</b>
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) (%)	17,6%	13,2%	4,4 p.p.	16,8%	12,7%	4,1 p.p.

O EBITDA ajustado pós-IFRS 16 foi de R\$316 milhões, um robusto aumento de 55,2% em relação ao 3T23. Esse valor exclui, entre outros montantes, R\$10,6 milhões de provisões sobre encargos trabalhistas relacionados ao programa de incentivo de longo prazo da Companhia, cuja variação se deve ao aumento do preço da ação da C&A durante este período.

A margem EBITDA ajustada pós-IFRS16 foi de 17,6%, 4,4 p.p. maior que no 3T23.



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

R\$ Milhões e %	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
<b>EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)</b>	<b>316,0</b>	<b>203,6</b>	<b>55,2%</b>	<b>856,0</b>	<b>562,7</b>	<b>52,1%</b>
(+/-) Resultado de serviços financeiros <sup>1</sup>	(30,9)	28,3	-	(75,9)	70,2	-
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16) da operação de varejo	285,1	231,9	22,9%	780,1	633,0	23,3%
<b>Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) da operação de varejo</b>	<b>17,0%</b>	<b>16,0%</b>	<b>1,0 p.p.</b>	<b>16,5%</b>	<b>15,2%</b>	<b>1,3 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\$ 285,1 milhões, com margem de 17,0%, 1,0 p.p. acima do 3T23.

# Resultado financeiro

R\$ Milhões	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
<b>Resultado com derivativos</b>	<b>(4,0)</b>	<b>0,0</b>	-	<b>(4,0)</b>	<b>0,0</b>	-
<b>Varição cambial</b>	<b>5,5</b>	<b>(0,5)</b>	-	<b>(5,5)</b>	<b>1,1</b>	-
Empréstimos	3,6	0,0	-	3,6	0,0	-
Compras	1,8	(0,5)	-	(9,1)	1,1	-
<b>Despesas financeiras</b>	<b>(129,0)</b>	<b>(161,1)</b>	<b>-19,9%</b>	<b>(401,9)</b>	<b>(481,7)</b>	<b>-16,6%</b>
Juros sobre empréstimos	(42,1)	(64,9)	-35,1%	(142,7)	(197,9)	-27,9%
Juros sobre arrendamentos	(35,3)	(40,5)	-12,7%	(110,0)	(118,2)	-6,9%
AVP de juros com fornecedores	(23,2)	(29,5)	-21,4%	(74,7)	(84,8)	-11,8%
Juros com fornecedores - Bradescard	(17,6)	(18,4)	-4,4%	(50,4)	(53,6)	-6,0%
Juros sobre impostos e contingências	(6,6)	(5,0)	31,6%	(17,2)	(16,6)	3,4%
Encargos com antecipação de recebíveis	0,0	(1,0)	-	0,0	(4,1)	-
Outras despesas financeiras	(4,2)	(1,7)	142,8%	(6,8)	(6,6)	4,1%
<b>Receitas financeiras</b>	<b>33,2</b>	<b>48,7</b>	<b>-31,9%</b>	<b>208,7</b>	<b>161,0</b>	<b>29,7%</b>
Receita com juros	13,4	22,4	-40,5%	136,5	71,5	90,9%
Juros sobre aplicações financeiras	15,7	22,9	-31,6%	60,1	82,6	-27,2%
Receita financeira com fornecedor	4,1	3,3	23,7%	12,0	6,8	76,0%
Outras receitas financeiras	0,0	0,0	-50,8%	0,0	0,0	-42,5%
<b>Resultado com títulos e valores mobiliários</b>	<b>2,3</b>	<b>1,9</b>	<b>18,1%</b>	<b>5,2</b>	<b>3,1</b>	<b>67,7%</b>
<b>Resultado financeiro líquido</b>	<b>(92,1)</b>	<b>(110,9)</b>	<b>-16,9%</b>	<b>(197,5)</b>	<b>(316,5)</b>	<b>-37,6%</b>

No 3T24, o resultado financeiro foi uma despesa de R\$92,1 milhões, uma melhora de 16,9% em relação ao mesmo período do ano passado.

As despesas financeiras totalizaram R\$129 milhões, 19,9% menores que no 3T23, com destaque para os juros sobre empréstimos, que tiveram melhora de 35,1% no período, dada a redução de 16,5% na dívida bruta, enquanto que as receitas financeiras totalizaram R\$33,5 milhões, impactadas por uma redução de 40,5% na receita com juros.

## Lucro líquido

Lucro (prejuízo) líquido (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
<b>Lucro (prejuízo) líquido</b>	<b>42,8</b>	<b>(44,2)</b>	-	<b>197,5</b>	<b>(166,3)</b>	-
Margem líquida (%)	2,4%	-2,9%	5,2 p.p.	3,9%	-3,8%	-
Lucro (prejuízo) líquido ajustado <sup>1</sup>	52,0	(55,1)	-	48,8	(179,6)	-
Margem líquida ajustada (%)	2,9%	-3,6%	6,5 p.p.	1,0%	-4,1%	-

(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 3T24, o lucro líquido reportado foi de R\$42,8 milhões, revertendo o resultado registrado no 3T23. A margem líquida obteve crescimento de 5,2 p.p., ficando em 2,4%.

Excluindo principalmente o efeito do incentivo de longo prazo (ILP) de aproximadamente R\$10,6 milhões, o lucro líquido ajustado totalizou R\$52 milhões, uma significativa melhora em relação ao 3T23, com importante aumento de 6,5 p.p. na margem líquida ajustada, a qual ficou em 2,9%.

# Endividamento

R\$ Milhões	3T24	3T23	Δ%
Dívida de curto prazo	299,2	505,1	-40,8%
Dívida de longo prazo	1.136,8	1.215,5	-6,5%
<b>Dívida bruta</b>	<b>1.436,0</b>	<b>1.720,6</b>	<b>-16,5%</b>
Recompra do direito de ofertar produtos e serviços financeiros (Bradescard)	590,3	522,9	12,9%
<b>Dívida bruta total</b>	<b>2.026,3</b>	<b>2.243,5</b>	<b>-9,7%</b>
<b>(-) Caixa, equivalentes de caixa e aplicações financeiras<sup>1</sup></b>	<b>1.148,1</b>	<b>918,9</b>	<b>24,9%</b>
<b>(=) Caixa (dívida) líquido</b>	<b>(878,1)</b>	<b>(1.324,6)</b>	<b>-33,7%</b>
EBITDA Ajustado pré-IFRS16 (LTM)	904,3	458,0	97,4%
Alavancagem	1,0x	2,9x	-1,9x

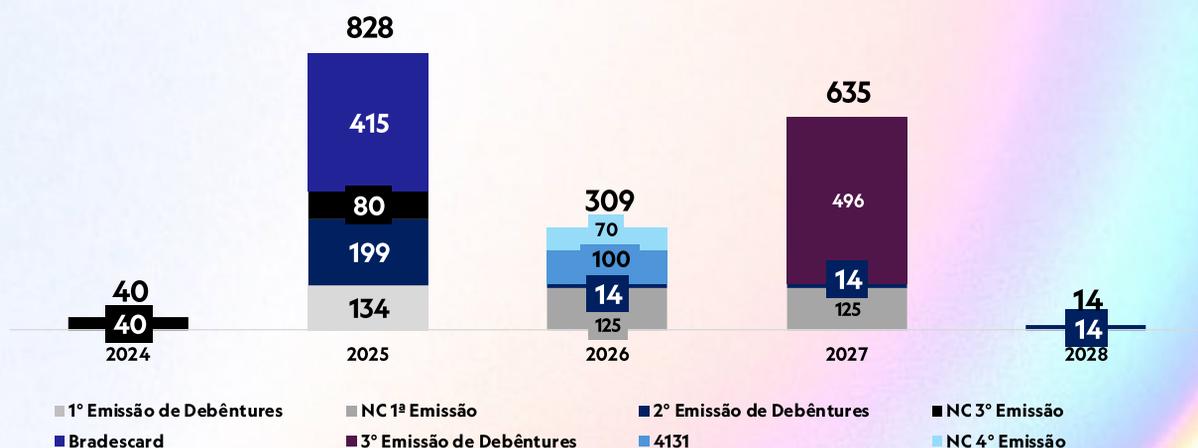
(1) Exclui o efeito da antecipação de recebíveis realizada no 3T23. Não houve esse tipo de operação no 3T24.

Em função da forte geração de caixa, ao final do 3T24, a dívida líquida total da Companhia, que inclui o compromisso de pagamento com o Bradescard, totalizou R\$878,1 milhões, uma redução de 33,7% em comparação ao mesmo período de 2023.

Com as operações feitas ao longo do ano (*Exchange* de debêntures e emissão de Notas Comerciais), houve uma redução de 40,8% na dívida bruta de curto prazo e aumento do *duration* médio de 1,13 anos para 1,47 anos.

A alavancagem da companhia (dívida líquida/EBITDA Ajustado pré-IFRS 16 dos últimos 12 meses) atingiu o importante patamar de 1,0x, uma melhora substancial em relação ao ano anterior.

## Cronograma de Amortização da Dívida (R\$ milhões)



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

# Fluxo de Caixa

## Fluxo de caixa livre ajustado

R\$ Milhões	3T24	3T23	Δ%
<b>Lucro (prejuízo) pré-IFRS16 antes do IR/CSLL</b>	<b>36,6</b>	<b>(75,4)</b>	-
Depreciação e amortização	86,2	93,6	-7,8%
(+/-) Outros	107,8	149,4	-27,9%
<b>Ajustes sem efeito caixa</b>	<b>194,0</b>	<b>243,0</b>	<b>-20,2%</b>
<b>Imposto de renda e contribuição social pagos</b>	<b>(14,2)</b>	<b>(3,8)</b>	<b>277,3%</b>
<b>Capital de giro</b>	<b>124,7</b>	<b>99,2</b>	<b>25,7%</b>
Contas a receber	100,7	20,7	387,7%
Estoques	(94,1)	(64,7)	45,4%
Fornecedores	(44,9)	9,9	-
Outros	162,9	133,3	22,2%
<b>Caixa originado (aplicado) pelas atividades operacionais</b>	<b>341,1</b>	<b>263,0</b>	<b>29,7%</b>
<b>Fluxo de caixa originado (aplicado) em atividades de investimentos</b>	<b>(72,3)</b>	<b>(50,4)</b>	<b>43,6%</b>
<b>(=) Fluxo de caixa livre ajustado</b>	<b>268,8</b>	<b>212,6</b>	<b>26,4%</b>

No 3T24, as atividades operacionais originaram R\$341,1 milhões em caixa, um aumento de 29,7% em relação ao 3T23, o mais alto dos últimos anos para esse período, devido principalmente ao melhor resultado operacional, mesmo com maior necessidade de capital de giro relacionado ao ritmo acelerado de crescimento de vendas.

O fluxo de caixa aplicado em investimentos totalizou R\$72,3 milhões, um aumento de 43,6% 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\$268,8 milhões, 26,4% superior ao do 3T23.

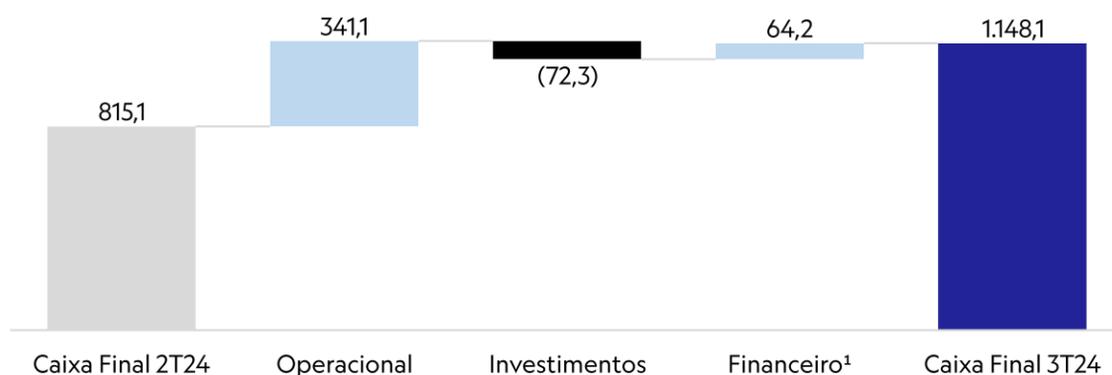
# Fluxo de Caixa

## Movimentação de caixa (R\$ milhões)

Ao final do trimestre, o saldo de caixa e equivalentes aumentou R\$333 milhões em relação a junho de 2024.

As atividades operacionais geraram caixa no valor de R\$341,1 milhões, enquanto que os investimentos totalizaram R\$72,3 milhões. As atividades de financiamento arrecadaram R\$64,2 milhões em função de novos empréstimos e financiamentos.

Com isso, a C&A encerrou o 3T24 com um saldo de caixa e equivalentes de R\$1.148,1 milhões.



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



# Investimentos

Investimentos (R\$ Milhões)	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
Novas lojas	4,1	2,6	58,9%	16,2	26,7	-39,4%
Reformas e modelagens	41,5	7,0	493,2%	62,1	16,7	271,9%
Cadeia de suprimentos	3,1	10,5	-70,0%	5,0	15,6	-67,8%
Digital e tecnologia	32,4	26,7	21,3%	88,8	93,3	-4,9%
<b>Total</b>	<b>81,2</b>	<b>46,8</b>	<b>73,5%</b>	<b>172,1</b>	<b>152,3</b>	<b>13,0%</b>

(1) 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 3T24 foram investidos R\$81,2 milhões, 73,5% acima do 3T23. Desse montante, digital e tecnologia somaram R\$32,4 milhões e os investimentos em novas lojas representaram R\$4,1 milhões. Vale mencionar que a Companhia mapeou oportunidade para abrir duas novas lojas no 4T24 e ao longo de 2024, foram abertas duas novas lojas, uma no shopping Itajaí Shopping Center e uma no North Shopping Barretos.

Reformas e remodelagens totalizaram R\$41,5 milhões, um expressivo crescimento em relação ao mesmo período do ano anterior, impulsionado pelo início do programa de reformas, que tem por objetivo testar atributos para a concepção no novo conceito de loja que será lançado em 2025. No trimestre, foram reinauguradas três lojas sinalizadoras após reformas substanciais, sendo as lojas dos shoppings Ibirapuera, Iguatemi Porto Alegre e Park Shopping Brasília. Mais quatro lojas devem ser reinauguradas ainda em 2024.



Anexos

# EBITDA Ajustado

(Pré-IFRS 16)

R\$ Milhões e %	3T24	3T23	Δ%	9M24	9M23	Δ%
<b>Lucro (prejuízo) líquido</b>	<b>43,6</b>	<b>(39,4)</b>	<b>-</b>	<b>209,4</b>	<b>(154,5)</b>	<b>-</b>
(+/-) Impostos sobre o lucro	(6,7)	(36,0)	-81,4%	15,3	(107,2)	-
(+/-) Resultado financeiro líquido	56,5	70,4	-19,7%	87,3	198,3	-56,0%
(+) Depreciação e amortização	86,2	93,6	-7,8%	261,6	271,8	-3,7%
<b>EBITDA (pré-IFRS 16)</b>	<b>179,6</b>	<b>88,6</b>	<b>102,7%</b>	<b>573,6</b>	<b>208,4</b>	<b>175,3%</b>
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais	3,6	2,2	60,7%	(35,3)	8,4	-
(+) Receita financeira de fornecedores	4,1	3,3	23,7%	12,0	6,8	76,0%
(-) Recuperação de créditos fiscais	2,1	(16,9)	-	(72,8)	(30,2)	141,5%
(+) Incentivo de longo prazo	10,6	8,0	32,9%	29,7	16,3	81,7%
<b>EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)</b>	<b>200,0</b>	<b>85,3</b>	<b>134,6%</b>	<b>507,2</b>	<b>209,8</b>	<b>141,7%</b>
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS 16) (%)	11,1%	5,5%	5,6 p.p.	10,0%	4,7%	5,2 p.p.



# Balço Patrimonial

R\$ Milhões	3T24	4T23
<b>Ativo total</b>	<b>8.776,9</b>	<b>9.417,7</b>
<b>Ativo circulante</b>	<b>4.097,2</b>	<b>4.441,8</b>
Caixa e equivalentes de caixa	949,1	1.155,6
Títulos e valores mobiliários	199,0	191,6
Contas a receber	1.341,3	1.778,4
Estoques	1.160,6	875,2
Tributos a recuperar	393,2	388,5
Derivativos	0,6	0,7
Partes relacionadas	0,1	0,1
Outros ativos	53,3	51,8
<b>Ativo não circulante</b>	<b>4.679,6</b>	<b>4.975,8</b>
Tributos a recuperar	1.163,4	1.197,8
Tributos diferidos	525,2	536,0
Depósitos judiciais	37,9	47,7
Outros ativos	3,6	3,2
Imobilizado	731,5	763,4
Direito de uso - arrendamento mercantil	1.316,7	1.462,9
Intangível	901,4	964,8
<b>Total do passivo e patrimônio líquido</b>	<b>8.776,9</b>	<b>9.417,7</b>
<b>Passivo circulante</b>	<b>3.215,2</b>	<b>3.200,1</b>
Arrendamento mercantil	535,8	501,6
Fornecedores	1.002,4	1.189,2
Obrigações de risco sacado	286,5	364,7
Fornecedores ref. recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	590,3	0,0
Empréstimos	293,8	511,4
Derivativos	5,9	1,4
Obrigações trabalhistas	243,5	231,4
Partes relacionadas	121,0	71,7
Tributos a recolher	87,7	287,2
Outros passivos	48,4	41,5
<b>Passivo não circulante</b>	<b>2.380,9</b>	<b>3.204,8</b>
Arrendamento mercantil	1.038,8	1.209,8
Fornecedores	0,5	11,4
Fornecedores ref. recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	0,0	539,9
Empréstimos	1.136,8	1.176,4
Derivativos - LP	0,0	0,0
Obrigações trabalhistas	21,8	18,7
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	116,6	185,0
Tributos a recolher	15,7	12,4
Outros passivos	50,6	51,2
<b>Patrimônio líquido</b>	<b>3.180,8</b>	<b>3.012,7</b>
Capital social	1.847,2	1.847,2
Ações em tesouraria	(31,3)	(8,5)
Reserva de capital	46,7	49,9
Lucros (prejuízo) acumulados	197,5	0,0
Reserva de lucros	1.124,7	1.124,7
Resultados abrangentes	(4,1)	(0,6)

# DRE

R\$ Milhões	3T24	3T23	Δ%
<b>Receita operacional líquida</b>	<b>1.799,8</b>	<b>1.542,7</b>	<b>16,7%</b>
Vestuário	1.514,5	1.276,9	18,6%
Eletrônicos e Beleza	162,8	173,3	-6,0%
Receita líquida de mercadorias	1.677,3	1.450,2	15,7%
Outras receitas	9,9	6,3	56,4%
Receita varejo	1.687,2	1.456,5	15,8%
Serviços financeiros	112,6	86,2	30,7%
<b>Custo de mercadorias/serviços</b>	<b>(821,3)</b>	<b>(745,4)</b>	<b>10,2%</b>
<b>Lucro bruto</b>	<b>978,5</b>	<b>797,2</b>	<b>22,7%</b>
Vestuário	833,9	690,8	20,7%
Eletrônicos e beleza	49,6	39,7	24,9%
Lucro bruto de mercadorias	883,5	730,5	20,9%
Lucro bruto outras	(17,5)	(19,2)	-8,9%
Lucro bruto varejo	866,0	711,3	21,7%
Lucro bruto de serviços financeiros	112,5	85,9	30,9%
<b>(Despesas) e receitas operacionais</b>	<b>(850,6)</b>	<b>(769,1)</b>	<b>10,6%</b>
Gerais e administrativas	(165,0)	(129,4)	27,5%
Vendas	(469,3)	(411,4)	14,1%
Depreciação e amortização	(167,7)	(178,7)	-6,2%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(5,7)	14,7	-138,6%
Perdas em créditos, líquidas	(42,9)	(64,2)	-33,2%
<b>Lucro antes das receitas e despesas financeiras</b>	<b>128,0</b>	<b>28,2</b>	<b>354,0%</b>
<b>Resultado financeiro</b>	<b>(92,1)</b>	<b>(110,9)</b>	<b>-16,9%</b>
Resultado com derivativos	(4,0)	0,0	-
Variação cambial	5,5	(0,5)	-1284,9%
Total despesas financeiras	(129,0)	(161,1)	-19,9%
Total receitas financeiras	33,2	48,7	-31,9%
Resultado com títulos e valores mobiliários	2,3	1,9	18,1%
<b>Lucro antes dos impostos</b>	<b>35,8</b>	<b>(82,7)</b>	<b>-143,3%</b>
Impostos sobre o lucro	7,0	38,5	-81,9%
<b>Lucro líquido (prejuízo) do exercício</b>	<b>42,8</b>	<b>(44,2)</b>	<b>-196,8%</b>

R\$ Milhões	3T24	3T23
<b>Atividades operacionais</b>		
Lucro (prejuízo) antes dos impostos sobre a renda	206,8	(279,6)
<b>Ajuste para reconciliar o resultado antes dos impostos com o fluxo de caixa:</b>		
Constituição (reversão) de provisão para perdas de crédito esperadas	152,1	171,1
Ajuste ao valor presente do contas a receber e fornecedores	0,5	(12,9)
Despesas com remuneração baseada em ações	10,8	8,6
Constituição de provisão para perda nos estoques	61,7	55,8
Ganho/Reconhecimento de processos tributários, incluindo atualização monetária	(195,2)	(55,7)
Depreciação e amortização	261,6	271,8
Constituição (reversão) de provisão para redução ao valor recuperável do imobilizado, intangível e direito de uso	15,5	(2,2)
Perda na venda ou baixa do imobilizado e intangível	0,6	5,5
Amortização do direito de uso	270,6	281,9
Baixa de arrendamento	(4,4)	(2,6)
Juros sobre arrendamentos	120,2	127,7
Juros sobre empréstimos	142,7	197,9
Juros com fornecedores	50,4	53,6
Variação cambial sobre empréstimos	(3,6)	0,0
Constituição (reversão) de provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(36,0)	21,3
Derivativos	4,0	0,0
Amortização custos de transação de empréstimos	6,0	4,1
Atualização de depósitos judiciais	4,1	(6,9)
Rendimento de aplicação em títulos e valores mobiliários	(11,2)	(0,3)
<b>Variações nos ativos e passivos:</b>		
Contas a receber de clientes	291,3	112,0
Partes relacionadas	49,3	33,4
Estoques	(348,0)	(216,4)
Tributos a recuperar	224,9	230,5
Outros créditos	(1,9)	(22,0)
Títulos e valores mobiliários	3,8	9,1
Depósitos judiciais	1,9	4,8
Fornecedores	(203,5)	(46,4)
Obrigações de risco sacado	(78,2)	(84,1)
Obrigações trabalhistas	8,9	7,1
Outros passivos	2,7	(4,6)
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(28,6)	(16,1)
Tributos a pagar	(127,9)	(174,8)
Impostos de renda e contribuição social pagos	(66,6)	(25,0)
<b>Fluxo de caixa originado das (consumido pelas) atividades operacionais</b>	<b>785,3</b>	<b>646,5</b>
Aquisição de imobilizado	(73,0)	(58,8)
Aquisição de intangível	(99,1)	(122,7)
Recebimento por vendas de ativos imobilizados	0,1	0,6
<b>Fluxo de caixa aplicado em atividades de investimento</b>	<b>(172,0)</b>	<b>(181,0)</b>
Novos empréstimos e emissão de debêntures	659,1	381,4
Custos de transação de empréstimos/debêntures	(2,0)	(5,0)
Pagamento do principal dos empréstimos	(915,8)	(745,4)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(147,6)	(260,6)
Pagamento do principal e juros de arrendamentos	(384,2)	(388,6)
Recompra de ações	(29,3)	(1,7)
<b>Fluxo de caixa originado das (consumido pelas) atividades de financiamento</b>	<b>(819,7)</b>	<b>(1.020,0)</b>
Aumento (redução) líquido(a) de caixa e equivalentes de caixa	(206,5)	(554,5)

# 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.
NPL 90	<i>Non-performing loan</i> , termo que se refere aos créditos concedidos e estão em situação de inadimplência (vencidos) há mais de 90 dias
NPL Formation 90	Acréscimo líquido do saldo vencido entre as faixas de 90 e 360 dias
NPL Incremental	Evolução de portfólio (YoY) vs Evolução do NPL Formation 90 (YoY)
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.p.	Formato de vendas pela internet, no qual os associados C&A interagem com clientes pelo Whatsapp.p..
WMS	Sistema de gerenciamento de armazém, ferramenta de gestão de estoques.

# Sobre a C&A

A C&A é uma empresa de moda focada em propor experiências que vão além do vestir. Fundada em 1841 pelos irmãos Clemens e August na Holanda, a C&A entende e defende a moda como um dos mais fundamentais canais de conexão das pessoas consigo mesmas, com todos à sua volta e, por isso, coloca suas clientes no centro da estratégia. Uma das maiores varejistas de moda do mundo, a C&A chegou ao Brasil em 1976 quando inaugurou a sua primeira loja no shopping Ibirapuera, em São Paulo (SP).

A C&A tem como propósito impactar as pessoas para que sejam o que desejam ser por meio da moda.

Em 30 de setembro de 2024, havia um total de 330 lojas com uma área de vendas total de mais de 615 mil metros quadrados, além do seu E-commerce.

Listada na bolsa brasileira (B3) desde outubro de 2019, a C&A inova a partir da oferta de serviços e soluções digitais e omnicanal, visando ampliar experiência on e offline das clientes.

Com cerca de 15 mil colaboradores em todo o país, a empresa se destaca ainda por oferecer uma moda jovem, inovadora, diversa e inclusiva para mulheres, homens e crianças, além de produtos de beleza. Em dezembro de 2021, lançamos o C&A Pay, nossa oferta direta de crédito para nossos clientes.





**3T24**

**Contatos:**  
**Laurence Gomes | CFO e DRI**

**Juliane Goulart**  
**Pedro Abe**  
**Luanna de Oliveira**