

a gente se
encontra na



Divulgação de resultados

4T24



Destques 4T24 e 2024

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

+14,4%

SSS de vestuário no 4T24 e aumento de 14,2% na venda por m² vs. 4T23

56,6%

Margem bruta vestuário no 4T24, aumento de 0,1 p.p. vs. 4T23

23,3%

Margem EBITDA ajustada pós IFRS-16 no 4T24, +0,3 p.p. vs 4T23

R\$250,1 Mi

Lucro líquido ajustado, no 4T24

R\$975,9 Mi

EBITDA ajustado pré-IFRS-16, +61,1% superior a 2023

0,5x

Dívida líquida/EBITDA em 2024, reduzindo de 1,5x em 2023

+7,6%

Expansão da base de clientes em 2024 vs 2023

+6,8 p.p.

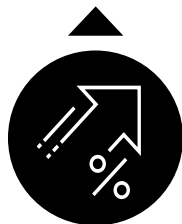
Melhora no NPS de 2024 vs 2023

Destques **operacionais**

Aumento na venda por m²



**Agilidade
operacional**



**Percepção de
valor nas
coleções**



**Hub de
inteligência
comercial**



**Fluxo,
conversão e
ticket médio**



**Jornada
integrada**



**Pragmatismo
na alocação
de capital**

Execução

Estratégia

Energia C&A

energia C&A

Marca e relacionamento

Marca

Novo posicionamento de marca:

“A gente se encontra na C&A”

Crescimento na preferência de marca e consideração de compra

CRM

Lançamento do novo motor de promoção

Desenvolvimento de novas ferramentas analíticas de recomendação e segmentação

Reforço no time de gestão



energia C&A

Produto

Fortalecimento de categorias

Vestuário

Fortalecimento de categorias chave (malharia, lingerie, infantil e Ace)

+100 lojas com nova área jeans

Beleza

Expansão da categoria de beleza

+74,3% nas vendas vs. 4T23

+50 promoções de quiosques

Sourcing

Melhora na qualidade, modelagem e matéria prima

Integração com fornecedores

Sortimento dinâmico

Piloto em **4** categorias

Definição do sortimento por cluster de lojas



energia C&A

Jornada Omni

Relançamento Site & App

Crescimento 93% no MAU

+58% crescimento nas
buscas na *Black Friday*

Reformas

7 sinalizadoras finalizadas
no segundo semestre

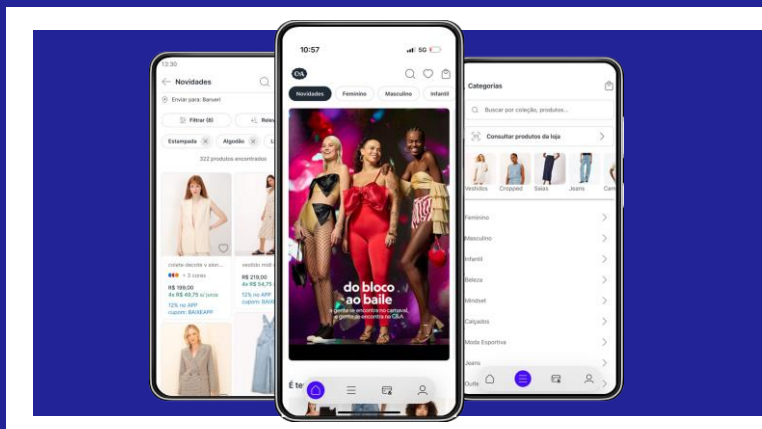
+200 lojas impactadas por
melhorias de categorias

Dispersão

3 ondas, totalizando 75 lojas

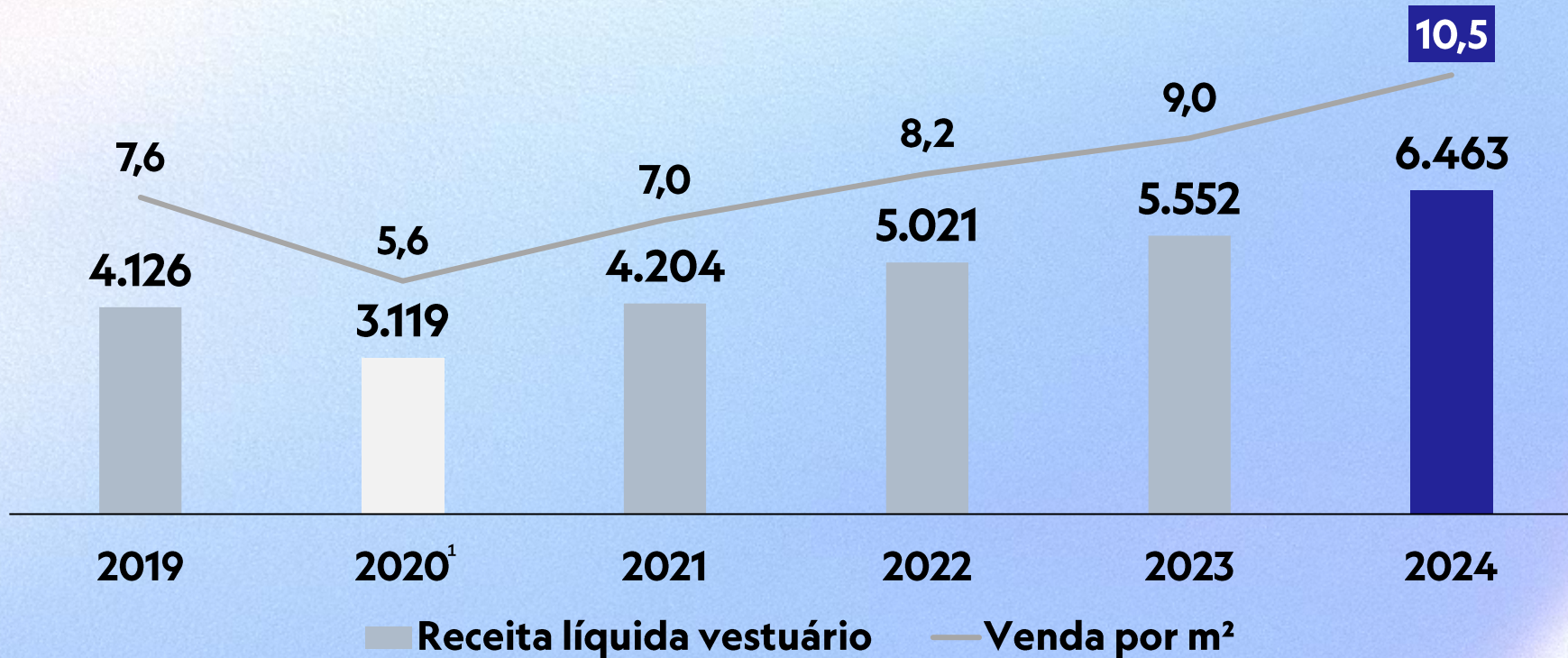
Incremento de venda
de dois dígitos

Aumento da venda por m²



Crescimento consistente em vestuário

R\$ Milhões



CAGR 2 anos (2022-2024): **13,5%**

CAGR 3 anos (2021-2024): **15,4%**

CAGR 5 anos (2019-2024): **9,4%**

CAGR 2 anos (2022-2024): **13,3%**

CAGR 3 anos (2021-2024): **14,1%**

CAGR 5 anos (2019-2024): **6,6%**

Consistência na expansão na venda por m²

Atratividade e aceitação das coleções

Test & Learn

(1) Pandemia

Reconhecimentos

+ 25 premiações em 2024

Carteira IDIVERSA
Carteira IC02
Índices da B3



GPTW
C&A entre as 20 melhores
empresas do Brasil



ECO AMCHAM
Case Jeans Rastreável
por blockchain



**Marca mais amada pelos
brasileiros - 1º lugar no ranking**
Categoria loja de roupas
Ecglobal for Business



Marcas mais
Estadão
Categoria loja de roupas



Preferência de marca
Aumento de 3 p.p. na
preferência de marca





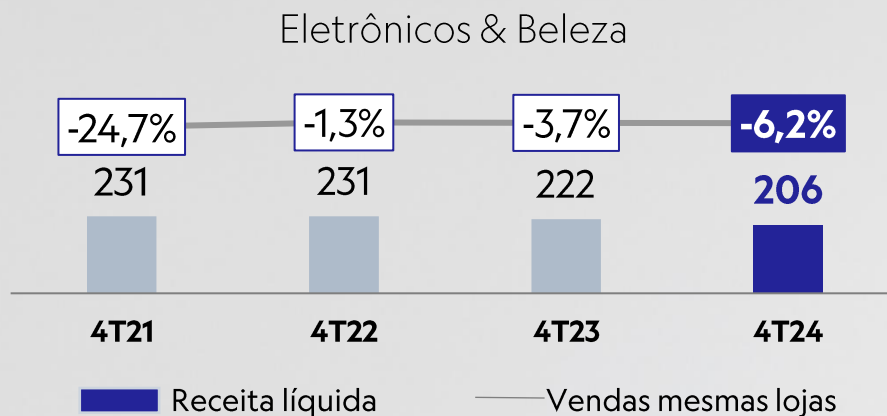
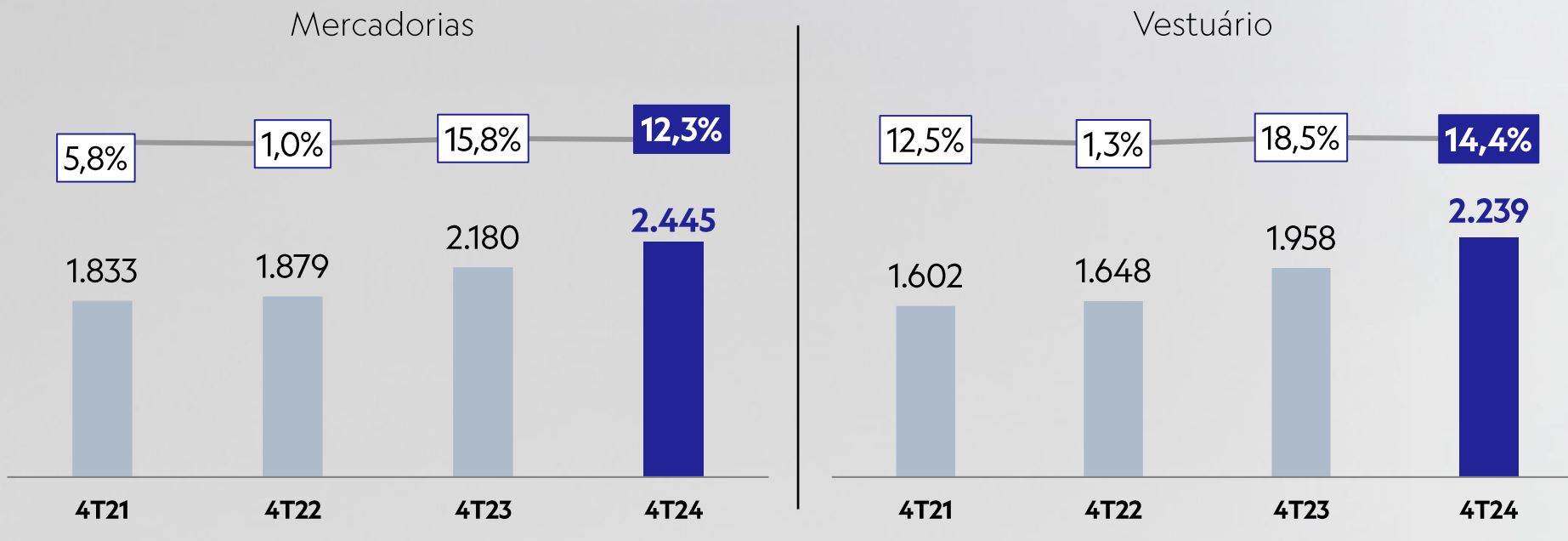
Desempenho
Financeiro

C&A

Receita de **mercadorias**

R\$ Milhões e %

Destaque para o desempenho na Black Friday, lançamento da collab C&A e PatBo e pela boa aceitação das coleções de fim de ano



Aumento de **+74,3%** na receita líquida de beleza

Progressiva descontinuação da categoria de eletrônicos

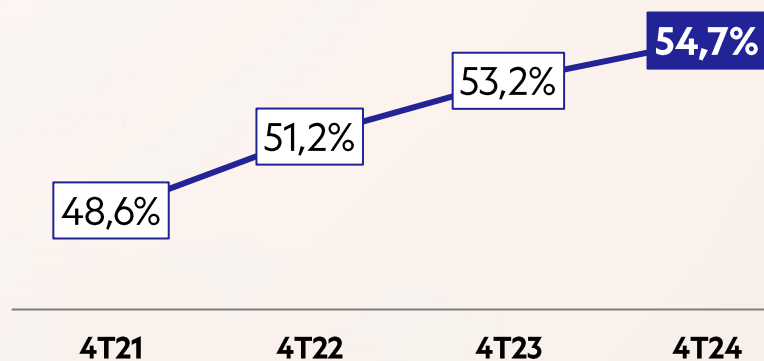


Margem bruta **mercadorias**

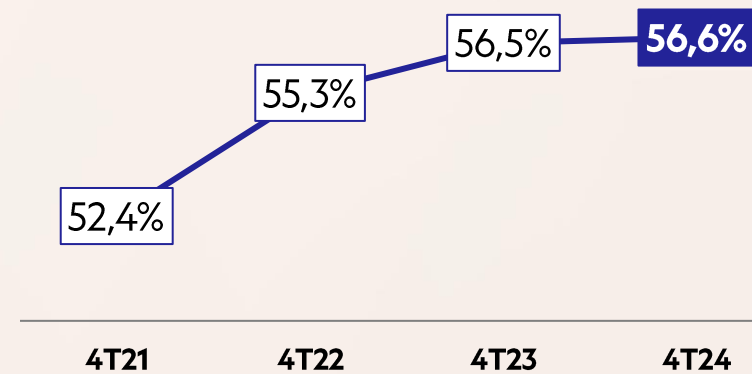
R\$ Milhões e %

Expansão da margem bruta em função da assertividade das coleções, forte aceitação dos produtos e atuação da precificação dinâmica

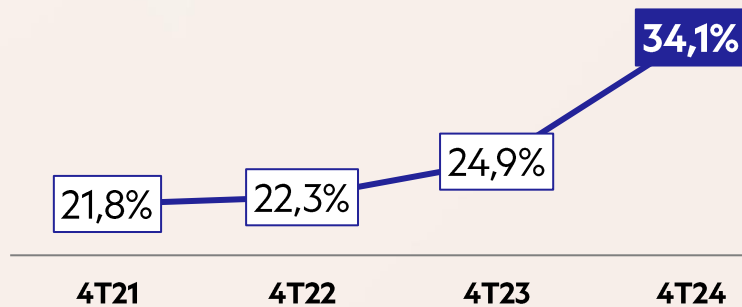
Mercadorias



Vestuário

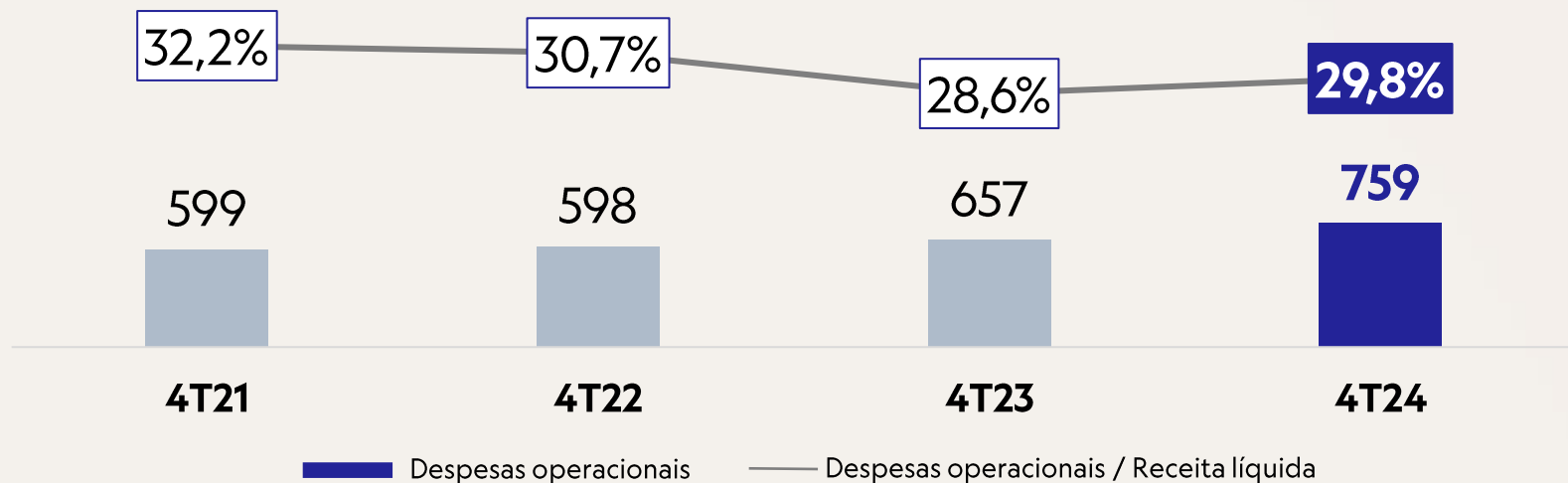


Eletrônicos & Beleza



Disciplina na gestão de despesas operacionais¹

R\$ Milhões e %



Despesas Operacionais pré IFRS-16

701	733	788	884
-----	-----	-----	-----

Despesas Operacionais pré IFRS-16/Receita líquida

37,6%	37,6%	34,4%	34,6%
-------	-------	-------	-------

(1) As despesas consideram o impacto do pagamento do arrendamento mercantil, conforme norma contábil IFRS16, mas desconsidera as despesas de Depreciação e Amortização e a Depreciação de Direito de Uso (Arrendamento), além das despesas com perdas em crédito, líquidas e outras (despesas) receitas operacionais.





R\$1 Bi

Carteira no final do 4T24

~24,3%

De participação nas vendas do varejo, -0,3 p.p. vs. 4T23

12,6%

De redução nas perdas líquidas

3,3 p.p.

Redução no NPL 90 vs. 3T24 e 2,4 p.p. vs 4T23

6,4%

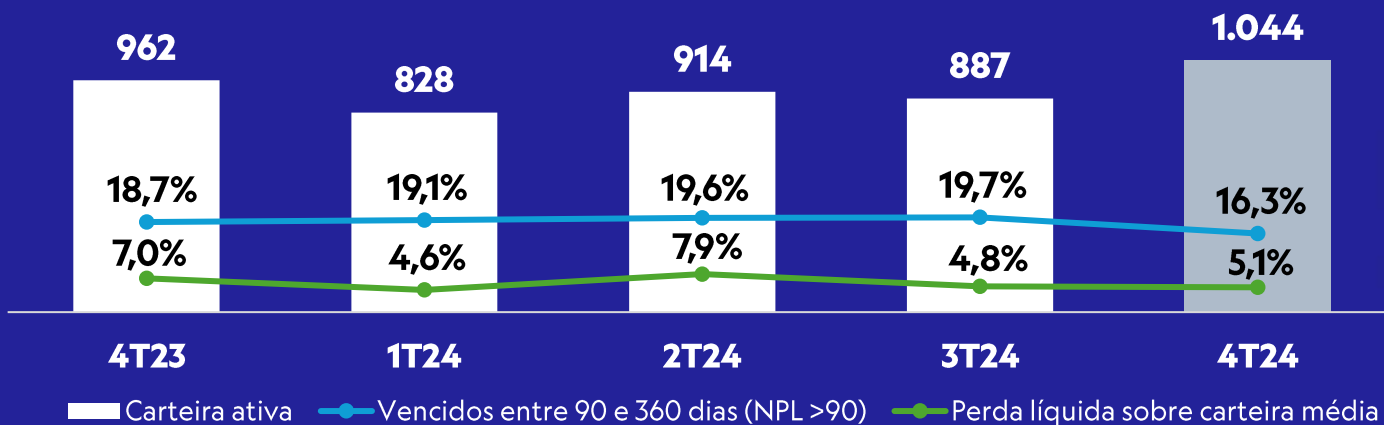
Margem operacional em 2024, atingindo o break-even



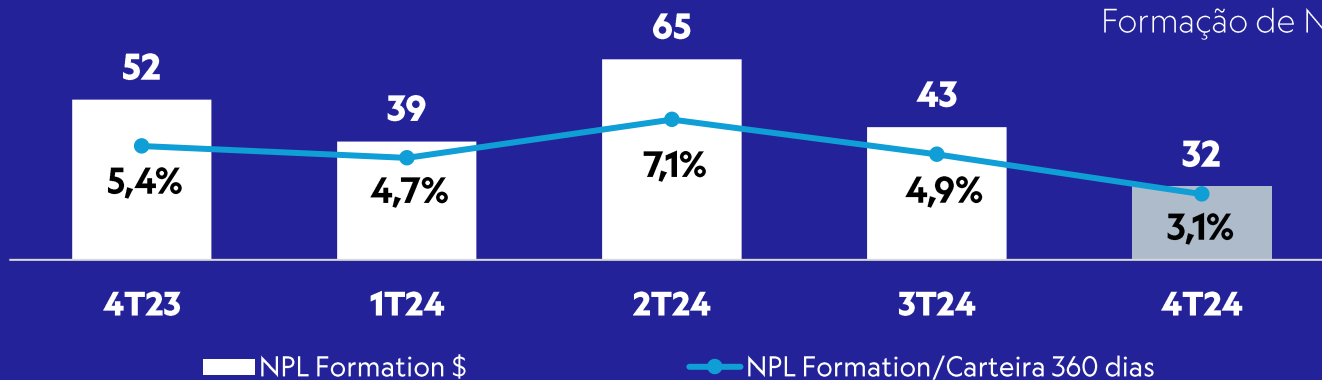
Evolução da carteira e formação de NPL



Carteira do Pay até 360 dias



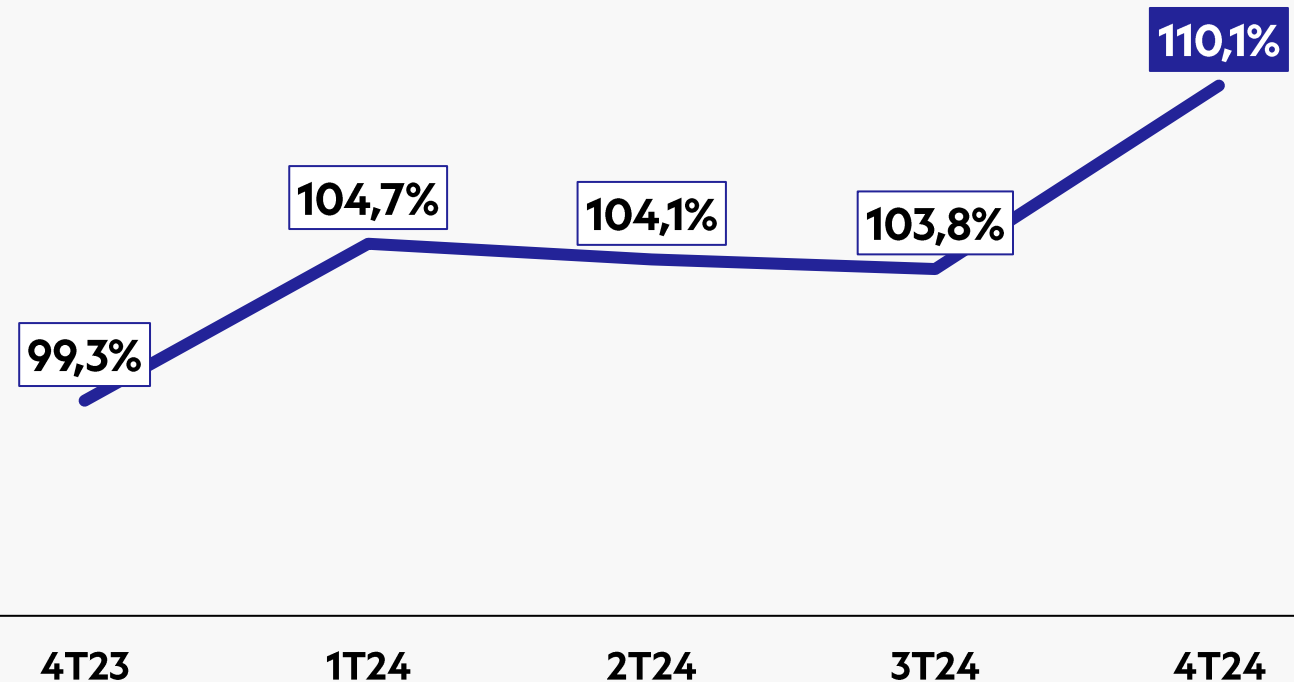
Formação de NPL



Nota 1: NPL Formation considera a variação dos vencidos entre 90-360 dias



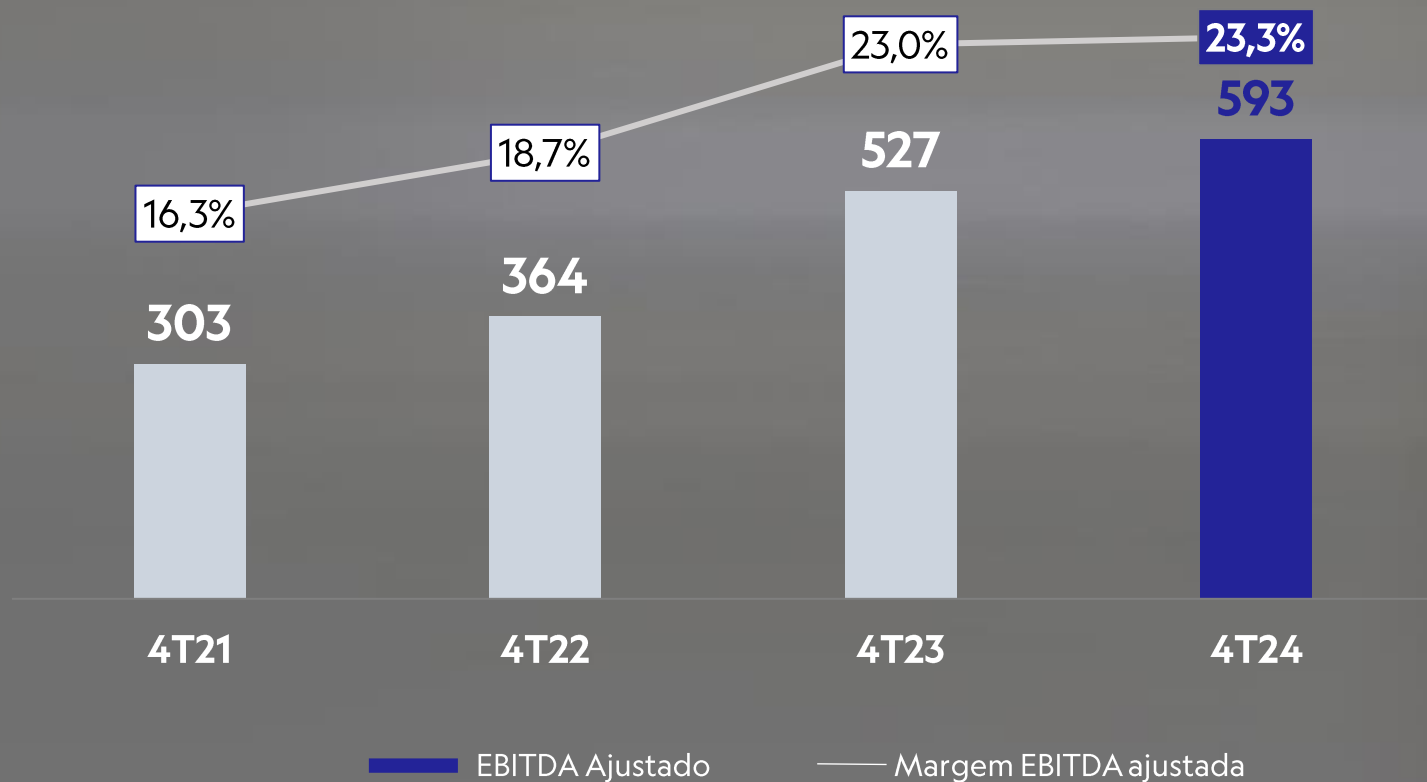
Cobertura sobre vencidos acima de 90 dias (360)



Nota: Cobertura calculada como a razão entre o total da perda estimada e a carteira vencida (IFRS-9) do estágio 3, acima de 90 dias
Valores enquadrados pela resolução 4.966 do BACEN

Avanço do EBITDA ajustado¹ com **expansão de margem**

R\$ Milhões e %



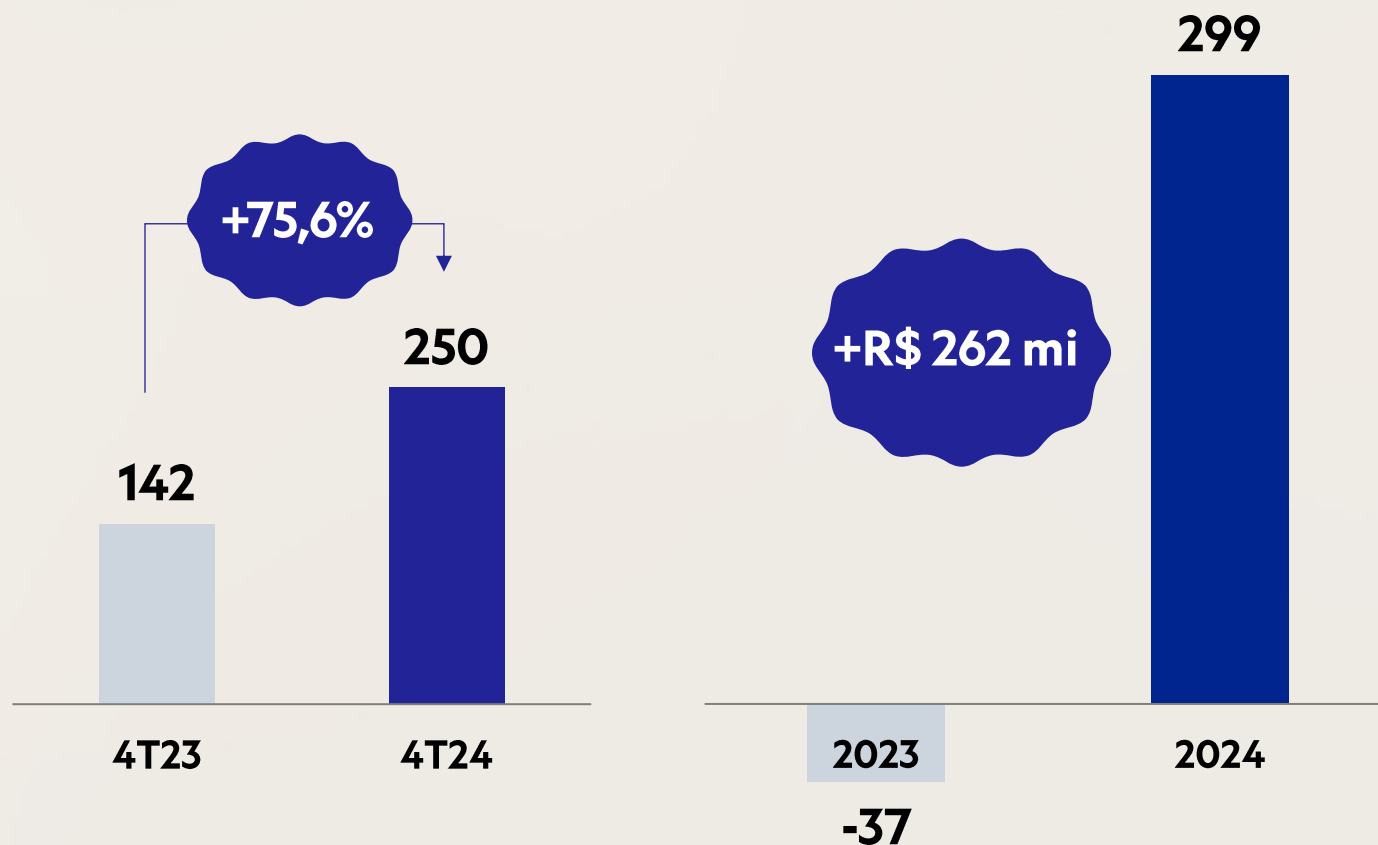
(1) O EBITDA considera o impacto do pagamento do arrendamento mercantil, conforme norma contábil IFRS16 e é ajustado por: (i) outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) receita financeira de fornecedores; (iii) recuperação de créditos fiscais e (iv) Programa de incentivo de longo prazo.



Lucro líquido ajustado¹

Um recorde para um quarto trimestre pós o IPO

R\$ Milhões e %

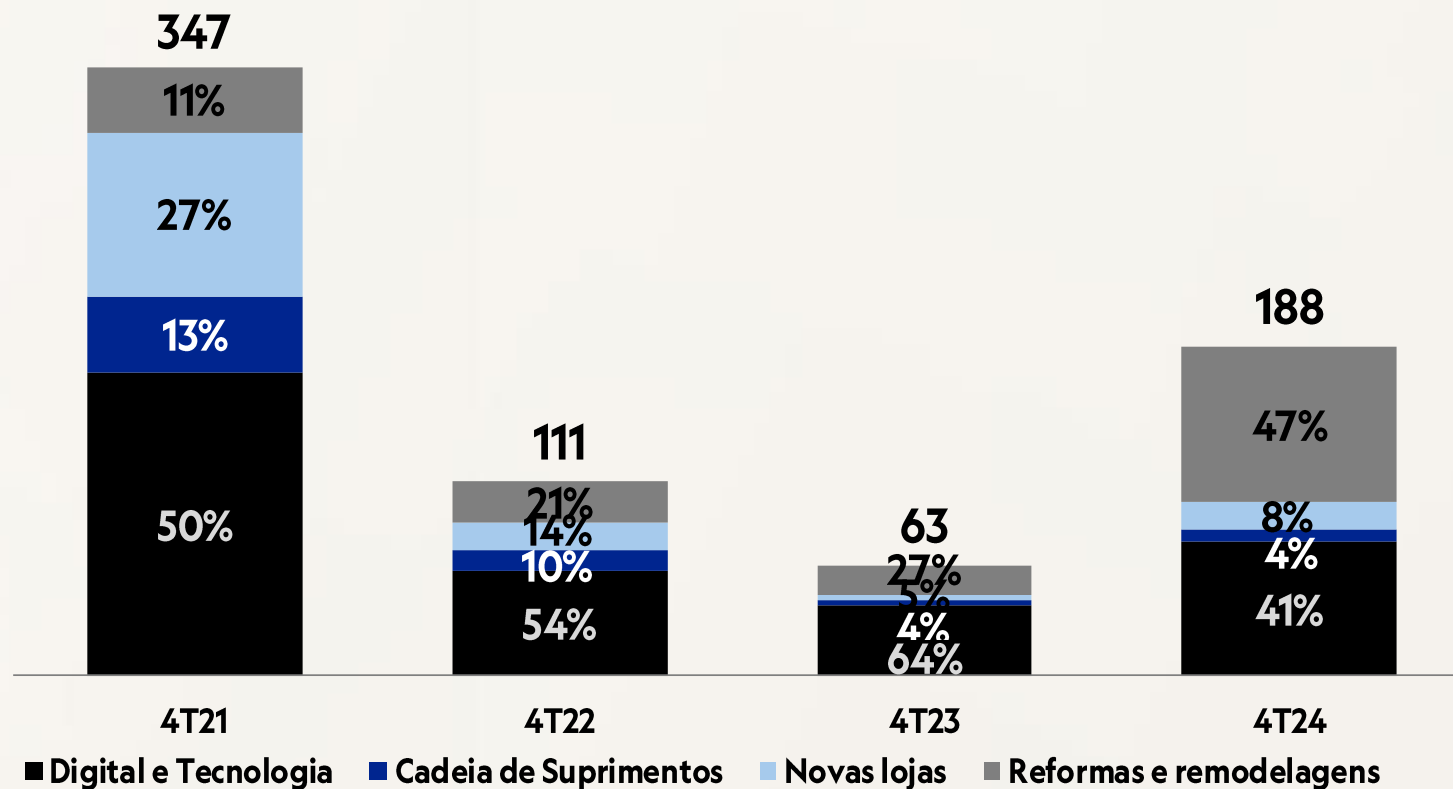


(1) Ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Receitas financeira de fornecedores; (iii) Recuperação de créditos fiscais; e (iv) encargos sociais referentes ao programa de incentivo de longo prazo pago



Investimentos

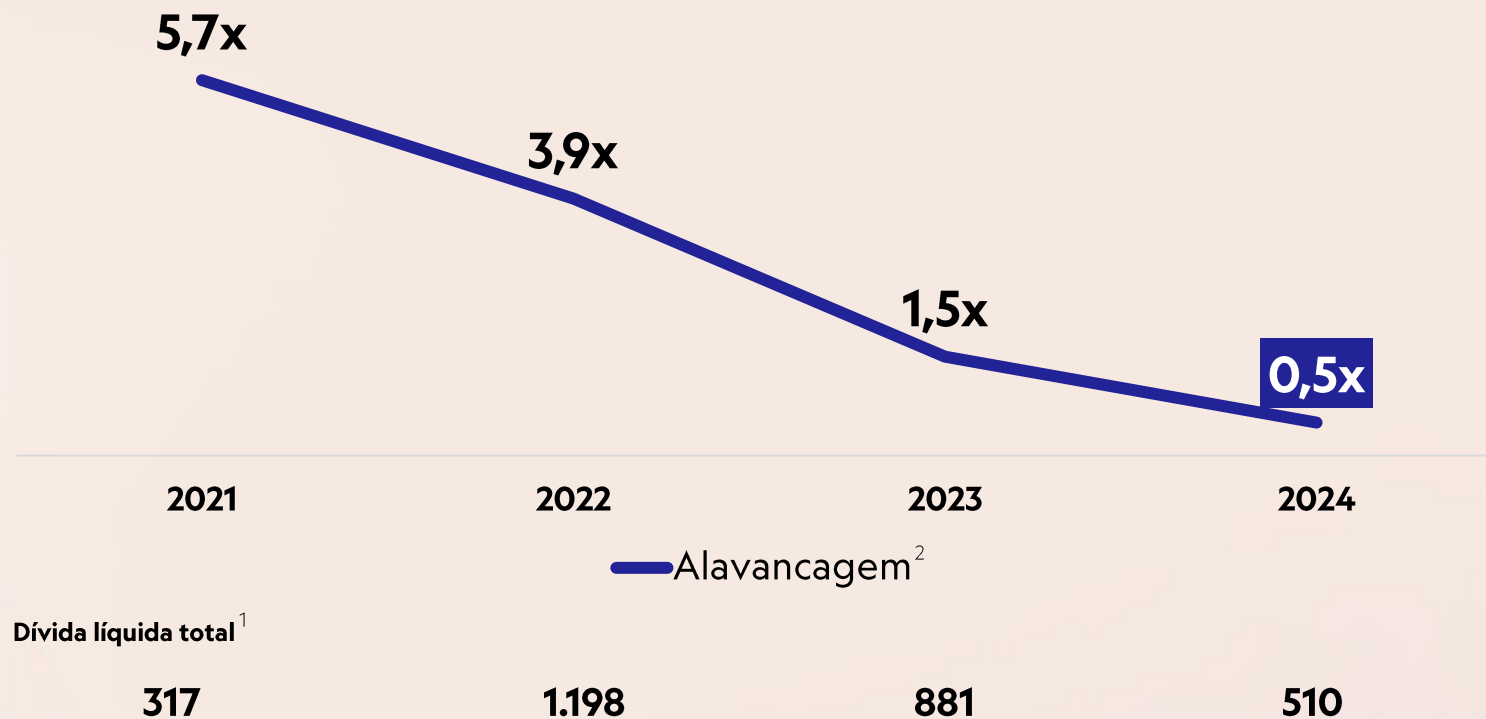
Com foco no Energia C&A



+67,1% em investimentos em CAPEX em 2024, comparado a 2023

Redução da alavancagem

R\$ Milhões



A companhia encerrou o ano com uma robusta posição de caixa e equivalentes de **R\$ 1,6Bi**

Nota 1: dívida líquida total, que inclui o compromisso de pagamento com o Bradescard

Nota 2: medida pela relação dívida líquida sobre EBITDA ajustado pré IFRS-16



a gente se
encontra na

C&A

Perguntas & respostas

Para **perguntas ao vivo por áudio, levante a mão para entrar na fila.** Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela e, então, você deve ativar o seu microfone para fazer perguntas. Orientamos que as perguntas sejam feitas todas de uma única vez.

Ou se preferir, **escreva sua pergunta diretamente no ícone de Q&A** na parte inferior da tela.



RaiseHand



Q&A





Divulgação de resultados

4T24

Contatos:

Laurence Gomes | CFO e DRI

Rogério Ueno

Pedro Abe

Luanna Tomé

ri@cea.com.br

Aviso legal: As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da C&A Modas S.A. são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da Diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas à mudança sem aviso prévio.

We meet
at



Earnings presentation

4Q24

4Q24 and 2024 **Highlights**

C&A continues to experience robust growth in apparel
(+14.4% in 4Q24 and +16.1% for the year)

+14.4%

SSS for apparel in 4Q24 and a 14.2%
increase in sales/m² vs. 4Q23

56.6%

Gross margin for apparel in 4Q24, up 0.1
p.p. vs. 4Q23

23.3%

Adjusted EBITDA margin post IFRS-16 in
4Q24,
+0.3 p.p. vs 4Q23

R\$250.1 Mi

Adjusted net income in 4Q24

R\$975,9 Mi

Adjusted EBITDA pre-IFRS-16, +61.1% higher
than 2023

0.5x

Net debt/EBITDA in 2024, decreasing from
1.5x in 2023

+7,6%

Expansion of the customer base in 2024 vs.
2023

+6.8 p.p.

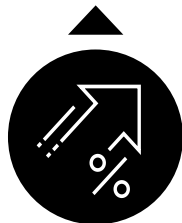
Improvement in NPS for 2024 vs. 2023

Operational Highlights

An increase in sales per m²



Operational agility



Perception of value in the collections



Commercial intelligence hub



Improvement in flow, conversion, and average ticket



Integrated journey



Pragmatism in capital allocation



Strategy
Energia C&A
Execution

energia C&A

Brand & customer relationship

Brand

New brand positioning:

"We met at C&A"

Growth in brand preference and purchase consideration

CRM

Launch of the new promotion engine

Development of new analytical tools for recommendation and segmentation

Strengthening of the management team



energia C&A

Product

Strengthening of categories

Apparel

Strengthening of key categories (knitwear, lingerie, children, and Ace)

+100 Stores with new jeans area

Beauty

Expansion of the beauty category

+74.3% in sales vs. 4Q23

+50 kiosk promotions

Sourcing

Improvement in quality, fit, and raw materials

Integration with suppliers

Dynamic Sourcing

Pilot in **4** categories

Definition of assortment by store cluster



energia C&A

Omni Journey

Re-launch of Site & App

93% growth in MAU

+58% growth in searches
on Black Friday

Renovations

7 signaling projects
completed in the second
half

+200 stores impacted by
category improvements

Dispersion

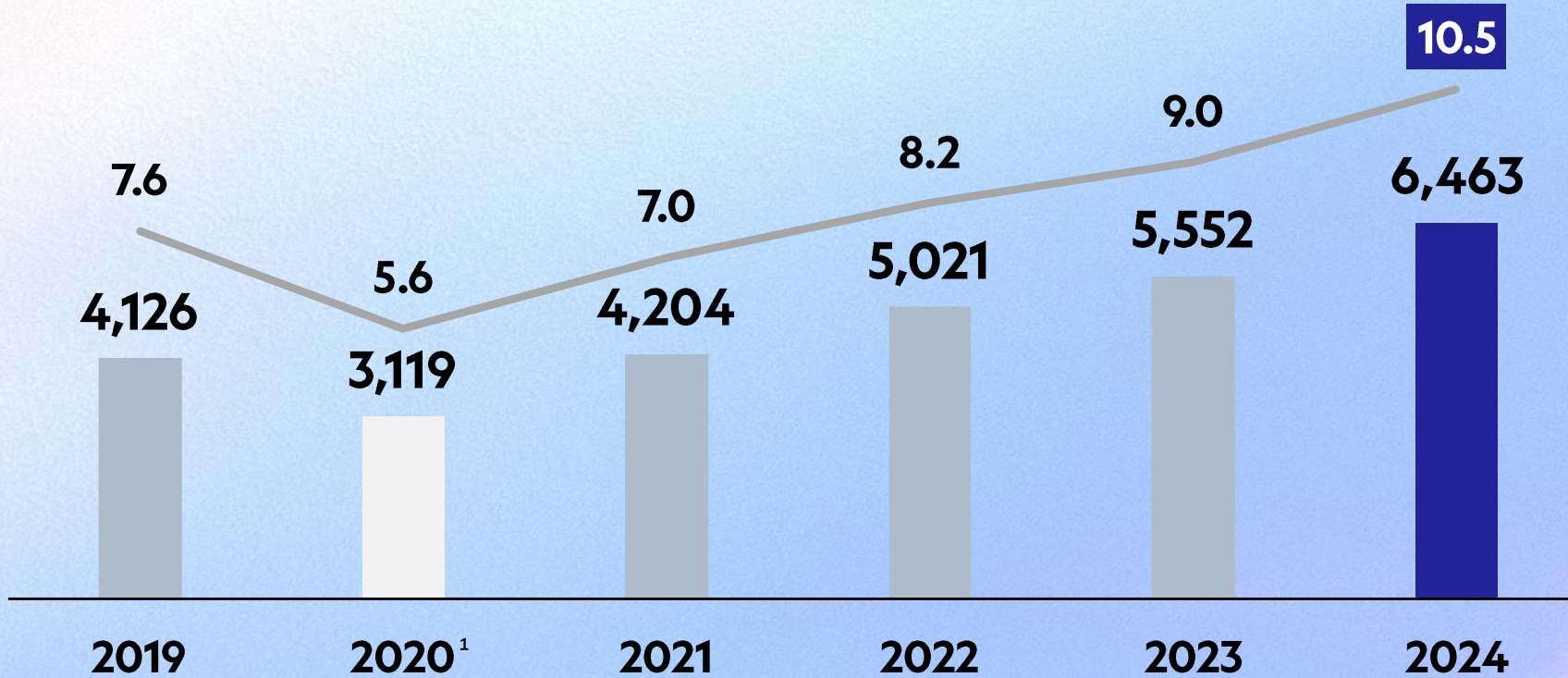
3 waves, totaling 75 stores
Double-digit sales increase

Increase in sales per m²



Consistent growth in apparel

R\$ Millions



■ Net Revenue from Apparel — Sales per square meter

CAGR 2 years (2022-2024): 13.5%
CAGR 3 years (2021-2024): 15.4%
CAGR 5 years (2019-2024): 9.4%

CAGR 2 years (2022-2024): 13.3%
CAGR 3 years (2021-2024): 14.1%
CAGR 5 years (2019-2024): 6.6%

Consistency in expansion of sales per square meter

Attractiveness and acceptance of the collections

Test & Learn

(1) Pandemic

Recognitions

+ 25 awards in 2024

IDIVERSA Portfolio IC02 Portfolio

Indices of B3



GPTW

C&A among the 20 best companies in Brazil



ECO AMCHAM

Traceable Jeans Case via blockchain



Most loved brand by Brazilians - 1st place in the ranking

Apparel store category
Ecglobal for Business



Marcas mais

Estadão
Apparel store category



Preferência de marca

Increase of 3 percentage points in brand preference



A woman with blonde hair, wearing a dark blue top and a black and white patterned scarf, is looking at a book in a library. The background is filled with bookshelves. The text "Financial Performance" is overlaid on the right side of the image.

Financial
Performance

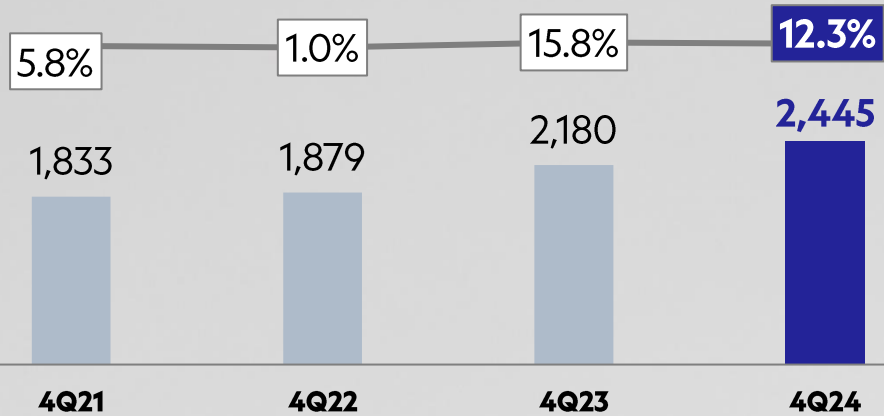


Merchandise net revenue

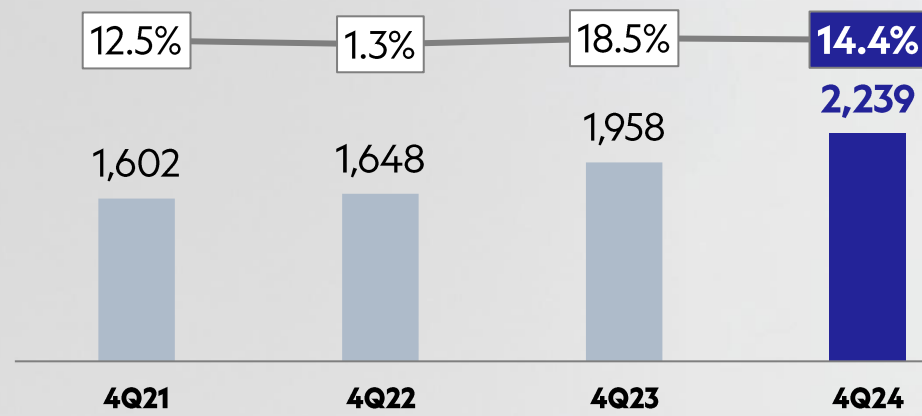
R\$ Million and %

Highlight on performance during Black Friday, launch of the C&A and PatBo collaboration, and positive reception of the year-end collections

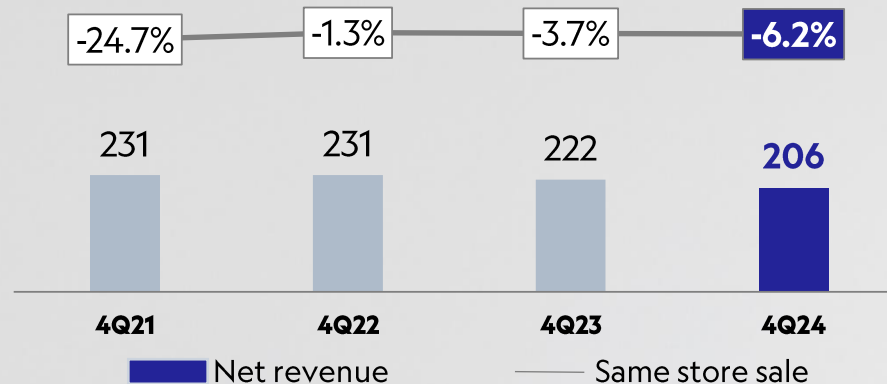
Merchandise



Apparel



Electronics and beauty



Increase of +74.3% in net revenue from beauty

Gradual discontinuation of the electronics category

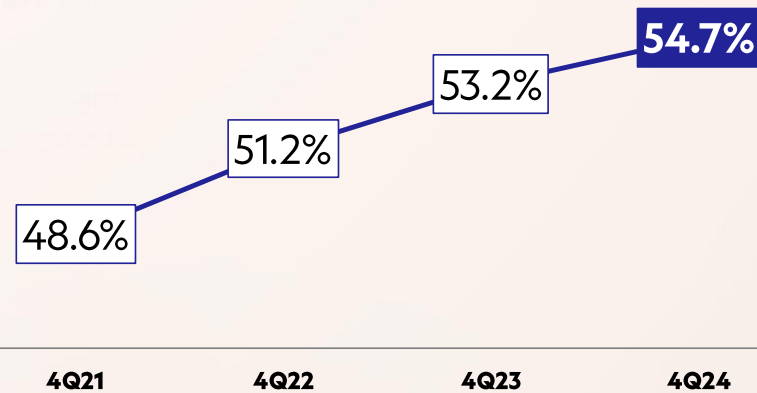


Merchandise gross margin

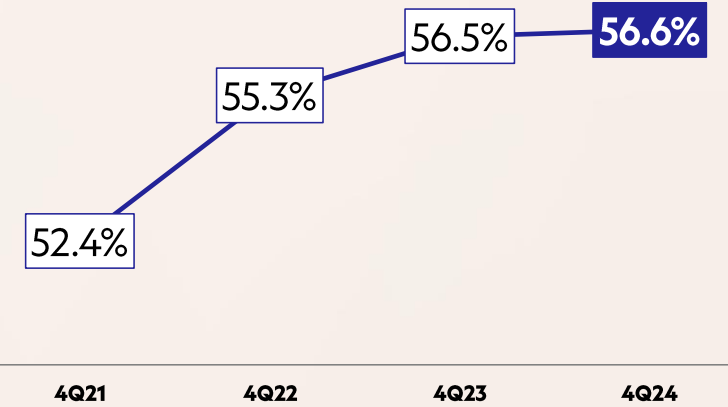
R\$ Million and %

Expansion of gross margin due to the effectiveness of the collections, strong acceptance of the products, and the implementation of dynamic pricing

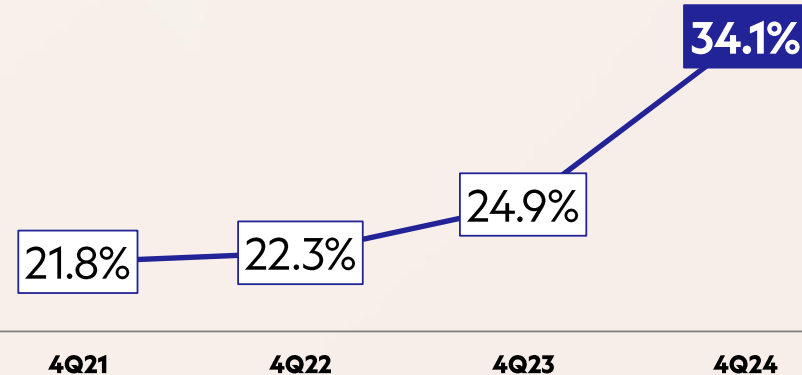
Merchandise



Apparel

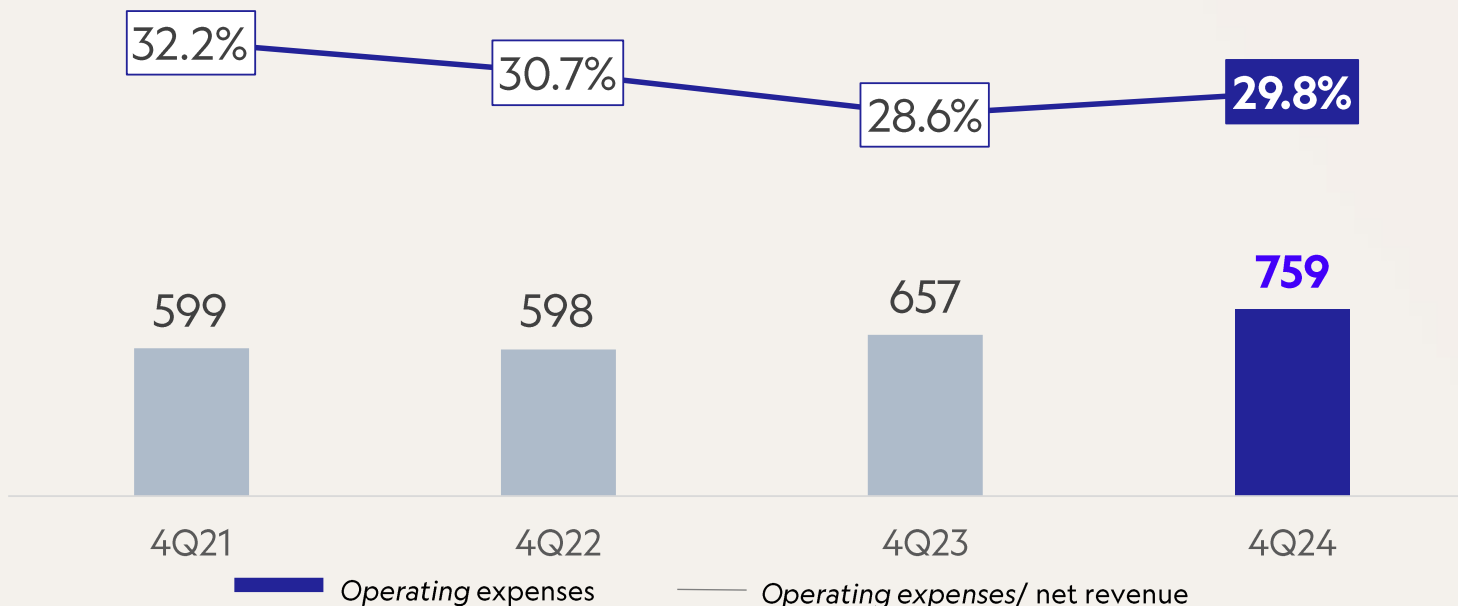


Electronics and beauty



Discipline in managing operating expenses¹

R\$ Million & %



Operating expenses pre IFRS-16

701	733	788	884
-----	-----	-----	-----

Operating expenses pre IFRS-16/Net revenue

37.6%	37.6%	34.4%	34.6%
-------	-------	-------	-------



(1) Expenses consider the impact of the payment of the lease, according to the IFRS16 accounting standard. However, it does not reflect into account the expenses of Depreciation and Amortization and the Depreciation of Right of Use (Lease), in addition to the expenses with credit losses, net and other (expenses) operating revenues.



R\$1 Bn

Portfolio at the end of 4Q24

~24.3%

Share in retail sales,
-0.3 p.p. vs. 4Q23

12.6%

Reduction in losses net of
recoveries

3.3 p.p.

NPL 90 reduction
vs. 3Q24 and 2.4 p.p. vs 4Q23

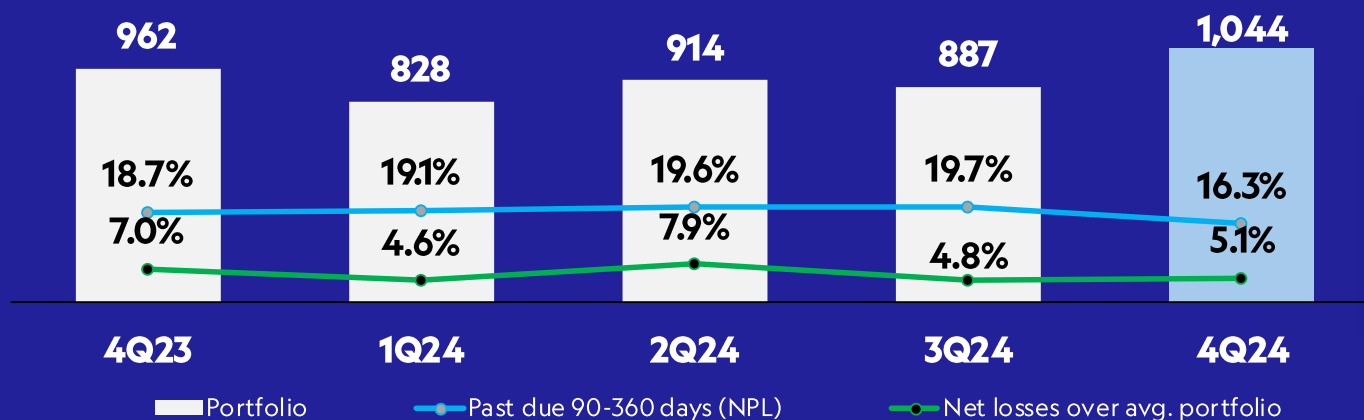
6.4%

Operational margin in 2024,
reaching break-even

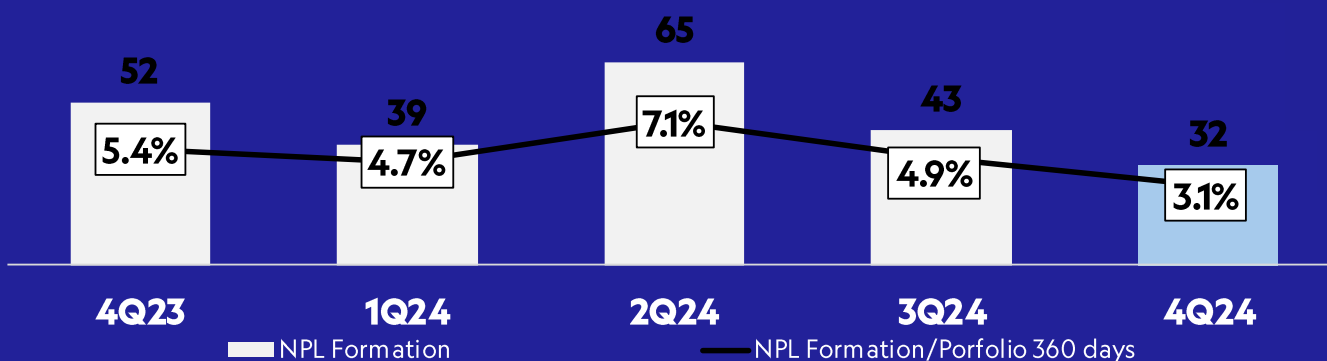
Portfolio evolution and NPL formation



Portfolio up 360 days



NPL Formation

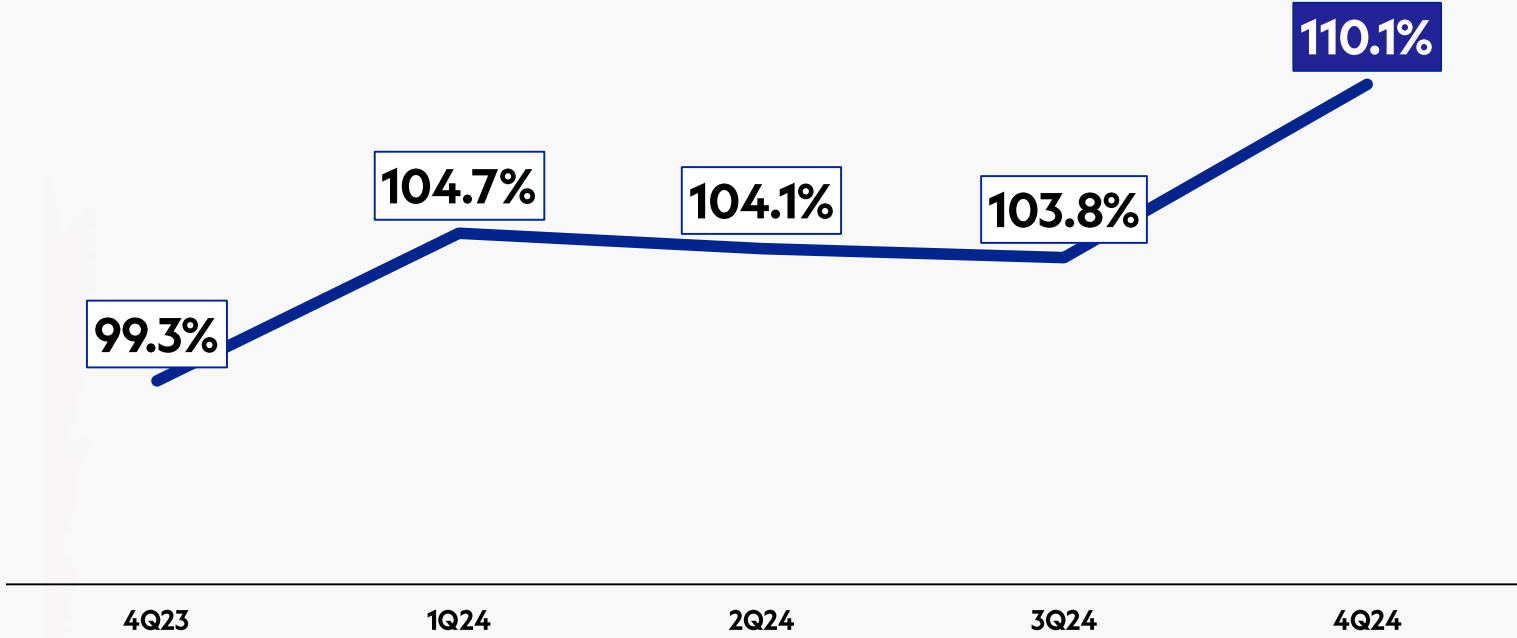


(1) NPL formation considers the variation in overdue amounts between 90-360 days.





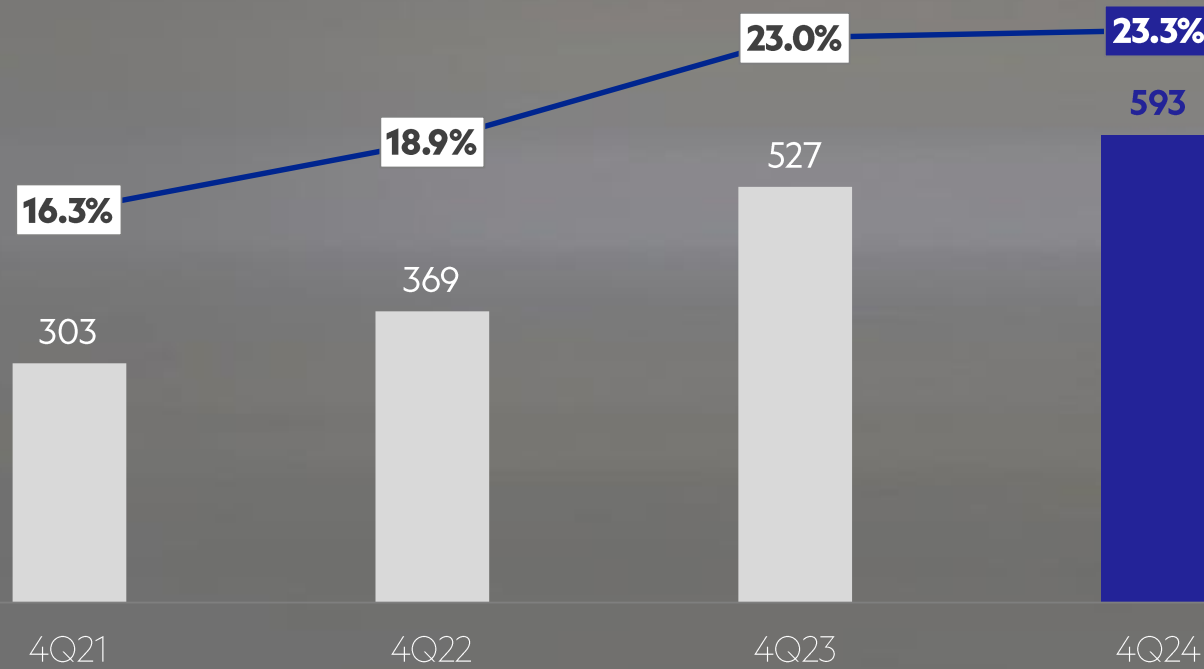
Coverage index over overdue portfolio 360 (>90 dias)



Note: Coverage is calculated as the ratio between the total estimated loss and the overdue portfolio (IFRS-9) of stage 3, over 90 days;

Rising Adjusted EBITDA, with margin expansion

R\$ Million & %



Adjusted EBITDA Adjusted EBITDA margin

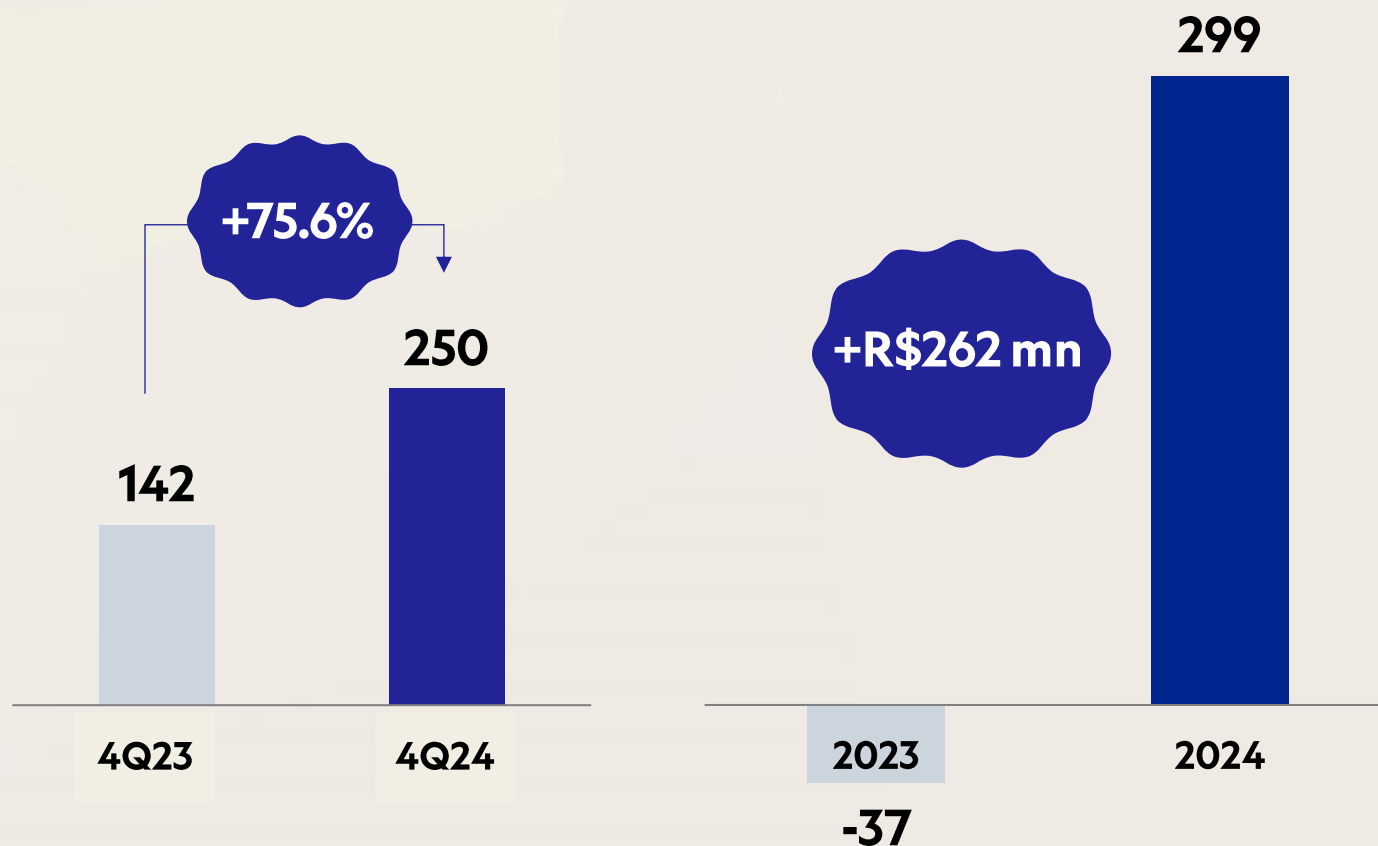
(1) EBITDA considers the impact of the lease payment, according to IFRS16 accounting standard and is adjusted by: (i) other net operating revenues (expenses); (ii) financial income from suppliers; (iii) recovery of tax credits and (iv) long-term incentive program



Adjusted Net income¹

A major milestone for a 4Q

R\$ Million and %



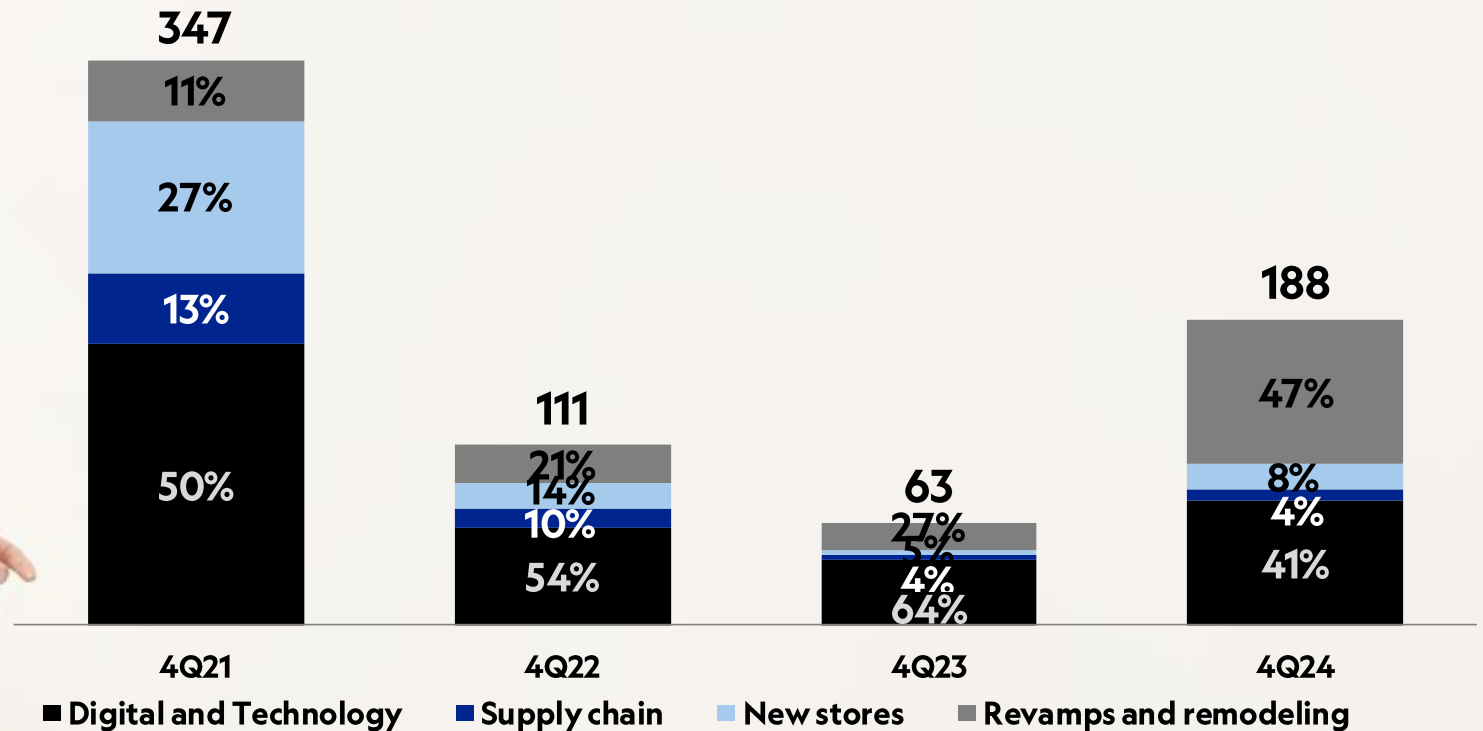
(1) Adjustments include: (i) other net operating revenue (expenses), (ii) recovery of tax credits and (iii) long-term incentives charges for employees, net of taxes.



CAPEX

Focused on Energia Strategy

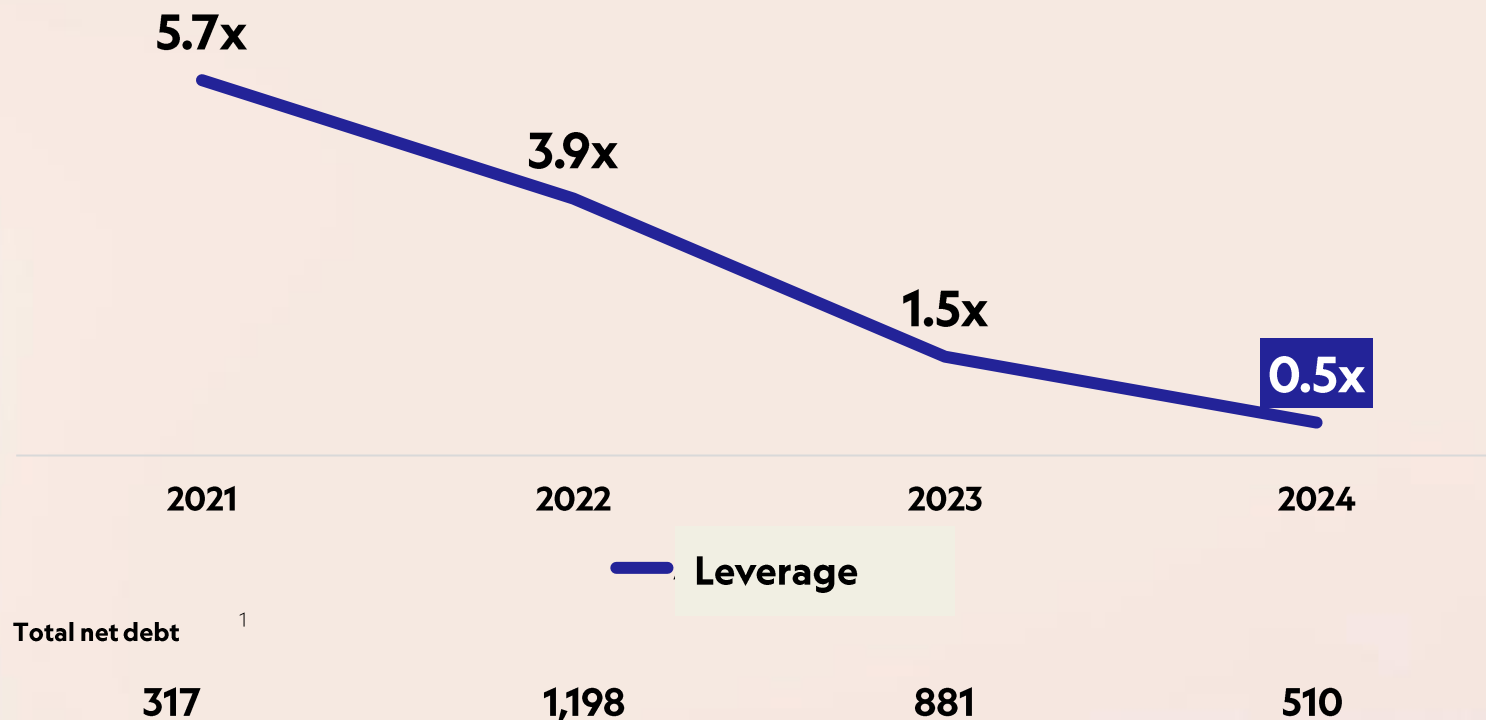
R\$ Milhões e %



+67.1% In CAPEX investments in 2024, compared to 2023

Leverage reduction

R\$ Million



Robust cash position of R\$1.6 Bn



We meet
at

C&A

Questions & Answers

If you want to ask a live question via audio, please raise your hand to join the queue. Once you are announced, a request to activate your mike will appear on your screen. Activate the mike to ask your question. Please ask all your questions at the same time.

If you would prefer, write your question directly into the Q&A icon on the lower part of your screen



RaiseHand



Q&A





Earnings release

4Q24

Contacts:

Laurence Gomes | CFO and DRI

Rogério Ueno

Pedro Abe

Luanna Tomé

ri@cea.com.br

Disclaimer: The statements contained herein relating to business prospects, projections on operating and financial results and those relating to growth prospects of C&A Modas S.A. are merely forward-looking statements and, as such, are based solely on the Board's expectations regarding the future of the business. These expectations depend substantially on market conditions, the performance of the Brazilian economy, the sector and international markets and, therefore, are subject to change without notice.