



Release de resultados

2T24

Videoconferência de Resultados:

Data: 08/08/2024 (Português/Inglês)

Brasília: 11:00h | Nova York: 10:00h | Londres: 15h00

webcast: ri.cea.com.br



CEAB
B3 LISTED NM
SMLL B3

IGCT B3
IBRA B3

IGC-NM B3
ITAG B3

IGC B3
ICON B3

ISE B3
IGPTWB3

Destques

2T24

Receita líquida de Vestuário cresce 13,1% no 2T24 e EBITDA ajustado atinge R\$359,5 milhões, 28,8% superior ao 2T23

Vendas mesmas lojas de Vestuário cresceram **13%** no 2T24

Margem bruta de Vestuário de **57,7%**, aumento de **1,3 p.p.** em relação ao 2T23

Expansão da **margem EBITDA ajustada³** pós-IFRS16 em **2,6 p.p.**, para **19,6%**

Despesas operacionais² tiveram leve **redução** como % da receita líquida, de 0,2 p.p. vs. o 2T23

Lucro líquido ajustado de R\$58,1 milhões, um expressivo crescimento vs. o ano anterior

Redução na alavancagem financeira de 3,8x no 2T23 para **1,4x** no 2T24 ⁵

Indicadores (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Receita líquida consolidada	1.831,6	1.643,0	11,5%	3.284,6	2.883,5	13,9%
Receita líquida de vestuário	1.528,6	1.351,0	13,1%	2.709,3	2.317,0	16,9%
Vendas em mesmas lojas - vestuário (SSS) ¹ (%)	13,0%	0,7%	12,3 p.p.	16,7%	2,2%	14,5 p.p.
Vendas em mesmas lojas - mercadorias (SSS) ¹ (%)	10,1%	-2,2%	12,3 p.p.	12,2%	-0,7%	12,9 p.p.
Lucro bruto consolidado	1.025,8	879,3	16,7%	1.796,2	1.503,9	19,4%
Margem bruta consolidada (%)	56,0%	53,5%	2,5 p.p.	54,7%	52,2%	2,5 p.p.
Margem bruta - vestuário (%)	57,7%	56,4%	1,3 p.p.	56,1%	55,0%	1,1 p.p.
Margem bruta - mercadorias (%)	54,4%	52,0%	2,4 p.p.	52,8%	50,3%	2,4 p.p.
Despesas operacionais ²	(607,4)	(548,7)	10,7%	(1.173,1)	(1.053,5)	11,4%
EBITDA ajustado ³ (pós-IFRS16)	359,5	279,0	28,8%	540,0	359,2	50,4%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS16) (%)	19,6%	17,0%	2,6 p.p.	16,4%	12,5%	4,0 p.p.
Lucro (prejuízo) líquido	83,9	4,2	1884,4%	154,7	(122,1)	-
Lucro (prejuízo) líquido ajustado ⁴	58,1	3,2	1701,1%	(3,2)	(124,5)	-97,4%
Investimentos	57,2	55,7	2,7%	90,9	105,5	-13,8%

(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 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.

(5) Inclui o compromisso com Bradescard.



Mensagem da administração

No 2T24, apresentamos de forma consistente sólido desempenho operacional, com crescimento de vendas de Vestuário de 13,1%, baseado principalmente em volume. Houve expansão da margem bruta pelo 10º trimestre consecutivo, que, combinado com a diluição de despesas operacionais, gerou um expressivo crescimento no EBITDA e no lucro líquido.

Neste trimestre, mesmo com as temperaturas mais altas que a média para esta época do ano, conseguimos ter capacidade de reação e adaptação à demanda das consumidoras por produtos de ano todo ou meia estação. Com velocidade, ajustamos a cadeia de suprimentos, os sistemas de alocação e distribuição, a estratégia de visual merchandising e a operação das lojas. Além disso, modificamos as campanhas comerciais de Dia das Mães e Dia dos Namorados para refletir uma oferta de produtos mais alinhada com as buscas de nossas clientes. Como resultado, estas campanhas registraram um crescimento de dois dígitos nas vendas. Assim, a reatividade da cadeia, aliada à agilidade e criatividade das equipes comerciais, combinados com a execução operacional sólida e ágil, foram determinantes para este resultado. Neste período, vimos a expansão da nossa base de clientes, evolução nos indicadores de NPS e aumento de conversão, dados que indicam a consistência no desempenho operacional da Companhia.

Avançamos na execução da Estratégia Energia C&A, onde temos foco em três prioridades - Produto, Jornada Omni e Gestão de Relacionamento com Clientes. Diferentes iniciativas entraram em fase de *roll-out* após testes em loja física e online. Entre os destaques do período estão a reformulação da área jeans, que nos resultados em lojas piloto teve forte desempenho comercial e o Projeto Dispersão, com o início da onda 1, com ações customizadas em 25 lojas com foco no aumento da venda por metro quadrado. Outro avanço importante foi o fortalecimento do time, com novas lideranças nas áreas de Planejamento Comercial e E-commerce.

O C&A Pay, nosso instrumento de crédito e meio de pagamento 100% digital, atingiu a marca de seis milhões de cartões digitais emitidos e diferencia-se pela plataforma tecnológica flexível sobre a qual foi construído, com foco em uma experiência de crédito e pagamento fluída e sem atritos. O aumento da penetração do C&A Pay nas vendas segue conforme o planejamento original e continua associado a uma estrutura robusta de governança de concessão e recuperação de crédito.

Neste trimestre, continuamos com o processo de desalavancagem da Companhia com a amortização líquida de dívida de R\$422 milhões, atingindo um nível de dívida líquida total sobre o EBITDA de 1,4 vezes. Seguimos com forte disciplina financeira na alocação de capital, com redução do ciclo de conversão de caixa e processo de priorização do Capex.

Na frente ASG, realizamos a recertificação da Cradle to Cradle nível Gold (C2C)TM. A C&A é a primeira varejista de moda no Brasil a oferecer peças com essa certificação. Em maio, lançamos a nova **coleção Ciclos**, certificada C2CTM, garantindo um processo produtivo responsável, desde o cultivo do algodão, passando pela gestão de recursos hídricos na cadeia produtiva, até o processo de reciclagem dos produtos de moda.

Para o segundo semestre de 2024, acreditamos em oportunidades de crescimento que serão geradas com a transição para a coleção primavera-verão, com produtos de moda atualizados e versáteis, e pela captura dos benefícios iniciais da Estratégia Energia C&A.

Desempenho Financeiro

Receita líquida

No 2T24, a receita líquida consolidada atingiu R\$1.831,6 milhões, 11,5% maior que no 2T23. A receita líquida de mercadorias foi de R\$1.705,5 milhões, o que representa um crescimento de 10,1% no período e corresponde a 93% da receita consolidada. A receita de serviços financeiros¹ atingiu R\$117,6 milhões, 33,6% acima do 2T23.

Receita líquida (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Vestuário	1.528,6	1.351,0	13,1%	2.709,3	2.317,0	16,9%
Eletrônicos e Beleza	176,9	198,3	-10,8%	327,4	389,5	-15,9%
Receita líquida de mercadorias	1.705,5	1.549,3	10,1%	3.036,7	2.706,6	12,2%
Outras receitas	8,5	5,7	50,7%	16,4	9,8	67,8%
Receita de serviços financeiros	117,6	88,0	33,6%	231,4	167,1	38,5%
Receita líquida consolidada	1.831,6	1.643,0	11,5%	3.284,6	2.883,5	13,9%

Desempenho das vendas em mesmas lojas (SSS) ² (%)	2T24	2T23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Vestuário	13,0%	0,7%	12,3 p.p.	16,7%	2,2%	14,5 p.p.
Eletrônicos e Beleza	-9,6%	-17,9%	8,3 p.p.	-15,1%	-15,0%	-0,1 p.p.
Vendas em mesmas lojas - mercadorias (SSS)² (%)	10,1%	-2,2%	12,3 p.p.	12,2%	-0,7%	12,9 p.p.

(1) Exclui a taxa de aquisição que a 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).

Vestuário

A receita líquida de Vestuário foi de R\$1.528,6 milhões, 13,1% maior que no 2T23. As vendas em mesmas lojas (SSS) também apresentaram sólido crescimento, na ordem de 13%. Adicionalmente, a Companhia continuou observando uma performance de vendas mais acelerada nas lojas *high* e conceito (que tem perfil de renda mais alto).

Durante o trimestre, as temperaturas foram atípicas para o período, resultando em um inverno bastante ameno. Todavia, a C&A demonstrou forte agilidade para ajustar o sortimento de produtos e a estratégia de visual merchandising, bem como a operação das lojas e a comunicação para as clientes, de forma que elas encontrassem os produtos que buscavam.

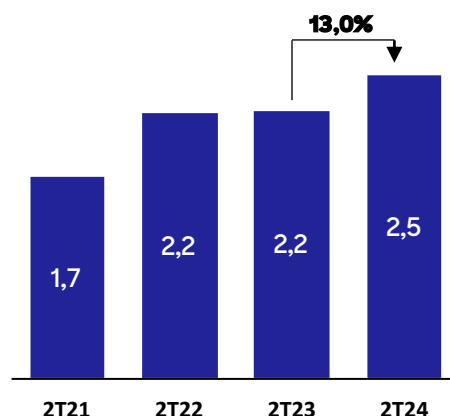
Assim, mesmo com um clima desfavorável em relação ao planejamento comercial, a Companhia apresentou resiliência no desempenho de todas as divisões, com a do Feminino tendo registrado crescimento de 18% nas vendas em relação ao 2T23, impulsionado principalmente pelos produtos de ano todo.

Adicionalmente, a maior eficiência gerada pelos processos operacionais, como o Push & Pull e a precificação dinâmica, continuaram a produzir resultados importantes e contribuíram para o desempenho no trimestre.

+13,1%

aumento de receita de Vestuário vs. 2T23

Receita líquida de Vestuário por m² (R\$ mil)



Eletrônicos e Beleza

Como consequência do fechamento de 128 quiosques de vendas de produtos eletrônicos no primeiro semestre, a receita líquida da categoria registrou redução de 26% em relação ao ano anterior.

A categoria de produtos de Beleza, lançada ao final de 2019, obteve um expressivo crescimento de 59% na receita quando comparado ao mesmo período do ano passado e compensou parcialmente a queda na categoria de produtos eletrônicos.

Em conjunto, as categorias somaram uma receita líquida de R\$176,9 milhões no 2T24, uma diminuição de 10,8% em relação ao 2T23.

Receita líquida de mercadorias

A receita líquida de mercadorias ficou 10,1% acima do 2T23, totalizando R\$1.705,5 milhões. 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 (*Same Store Sales*) registraram um aumento de 10,1% no 2T24 quando comparado ao 2T23.

Outras receitas

A rubrica de Outras receitas obteve aumento de 50,7% no 2T24, atingindo R\$8,5 milhões, 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 de serviços financeiros

A receita líquida de serviços financeiros no trimestre, excluindo a taxa de comissionamento que a C&A Pay recebe da C&A Modas, foi de R\$117,6 milhões, um aumento de 33,6%, principalmente em função do crescimento da operação do C&A Pay, que, no trimestre, correspondeu a 88% da receita total de serviços financeiros e a 26,9% das vendas do varejo.

Site & App

Site & App (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Receita líquida (site + app)	88,5	76,8	15,1%	156,3	130,5	19,8%
Receita líquida (site + app) / receita de mercadorias (%)	5,2%	5,0%	0,2 p.p.	5,1%	4,8%	0,3 p.p.

Desde o 1T24, com o objetivo de simplificar e dar clareza em seus resultados, a Companhia passou a apresentar como online apenas as vendas em seu site ou aplicativo.

Desta forma, no 2T24, a receita líquida de mercadorias proveniente das vendas do site e do aplicativo cresceu 15,1% quando comparado ao 2T23 e atingiu R\$88,5 milhões, com destaque para venda de Vestuário, que cresceu 35% no período.

No âmbito da Estratégia Energia C&A, uma das prioridades é a revisão da Jornada Omni. Com isso, iniciou-se o *refactoring* do App e melhorias na infraestrutura da plataforma digital, além da contratação de um novo diretor para liderar a operação.

Lucro bruto e margem bruta

Lucro bruto e margem bruta (R\$ Milhões e %)	2T24	2T23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Vestuário	882,1	762,5	15,7%	1.520,6	1.275,3	19,2%
Margem bruta (%)	57,7%	56,4%	1,3 p.p.	56,1%	55,0%	1,1 p.p.
Eletrônicos e Beleza	45,9	43,1	6,5%	81,5	86,7	-5,9%
Margem bruta (%)	26,0%	21,7%	4,2 p.p.	24,9%	22,2%	2,7 p.p.
Lucro bruto de mercadorias	928,1	805,6	15,2%	1.602,2	1.362,0	17,6%
Margem bruta de mercadorias (%)	54,4%	52,0%	2,4 p.p.	52,8%	50,3%	2,4 p.p.
Outras	(19,7)	(14,0)	40,3%	(37,2)	(24,7)	50,6%
Serviços financeiros	117,4	87,7	33,8%	231,1	166,6	38,8%
Lucro bruto consolidado	1.025,8	879,3	16,7%	1.796,2	1.503,9	19,4%
Margem bruta consolidada (%)	56,0%	53,5%	2,5 p.p.	54,7%	52,2%	2,5 p.p.

No 2T24, o lucro bruto de **Vestuário** foi de R\$882,1 milhões, aumento de 15,7% em relação ao 2T23, com a margem bruta expandindo 1,3 p.p. no período, atingindo 57,7%. Esse resultado se deve a capacidade de reação e adaptação rápida à demanda das consumidoras por produtos de ano todo ou meia estação, os ajustes de preços a partir da precificação dinâmica e ao maior volume de venda a preço cheio no período, principalmente produtos de ano todo.

Nas categorias de **Eletrônicos** e **Beleza**, o lucro bruto totalizou R\$45,9 milhões, aumento de 6,5% comparado ao 2T23. A margem bruta subiu 4,2 p.p. no período, ficando em 26%.

Com isso, o **lucro bruto de mercadorias** foi de R\$928,1 milhões, com a margem bruta expandindo 2,4 p.p. atingindo 54,4%. O **lucro bruto consolidado** foi de R\$1.025,8 milhões, 16,7% maior que no 2T23, com **margem bruta consolidada** de 56%, expansão de 2,5 p.p. no período.

O desempenho em Vestuário e a menor participação de Eletrônicos nas vendas do trimestre contribuíram para esta evolução.

+2,4 p.p.
de margem bruta de mercadorias vs 2T23

Despesas operacionais

Despesas operacionais (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Despesas com vendas	(462,0)	(413,8)	11,6%	(885,7)	(807,1)	9,7%
Despesas gerais e administrativas	(145,4)	(134,9)	7,8%	(287,4)	(246,4)	16,7%
Despesas operacionais¹	(607,4)	(548,7)	10,7%	(1.173,1)	(1.053,5)	11,4%
Outras receitas (despesas) operacionais	39,5	5,7	596,1%	103,8	11,3	821,7%
Despesas operacionais totais²	(567,9)	(543,1)	4,6%	(1.069,3)	(1.042,2)	2,6%
%	2T24	2T23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Despesas com vendas / receita líquida consolidada	25,2%	25,2%	0,0 p.p.	27,0%	28,0%	-1,0 p.p.
Despesas G&A / receita líquida consolidada	7,9%	8,2%	-0,3 p.p.	8,8%	8,5%	0,2 p.p.
Despesas operacionais³ / receita líquida consolidada	33,2%	33,4%	-0,2 p.p.	35,7%	36,5%	-0,8 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 2T24, as despesas operacionais, excluindo depreciação e perdas em crédito líquidas, totalizaram R\$607,4 milhões, aumento de 10,7% comparado ao 2T23. Como percentual da receita líquida, as despesas operacionais totais apresentaram ligeira redução de 0,2 p.p..

As despesas com vendas cresceram 11,6% em relação ao 2T23, com destaque para os investimentos em marketing no âmbito da Estratégia Energia C&A. Como percentual da receita líquida, as despesas com vendas permaneceram estáveis, atingindo R\$462 milhões.

As despesas gerais e administrativas ficaram em R\$145,4 milhões, 7,8% maior que no 2T23, mas em percentual da receita, sofreram leve redução de 0,3 p.p.

A rubrica "Outras receitas (despesas) operacionais" ficou positiva em R\$39,5 milhões devido, principalmente, a uma reversão de provisão referente à tese tributária relacionada a incidência de ICMS sobre tarifas de energia elétrica TUSD/TUST de aproximadamente R\$30 milhões. A reversão da provisão ocorreu após a publicação do acórdão sobre a matéria, no final de maio de 2024.

Serviços financeiros

Resultados de Serviços Financeiros

R\$ Milhões	Parceria			C&A Pay			Serviços Financeiros (RFS)		
	2T24	2T23	Δ%	2T24	2T23	Δ%	2T24	2T23	Δ%
Receita líquida¹	15,3	8,2	86,1%	114,8	79,9	43,7%	130,1	88,1	47,6%
Custo do serviço prestado	(0,2)	(0,2)	-33,4%	(7,2)	0,0	-	(7,4)	(0,2)	2889,4%
Lucro bruto	15,1	8,0	89,8%	107,6	79,9	34,6%	122,7	87,9	39,6%
Despesas com vendas	(4,9)	(6,5)	-25,1%	(40,7)	(39,0)	4,5%	(45,6)	(45,5)	0,3%
Despesas gerais e administrativas	0,0	(0,1)	-	(3,9)	(4,9)	-20,1%	(3,9)	(5,0)	-21,4%
Perdas de crédito, líquidas	0,0	0,0	-	(69,1)	(59,0)	17,1%	(69,1)	(59,0)	17,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	0,0	0,0	-	0,0	(0,2)	-	0,0	(0,2)	-
(=) Resultado de serviços financeiros	10,2	1,4	637,0%	(6,1)	(23,1)	-73,7%	4,2	(21,7)	-
Depreciação e amortização	(0,6)	(0,3)	67,6%	(2,2)	(3,9)	-42,8%	(2,8)	(4,3)	-33,9%

1) Considera taxa de comissionamento que o C&A Pay recebe da C&A Modas.

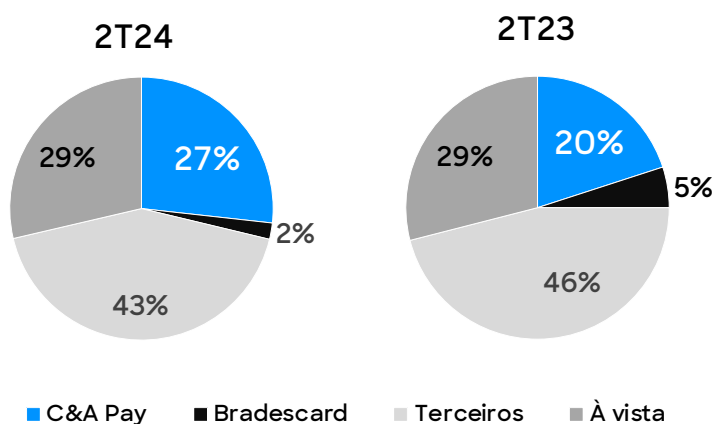
A receita líquida de serviços financeiros no trimestre foi de R\$130,1 milhões, 47,6% superior ao 2T23, sendo que a receita proveniente do C&A Pay correspondeu a 88% deste total, com crescimento de 43,7% no período.

As despesas com vendas do C&A Pay totalizaram R\$40,7 milhões e representam gastos com pessoal, crédito & cobrança e SAC e as despesas gerais e administrativas reduziram 20,1% em relação ao 2T23. As perdas líquidas de crédito, que incluem a rubrica de provisão para perdas, totalizaram R\$69,1 milhões, aumento de 17,1% em relação ao mesmo período do ano passado.

O resultado da operação do C&A Pay foi de R\$6,1 milhões negativos, em função do provisionamento da carteira, que tem um aumento natural decorrente do maior volume de vendas realizado em dezembro de 2023. No primeiro semestre, o resultado do C&A PAY foi positivo em R\$11,5 milhões.

A carteira ativa cresceu 45,2% no período, passando de R\$702,5 milhões para R\$1.020,3 milhões. Para fins de comparabilidade, considerando apenas a carteira até 360 dias, o crescimento foi de 30%.

Modalidade de pagamento



Serviços financeiros

Dados Operacionais

C&A Pay	2T24	2T23	Δ%
Carteira ativa (milhões)	1.020,3	702,5	45,2%
Participação na venda do varejo	26,9%	20,0%	6,9 p.p.
Cartões novos (mil)	583,6	608,7	-4,1%
Cartões emitidos (mil)	6.092,0	3.597,6	69,3%
Perdas líquidas de recuperação sobre carteira média do período (%)			
Sobre carteira média até 360 dias	7,9%	9,1%	-1,2 p.p.
Sobre carteira média até 720 dias	7,2%	n/a	-
Receita líquida sobre carteira média do período (%)	12,0%	12,6%	-0,6 p.p.

O C&A Pay emitiu no trimestre 583,6 mil novos cartões digitais, atingindo 6,1 milhões de cartões emitidos, bem como representou cerca de 26,9% das vendas da C&A, um aumento de 6,9 p.p. quando comparado ao 2T23. Um crescimento saudável, ganhando participação sobre cartões de terceiros e Bradescard, sem aumento no prazo médio de recebimento (PMR).

A carteira apresentou indicadores estáveis no 2º trimestre, com uma pequena redução no Over 90 (0,3% em comparação a 2023). Adicionalmente, a maior eficiência de cobrança do C&A Pay tem resultado na evolução em bases mensais das rolagens, em especial nas faixas acima de 180 dias.

Composição da Carteira e Perda Estimada por Estágio

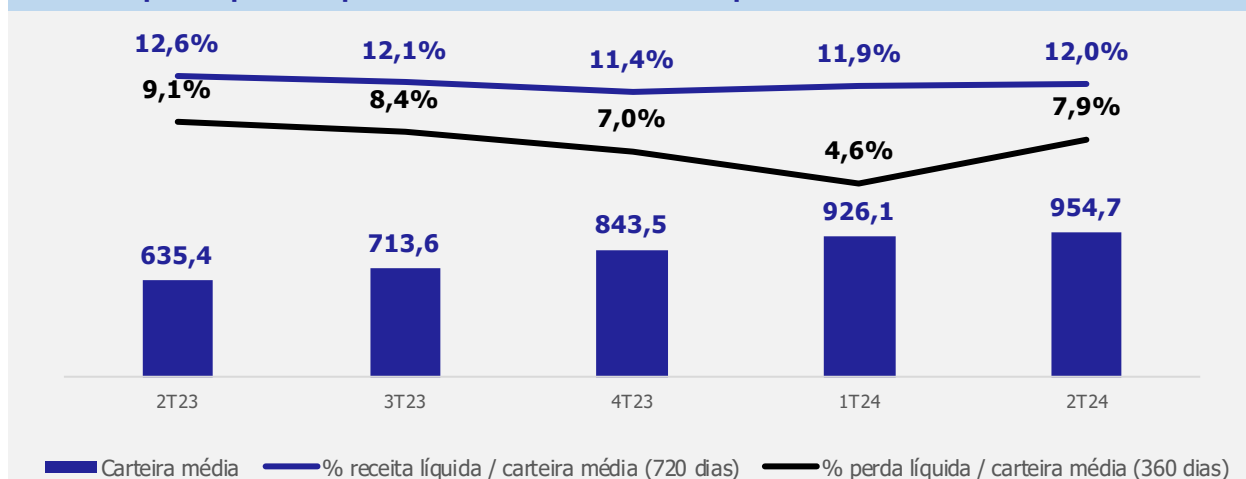
R\$ milhões	2T24				
	A vencer	Vencidas	Total	Perda Estimada	% Cobertura
Estágio 1	634,0	22,4	656,5	20,0	3,04%
Em dia	593,4	-	593,4	16,8	
Até 30 dias	40,6	22,4	63,0	3,2	
Estágio 2	15,2	44,9	60,1	7,7	12,72%
De 31 a 60 dias	9,8	15,7	25,5	3,1	
De 61 a 90 dias	5,4	29,2	34,6	4,5	
Estágio 3 - Até 360 dias	10,8	187,0	197,8	167,1	84,48%
De 91 a 120 dias	3,1	24,6	27,6	20,3	
De 121 a 150 dias	1,8	27,4	29,2	22,8	
De 151 a 180 dias	1,1	29,0	30,0	24,5	
De 181 a 360 dias	4,8	106,1	110,9	99,6	
Estágio 3 - Acima de 360 dias	-	105,8	105,8	99,8	94,35%
Acima de 360 dias	-	105,8	105,8	99,8	
Saldo carteira ativa (on balance)	660,1	360,2	1.020,3	294,6	28,87%
Limite de crédito disponível (Off Balance)	-	-	519,1	0,1	0,02%
Total Geral	660,1	360,2	1.539,3	294,7	19,14%
Índice de cobertura sobre a carteira até 360 dias					21,30%
Índice de cobertura sobre a carteira até 720 dias					28,87%
Over90 sobre a carteira					
até 360 dias					21,63%
até 720 dias					29,76%

Serviços financeiros

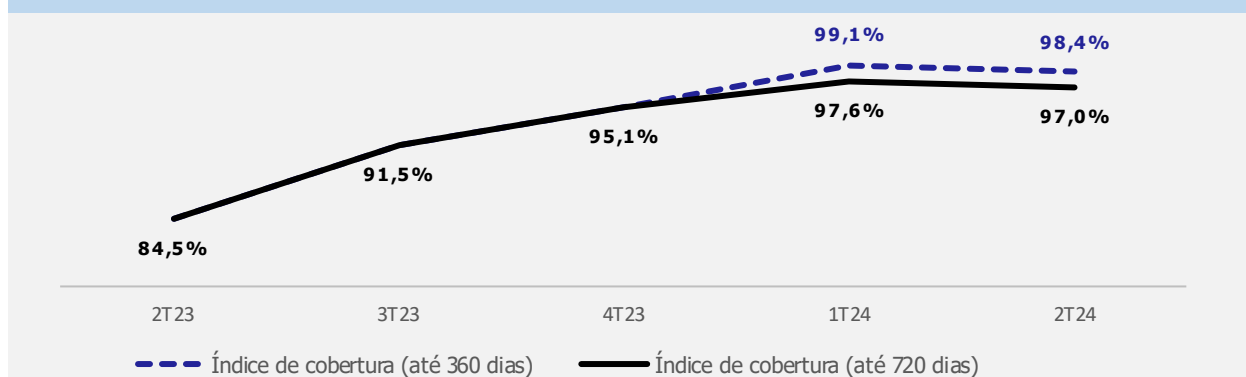
Gestão do Crédito

A partir de dezembro de 2023, o C&A Pay passou a utilizar o IFRS-9 como metodologia de contabilização da carteira, e, dado o seu histórico de boa recuperação de saldos vencidos entre 360 e 720 dias, entre 6% e 8%, a Companhia passou considerar na carteira ativa saldos vencidos até 720 dias. Entretanto, o saldo de provisão para perdas nesta faixa acima de 360 dias é de 94,35%.

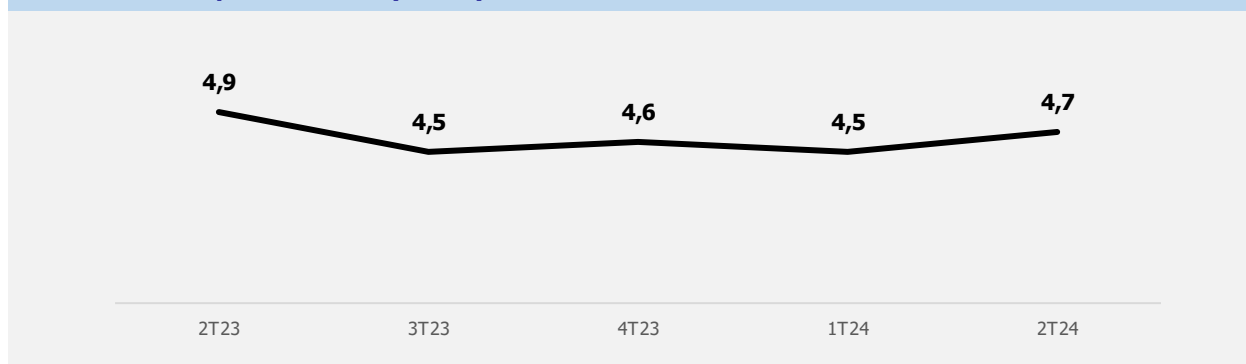
Receita líquida e perdas líquidas sobre a carteira média do período



Índice de cobertura Over90



Prazo médio de parcelamento (meses)



EBITDA

Ajustado

(Pós-IFRS 16)

R\$ Milhões e %	2T24	2T23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	83,9	4,2	1884,4%	154,7	(122,1)	-
(+) Impostos sobre o lucro	35,1	(6,9)	-	16,3	(74,7)	-
(+/-) Resultado financeiro líquido	101,5	104,6	-3,0%	105,4	205,6	-48,7%
(+) Depreciação e amortização	168,3	175,4	-4,0%	340,4	349,8	-2,7%
EBITDA (pós-IFRS 16)	388,8	277,3	40,2%	616,8	358,6	72,0%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais	(26,0)	1,0	-	(28,9)	2,0	-
(+) Receita financeira de fornecedores	4,2	2,3	80,9%	7,9	3,5	125,0%
(-) Recuperação de créditos fiscais	(13,5)	(6,7)	102,0%	(74,9)	(13,3)	464,1%
(+) Incentivo de longo prazo	5,9	5,0	17,6%	19,0	8,3	128,5%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)	359,5	279,0	28,8%	540,0	359,2	50,4%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) (%)	19,6%	17,0%	2,6 p.p.	16,4%	12,5%	4,0 p.p.

No 2T24, o EBITDA ajustado pós-IFRS 16 foi de R\$359,5 milhões, um importante crescimento de 28,8% em relação ao 2T23, e exclui, entre outros montantes conforme demonstrado na tabela, o efeito da reversão provisão referente à tese tributária relacionada a incidência de ICMS sobre tarifas de energia elétrica TUSD/TUST de aproximadamente R\$30 milhões, registrado na rubrica outras receitas (despesas) operacionais.

A margem EBITDA ajustada pós-IFRS 16 foi de 19,6%, 2,6 p.p. maior que no 2T23.

EBITDA Ajustado
(pós IFRS16)
+28,8%
comparado ao 2T23

R\$ Milhões e %	2T24	2T23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)	359,5	279,0	28,8%	540,0	359,2	50,4%
(+/-) Resultado de serviços financeiros ¹	(11,4)	21,5	-	(45,0)	41,9	-
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16) da operação de varejo	348,1	300,5	15,8%	495,1	401,1	23,4%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) da operação de varejo	20,4%	19,4%	1,0 p.p.	16,3%	14,8%	1,5 p.p.

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

No trimestre, o EBITDA ajustado (pós-IFRS16) da operação de Varejo foi de R\$348,1 milhões, com margem de 20,4%, 1,0 p.p. acima do 2T23.

Resultado financeiro

R\$ Milhões	2T24	2T23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Varição cambial	(9,1)	2,3	-	(11,0)	1,6	-
Despesas financeiras	(128,1)	(151,7)	-15,5%	(272,9)	(320,6)	-14,9%
Juros sobre empréstimos	(47,0)	(58,7)	-20,0%	(100,6)	(132,9)	-24,3%
Juros sobre arrendamentos	(35,2)	(39,7)	-11,5%	(74,7)	(77,7)	-3,9%
AVP de juros com fornecedores	(23,5)	(27,4)	-14,0%	(51,6)	(55,3)	-6,7%
Juros com fornecedores - Bradescard	(16,4)	(17,3)	-5,2%	(32,8)	(35,2)	-6,8%
Juros sobre impostos e contingências	(4,6)	(5,4)	-14,5%	(10,6)	(11,6)	-8,7%
Encargos com antecipação de recebíveis	0,0	(1,5)	-	0,0	(3,1)	-
Outras despesas financeiras	(1,5)	(1,6)	-8,5%	(2,6)	(4,8)	-45,4%
Receitas financeiras	33,7	43,7	-22,7%	175,6	112,3	56,4%
Receita com juros	13,1	24,4	-46,6%	123,2	49,1	150,9%
Juros sobre aplicações financeiras	16,5	16,9	-2,3%	44,4	59,7	-25,5%
Receita financeira com fornecedor	4,2	2,3	80,9%	7,9	3,5	125,0%
Outras receitas financeiras	0,0	0,0	-62,0%	0,0	0,0	-38,4%
Resultado com títulos e valores mobiliários	2,0	1,2	68,6%	2,9	1,2	150,9%
Resultado financeiro líquido	(101,5)	(104,6)	-3,0%	(105,4)	(205,6)	-48,7%

No 2T24, o resultado financeiro foi uma despesa de R\$101,5 milhões, o que representa uma redução de 3% em relação ao 2T23.

As despesas financeiras totalizaram R\$128,1 milhões, 15,5% menores que no 2T23, com destaque para os juros sobre empréstimos, que reduziram 20% no período, enquanto que as receitas financeiras totalizaram R\$33,7 milhões, impactadas por uma redução de 46,6% na receita com juros.

Lucro líquido

Lucro (prejuízo) líquido (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	83,9	4,2	1884,4%	154,7	(122,1)	-
Margem líquida (%)	4,6%	0,3%	4,3 p.p.	4,7%	-4,2%	-
Lucro (prejuízo) líquido ajustado ¹	58,1	3,2	1701,1%	(3,2)	(124,5)	-97,4%
Margem líquida ajustada (%)	3,2%	0,2%	3,0 p.p.	-0,1%	-4,3%	-97,7%

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 2T24, o lucro líquido atingiu R\$83,9 milhões, um expressivo aumento quando comparado aos R\$4,2 milhões registrados no 2T23. A margem líquida registrou crescimento de 4,3 p.p., ficando em 4,6%.

Excluindo principalmente o efeito da reversão de provisão referente à tese tributária relacionada a incidência de ICMS sobre tarifas de energia elétrica TUSD/TUST de aproximadamente R\$30 milhões, registrado na rubrica outras receitas (despesas) operacionais, a C&A registrou um lucro líquido ajustado de R\$58,1 milhões, uma significativa melhora em relação ao 2T23, com aumento de 3,0 p.p. na margem líquida ajustada, atingindo 3,2%.

Endividamento

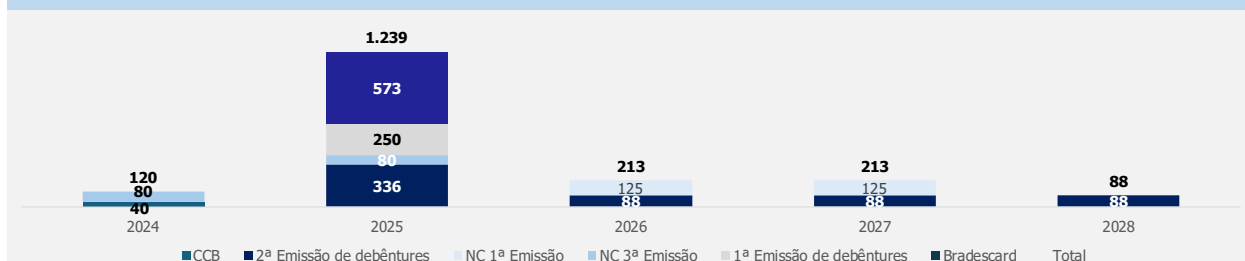
R\$ Milhões	2T24	2T23	Δ%
Dívida de curto prazo	553,5	420,5	31,6%
Dívida de longo prazo	759,9	1.294,5	-41,3%
Dívida bruta	1.313,4	1.715,0	-23,4%
Recompra do direito de ofertar produtos e serviços financeiros (Bradescard)	572,7	504,5	13,5%
Dívida bruta total	1.886,1	2.219,6	-15,0%
(-) Caixa, equivalentes de caixa e aplicações financeiras¹	815,1	715,1	14,0%
(=) Caixa (dívida) líquido	(1.071,0)	(1.504,5)	-28,8%
EBITDA Ajustado pré-IFRS16 (LTM)	789,5	399,1	97,8%
Alavancagem	1,4x	3,8x	-2,4x

(1) Exclui o efeito da antecipação de recebíveis realizada no 2T23. Não houve esse tipo de operação no 2T24.

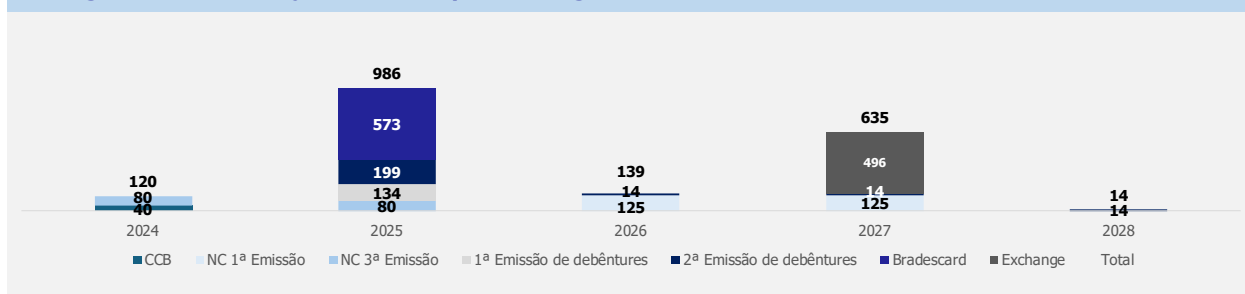
Ao final do 2T24, a dívida líquida total da Companhia, que inclui o compromisso de pagamento com o Bradescard, totalizou R\$1.071 milhões. A **alavancagem** (dívida líquida/EBITDA Ajustado pré-IFRS 16 dos últimos 12 meses) foi **1,4x**, uma melhora substancial em relação ao ano anterior.

Em julho de 2024, foi realizada uma operação de *Liability Management* para alongar o perfil da dívida totalizando R\$496 milhões. A Companhia concluiu a troca (*exchange*) de três séries de debêntures, aumentando a *duration* dessas séries de 1,4 para 2,1 anos. Com essa operação, a Companhia reduziu em R\$252 milhões o valor a ser amortizado em 2025.

Cronograma de Amortização da Dívida (R\$ milhões)¹



Cronograma de Amortização da Dívida após Exchange de Debêntures (R\$ milhões)¹



(1) O cronograma de amortização refere-se apenas ao valor de principal sem incluir juros

Fluxo de caixa livre

Fluxo de caixa livre ajustado

R\$ Milhões	2T24	2T23	Δ%
Lucro (prejuízo) pré-IFRS16 antes do IR/CSLL	121,3	1,7	6945,9%
Depreciação e amortização	86,0	90,1	-4,5%
(+/-) Outros	117,5	133,8	-12,2%
Ajustes sem efeito caixa	203,5	223,8	-9,1%
Imposto de renda e contribuição social pagos	(7,4)	(12,6)	-41,1%
Capital de giro	(208,1)	(80,5)	158,4%
Contas a receber	(282,9)	(304,8)	-7,2%
Estoques	(63,5)	18,2	-
Fornecedores	157,2	210,6	-25,4%
Outros	(18,9)	(4,6)	311,7%
Caixa originado (aplicado) pelas atividades operacionais	109,2	132,4	-17,5%
Fluxo de caixa originado (aplicado) em atividades de investimentos	(45,5)	(56,4)	-19,3%
(=) Fluxo de caixa livre ajustado	63,7	76,0	-16,1%

No 2T24, as atividades operacionais originaram R\$109,2 milhões em caixa, uma redução de 17,5% em relação ao 2T23, principalmente em função de um aumento nos estoques pela menor venda de produtos de inverno.

O fluxo de caixa aplicado nos investimentos totalizou R\$45,5 milhões, uma redução de 19,3% em relação ao mesmo período do ano anterior.

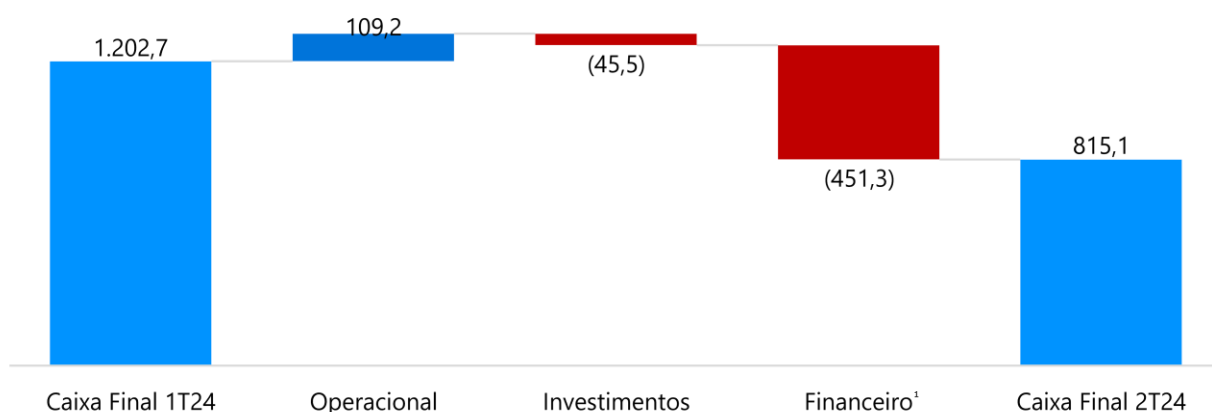
Com isso, o fluxo de caixa livre ajustado foi de R\$63,7 milhões, 16,1% menor que no 2T23.

Movimentação de caixa (R\$ milhões)

Ao final do trimestre, o saldo de caixa e equivalentes havia sofrido redução de R\$387,6 milhões em relação a março de 2024.

As atividades operacionais geraram caixa no valor de R\$109,2 milhões, enquanto que os investimentos totalizaram R\$45,5 milhões e as atividades de financiamento consumiram R\$451,3 milhões, em função do pagamento de empréstimos e financiamentos e recompra de ações em tesouraria.

Com isso, a C&A encerrou o 2T24 com um saldo de caixa e equivalentes de R\$815,1 milhões.



(1) Considera amortização de principal e juros da dívida, bem como recompra de ações

Investimentos

Investimentos (R\$ Milhões)	2T24	2T23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Novas lojas	7,1	3,3	115,2%	12,1	9,7	24,3%
Reformas e modelagens	16,6	19,1	-13,0%	20,6	24,1	-14,6%
Cadeia de suprimentos	1,9	4,1	-54,2%	1,9	5,1	-63,2%
Digital e tecnologia	31,6	29,2	8,3%	56,4	66,6	-15,3%
Total	57,2	55,7	2,7%	90,9	105,5	-13,8%

(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

No 2T24, foram investidos R\$57,2 milhões. Digital e tecnologia somaram R\$31,6 milhões, investimentos em novas lojas representaram R\$7,1 milhões e reformas e remodelagens totalizaram R\$16,6 milhões.

O nível de investimento realizado no trimestre ainda não reflete, em sua integralidade, o CAPEX relacionado a Estratégia Energia C&A, dado o processo de estruturação/execução dos projetos e testagem das iniciativas. Entretanto, a Companhia deverá aumentar o volume de investimentos ao longo do segundo semestre de 2024, em função da execução dos projetos atrelados as alavancas de valor da Estratégia Energia C&A.

Anexos

EBITDA Ajustado Total (pré-IFRS 16)

R\$ Milhões e %	2T24	2T23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	85,0	7,0	1108,5%	164,4	(115,2)	-
(+/-) Impostos sobre o lucro	35,7	(5,5)	-	23,3	(71,2)	-
(+/-) Resultado financeiro líquido	66,4	64,9	2,3%	30,7	127,9	-76,0%
(+) Depreciação e amortização	86,0	90,1	-4,5%	175,4	178,2	-1,6%
EBITDA (pré-IFRS 16)	273,0	156,5	74,5%	393,9	119,8	228,9%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais	(26,2)	4,1	-	(38,9)	6,2	-
(+) Receita financeira de fornecedores	4,2	2,3	80,9%	7,9	3,5	125,0%
(-) Recuperação de créditos fiscais	(13,5)	(6,7)	102,0%	(74,9)	(13,3)	464,1%
(+) Incentivo de longo prazo	5,9	5,0	17,6%	19,0	8,3	128,5%
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)	243,5	161,3	51,0%	307,1	124,6	146,5%
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS 16) (%)	13,3%	9,8%	3,5 p.p.	9,3%	4,3%	5,0 p.p.

Indicadores parceria Bradescard

Indicadores Bradescard	2T24	2T23	Δ%
Média líquida do contas a receber (milhões)	2.060,3	2.598,8	-20,7%
Participação na venda do varejo	2,0%	5,0%	-3,0 p.p.
Cartões novos (mil)	0,3	27,6	-99,0%
Perdas líquidas de recuperação sobre carteira média do período (%)	2,0%	3,7%	-1,8 p.p.

Balanço Patrimonial

R\$ Milhões	2T24	4T23
Ativo total	8.612,8	9.417,7
Ativo circulante	3.907,7	4.441,8
Caixa e equivalentes de caixa	610,1	1.155,6
Títulos e valores mobiliários	205,0	191,6
Contas a receber	1.482,6	1.778,4
Estoques	1.088,7	875,2
Tributos a recuperar	445,6	388,5
Derivativos	7,1	0,7
Partes relacionadas	0,1	0,1
Outros ativos	68,5	51,8
Ativo não circulante	4.705,1	4.975,8
Tributos a recuperar	1.165,0	1.197,8
Tributos diferidos	517,3	536,0
Depósitos judiciais	39,2	47,7
Partes relacionadas	0,0	0,0
Outros ativos	2,4	3,2
Imobilizado	717,5	763,4
Direito de uso - arrendamento mercantil	1.343,3	1.462,9
Intangível	920,5	964,8
Total do passivo e patrimônio líquido	8.612,8	9.417,7
Passivo circulante	2.855,4	3.200,1
Arrendamento mercantil	532,8	501,6
Fornecedores	1.038,7	1.189,2
Obrigações de risco sacado	286,5	364,7
Empréstimos	560,6	511,4
Derivativos	0,0	1,4
Obrigações trabalhistas	210,4	231,4
Partes relacionadas	69,0	71,7
Tributos a recolher	109,3	287,2
Outros passivos	48,1	41,5
Passivo não circulante	2.615,0	3.204,8
Arrendamento mercantil	1.067,9	1.209,8
Fornecedores	0,4	11,4
Fornecedores ref. recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	572,7	539,9
Empréstimos	759,9	1.176,4
Obrigações trabalhistas	17,1	18,7
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	127,6	185,0
Tributos a recolher	15,6	12,4
Outros passivos	53,9	51,2
Patrimônio líquido	3.142,3	3.012,7
Capital social	1.847,2	1.847,2
Ações em tesouraria	(31,3)	(8,5)
Reserva de capital	42,8	49,9
Lucros (prejuízo) acumulados	154,7	0,0
Reserva de lucros	1.124,7	1.124,7
Resultados abrangentes	4,2	(0,6)

DRE

R\$ Milhões	2T24	2T23	Δ%
Receita operacional líquida	1.831,6	1.643,0	11,5%
Vestuário	1.528,6	1.351,0	13,1%
Eletrônicos e Beleza	176,9	198,3	-10,8%
Receita líquida de mercadorias	1.705,5	1.549,3	10,1%
Outras receitas	8,5	5,7	50,7%
Receita varejo	1.714,0	1.555,0	10,2%
Serviços financeiros	117,6	88,0	33,6%
Custo de mercadorias/serviços	(805,8)	(763,6)	5,5%
Lucro bruto	1.025,8	879,3	16,7%
Vestuário	882,1	762,5	15,7%
Eletrônicos e beleza	45,9	43,1	6,5%
Lucro bruto de mercadorias	928,1	805,6	15,2%
Lucro bruto outras	(19,7)	(14,0)	40,3%
Lucro bruto varejo	908,4	791,6	14,8%
Lucro bruto de serviços financeiros	117,4	87,7	33,8%
(Despesas) e receitas operacionais	(805,3)	(777,4)	3,6%
Gerais e administrativas	(145,4)	(134,9)	7,8%
Vendas	(462,0)	(413,8)	11,6%
Depreciação e amortização	(168,3)	(175,4)	-4,0%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	39,5	5,7	596,1%
Perdas em créditos, líquidas	(69,1)	(59,0)	17,1%
Lucro antes das receitas e despesas financeiras	220,5	101,9	116,3%
Resultado financeiro	(101,5)	(104,6)	-3,0%
Variação cambial	(9,1)	2,3	-496,7%
Total despesas financeiras	(128,1)	(151,7)	-15,5%
Total receitas financeiras	33,7	43,7	-22,7%
Resultado com títulos e valores mobiliários	2,0	1,2	68,6%
Lucro antes dos impostos	119,0	(2,7)	-4561,9%
Impostos sobre o lucro	(35,1)	6,9	-609,8%
Lucro líquido (prejuízo) do exercício	83,9	4,2	1884,4%

R\$ Milhões	2T24	2T23
Atividades operacionais		
Lucro (prejuízo) antes dos impostos sobre a renda	171,0	(196,8)
Ajuste para reconciliar o resultado antes dos impostos com o fluxo de caixa:		
Constituição (reversão) de provisão para perdas de crédito esperadas	110,5	104,7
Ajuste ao valor presente do contas a receber e fornecedores	0,1	(7,8)
Despesas com remuneração baseada em ações	6,9	4,4
Constituição de provisão para perda nos estoques	41,1	34,3
Ganho/Reconhecimento de processos tributários, incluindo atualização monetária	(178,9)	(39,4)
Depreciação e amortização	175,4	178,2
Constituição (reversão) de provisão para redução ao valor recuperável do imobilizado, intangível e direito de uso	15,8	(2,2)
Perda na venda ou baixa do imobilizado e intangível	0,3	5,3
Amortização do direito de uso	181,1	188,4
Baixa de arrendamento	(4,4)	(2,6)
Juros sobre arrendamentos	81,4	83,9
Juros sobre empréstimos	100,6	132,9
Amortização custos de transação de empréstimos	2,5	2,8
Constituição (reversão) de provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(34,8)	25,1
Atualização de depósitos judiciais	5,3	(4,9)
Rendimento de aplicação em títulos e valores mobiliários	(7,9)	(0,4)
Variações nos ativos e passivos:		
Contas a receber de clientes	190,5	90,4
Partes relacionadas	(2,7)	(12,8)
Estoques	(253,9)	(146,2)
Tributos a recuperar	154,6	123,8
Outros créditos	(15,8)	(27,5)
Títulos e valores mobiliários	(5,5)	4,5
Depósitos judiciais	0,5	10,7
Fornecedores	(125,8)	(31,3)
Obrigações de risco sacado	(78,2)	(73,9)
Obrigações trabalhistas	(28,8)	(14,1)
Outros passivos	5,8	(18,1)
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(20,0)	(8,8)
Tributos a pagar	(123,7)	(129,1)
Impostos de renda e contribuição social pagos	(52,4)	(21,2)
Fluxo de caixa originado das (consumido pelas) atividades operacionais	310,5	252,2
Atividades de investimento		
Aquisição de imobilizado	(31,4)	(37,9)
Aquisição de intangível	(68,4)	(92,0)
Recebimento por vendas de ativos imobilizados	0,1	0,4
Fluxo de caixa aplicado em atividades de investimento	(99,7)	(129,6)
Atividades de financiamento		
Novos empréstimos e emissão de debêntures	0,0	381,4
Custos de transação de empréstimos/debêntures	(0,4)	(4,8)
Pagamento do principal dos empréstimos	(360,0)	(725,4)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(110,1)	(226,9)
Pagamento do principal e juros de arrendamentos	(256,5)	(258,3)
Recompra de ações	(29,3)	(1,7)
Fluxo de caixa originado das (consumido pelas) atividades de financiamento	(756,3)	(835,8)
Aumento (redução) líquido(a) de caixa e equivalentes de caixa	(545,5)	(713,2)

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).
Supply	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.

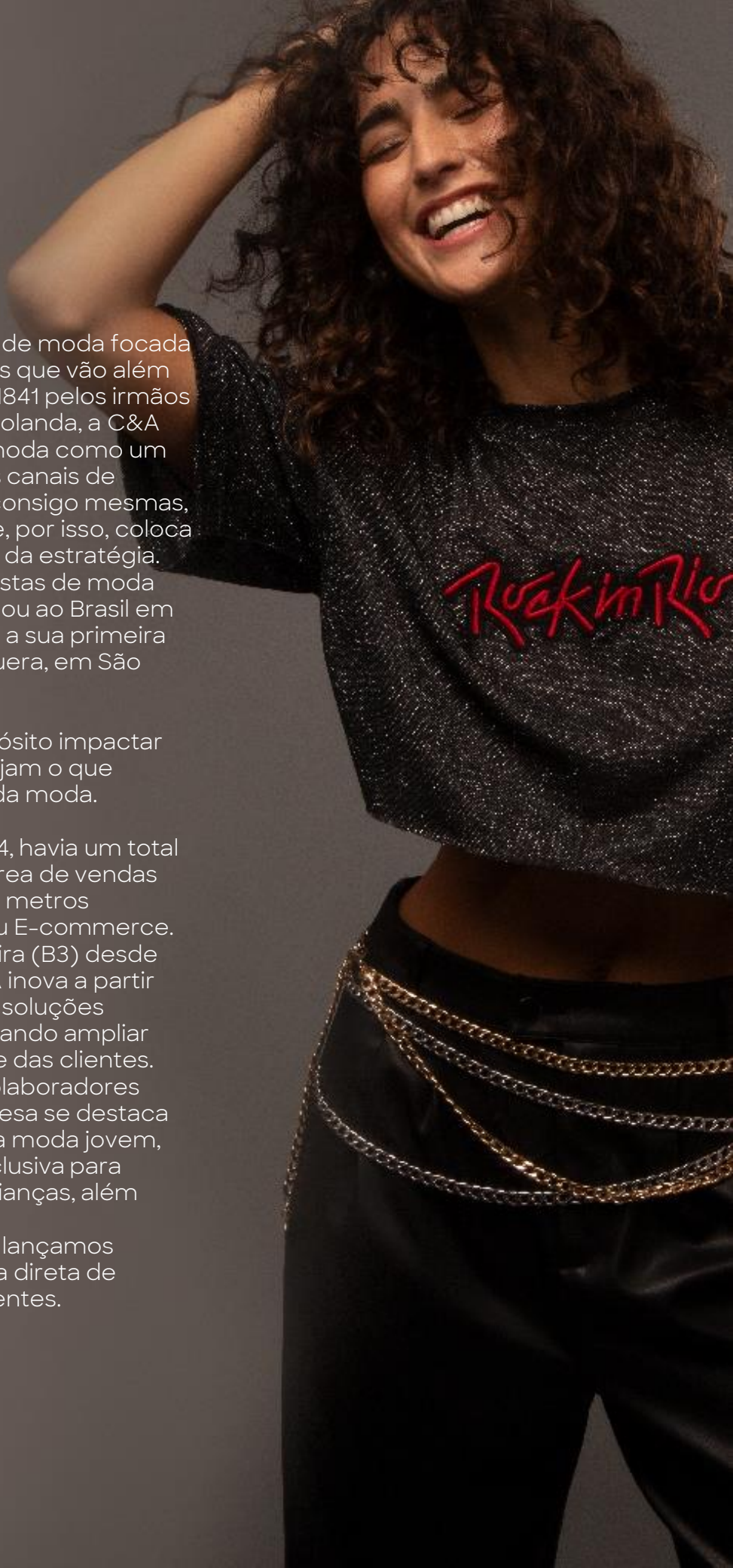


Sobre a C&A

A C&A é uma empresa de moda focada em proporcionar 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 junho de 2024, havia um total de 331 lojas com uma área de vendas total de mais de 616 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 off line 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.





Release de resultados

2T24



Contatos:

Laurence Gomes | CFO e DRI

Juliane Goulart | juliane.goulart@cea.com.br

Pedro Abe | pedro.abe@cea.com.br



Earnings release

2Q24

Earnings Call

Date: 08/08/2024 (Portuguese/English)

Brasília: 11am | New York: 10am | London: 3pm

webcast: ri.cea.com.br



CEAB
B3 LISTED NM
SMLL B3

IGCT B3
IBRA B3

IGC-NM B3
ITAG B3

IGC B3
ICON B3

ISE B3
IGPTWB3

Key Highlights

2Q24

Apparel net revenue grows 13.1% in 2Q24 and Adjusted EBITDA reaches R\$359.5 million, 28.8% higher than 2Q23

Apparel same store sales increased by **13%** in 2Q24

Apparel gross margin was **57.7%**, **1.3 pp** higher than 2Q23

Post-IFRS16 adjusted **EBITDA margin expanded** by **2.6 pp** to **19.6%**

Operational expenses² had a **slight reduction of 0.2 pp** as a % of net revenue vs 2Q23

Adjusted net income totaled R\$58.1 million, an important growth vs same period last year

Leverage decreased to 1.4x in 2Q24 from 3.8x in 2Q23⁵

KPI's (R\$ Million)	2Q24	2Q23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Consolidated net revenue	1,831.6	1,643.0	11.5%	3,284.6	2,883.5	13.9%
Apparel net revenue	1,528.6	1,351.0	13.1%	2,709.3	2,317.0	16.9%
Same store sales - apparel (SSS) ¹ (%)	13.0%	0.7%	12.3 p.p.	16.7%	2.2%	14.5 p.p.
Same store sales - merchandise (SSS) ¹ (%)	10.1%	-2.2%	12.3 p.p.	12.2%	-0.7%	12.9 p.p.
Consolidated gross profit	1,025.8	879.3	16.7%	1,796.2	1,503.9	19.4%
Consolidated gross margin (%)	56.0%	53.5%	2.5 p.p.	54.7%	52.2%	2.5 p.p.
Apparel gross margin (%)	57.7%	56.4%	1.3 p.p.	56.1%	55.0%	1.1 p.p.
Gross merchandise margin (%)	54.4%	52.0%	2.4 p.p.	52.8%	50.3%	2.4 p.p.
Operating expenses ²	(607.4)	(548.7)	10.7%	(1,173.1)	(1,053.5)	11.4%
Adjusted EBITDA ³ (post-IFRS16)	359.5	279.0	28.8%	540.0	359.2	50.4%
Adjusted EBITDA margin (post-IFRS16) (%)	19.6%	17.0%	2.6 p.p.	16.4%	12.5%	4.0 p.p.
Net income (loss)	83.9	4.2	1884.4%	154.7	(122.1)	-
Adjusted net income (loss) ⁴	58.1	3.2	1701.1%	(3.2)	(124.5)	-97.4%
Investments	57.2	55.7	2.7%	90.9	105.5	-13.8%

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

(2) For analysis purposes, considers sales, general and administrative expenses only.

(3 & 4) Adjustments include: (i) other net operating revenue (expenses), (ii) trade financial revenue, (iii) recovery of tax credits and (iv) long-term incentives for employees.

(5) Includes commitment with Bradescard



Message from Management

In 2Q24, we consistently delivered solid operational performance, with a 13.1% increase in Apparel sales, driven primarily by volume. We achieved gross margin expansion for the 10th consecutive quarter, which, combined with the dilution of operating expenses, resulted in significant growth in both EBITDA and net income.

This quarter, despite higher-than-average temperatures for this time of year, we were able to quickly react and effectively adapted to consumer demand for year-round or mid-season products. We swiftly adjusted our supply chain, allocation and distribution systems, visual merchandising strategy, and store operations. Additionally, we modified our Mother's Day and the Brazilian Valentine's Day commercial campaigns to better align with customer preferences. As a result, these campaigns saw double-digit sales growth. The responsiveness of our supply chain, coupled with the agility and creativity of our commercial teams and solid operational execution, were key factors for this result. During this period, we observed an expansion of our customer base, improvements in NPS indicators, and increased conversion rates, indicating the consistency of the Company's operational performance.

We made progress in executing the C&A Energy Strategy, focusing on three priorities: Product, Omni Journey, and Customer Relationship Management. Various initiatives entered the rollout phase after testing in both physical and online stores. Highlights of the period include the revamping of our jeans section, which showed strong commercial performance in pilot stores, and the Dispersão Project, with the launch of wave 1, featuring customized actions in 25 stores aimed at increasing sales per square meter. Another significant advancement was strengthening our team with new leadership in the areas of Commercial Planning and E-commerce.

C&A Pay, our 100% digital credit and payment instrument, reached six million digital cards issued. This proprietary tool stands out for its flexible technological platform, designed to provide a seamless and frictionless credit and payment experience. The increasing penetration of C&A Pay in sales is in line with the original plan and continues to be supported by a robust credit granting and recovery governance structure.

This quarter, we continued the process of deleveraging the Company with a net debt amortization of R\$422 million, achieving a total net debt to EBITDA ratio of 1.4 times. We maintained strong financial discipline in capital allocation, reducing the cash conversion cycle and prioritizing Capex investments.

On the ESG front, we achieved the recertification of Cradle to Cradle Gold level (C2C). C&A is the first fashion retailer in Brazil to offer pieces with this certification. In May, we launched the new collection Cycles, certified C2C, ensuring a responsible production process from cotton cultivation, through water resource management in the production chain, to the recycling process of fashion products.

For the second half of 2024, we believe there are growth opportunities with the transition to the spring-summer collection, featuring updated and versatile fashion products, and by capturing the initial benefits of the C&A Energy Strategy.

C&A Modas S.A. Management



Financial Performance

Net revenue

In 2Q24, consolidated net revenue reached R\$1,831.6 million, up by 11.5% yoy. Merchandise net revenue was R\$1,705.5 million, a 10.1% increase and representing 93% of consolidated revenue. Retail financial services revenue grew by 33.6% over 2Q23, to R\$117.6 million.

Net revenue (R\$ Million)	2Q24	2Q23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Apparel	1,528.6	1,351.0	13.1%	2,709.3	2,317.0	16.9%
Electronics and Beauty	176.9	198.3	-10.8%	327.4	389.5	-15.9%
Merchandise net revenue	1,705.5	1,549.3	10.1%	3,036.7	2,706.6	12.2%
Other revenues	8.5	5.7	50.7%	16.4	9.8	67.8%
Financial services revenues	117.6	88.0	33.6%	231.4	167.1	38.5%
Consolidated net revenue	1,831.6	1,643.0	11.5%	3,284.6	2,883.5	13.9%
Same store sales performance ¹ (%)	2Q24	2Q23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Apparel	13.0%	0.7%	12.3 p.p.	16.7%	2.2%	14.5 p.p.
Electronics and Beauty	-9.6%	-17.9%	8.3 p.p.	-15.1%	-15.0%	-0.1 p.p.
Same store sales - merchandise (SSS)¹ (%)	10.1%	-2.2%	12.3 p.p.	12.2%	-0.7%	12.9 p.p.

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

Apparel

Apparel net revenue reached R\$1,528.6 million, an increase of 13.1% compared to 2Q23. Same-store sales (SSS) also showed solid growth of 13%. Additionally, the Company continued to see accelerated sales performance in high-end and concept stores.

During the quarter, the temperatures were atypical for the period, resulting in very mild winter. However, C&A demonstrated strong agility in adjusting its product assortment and its visual merchandising strategy, as well as store operations and customer communication, ensuring that customers would find the products they were looking for.

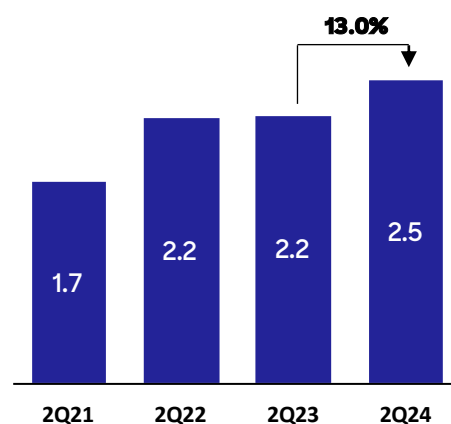
Therefore, despite unfavorable weather conditions compared to commercial planning, the Company showed resilience in the performance of all its divisions, with Women's division recording an 18% increase in sales compared to 2Q23, mainly driven by year-round products.

Additionally, greater efficiency generated by operational processes, such as Push & Pull and dynamic pricing, continued to produce significant results and contributed to the performance in the quarter.

+13.1%

increase in Apparel net revenue over 2Q23

Net revenue per square meter (R\$ 000)



Electronics and Beauty

As a result of closing 128 Electronics sales kiosks in the first half of the year, net revenue from the category decreased 26% in relation to same period last year.

The Beauty products category, launched at the end of 2019, achieved substantial revenue growth of 59% compared to 2Q23, partially offsetting the decline in electronics.

Overall, these categories totaled a net revenue of R\$176.9 million in 2Q24, a decrease of 10.8% compared to 2Q23.

Merchandise net revenue

Merchandise net revenue was 10.1% higher than in 2Q23, totaling R\$1,705.5 million. The decline in electronics sales was more than offset by the growth in Apparel and Beauty product sales.

Merchandise Same-store sales (SSS) increased by 10.1% in 2Q24 compared to 2Q23.

Other revenue

The line item "Other Revenue" increased by 50.7% in 2Q24, reaching R\$8.5 million. This growth was mainly driven by shipping fees from e-commerce sales, insurance, and mobile credit top-ups, among other sources.

Retail financial services

Net revenue from retail financial services in the quarter, excluding the commission fee that C&A Pay receives from C&A Modas, was R\$117.6 million, a 33.6% increase, primarily due to the growth of the C&A Pay operation, which accounted for 88% of the total retail financial services revenue and 26.9% of retail sales in the quarter.

Site & App

Site & App (R\$ Million)	2Q24	2Q23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Net revenue (site + app)	88.5	76.8	15.1%	156.3	130.5	19.8%
Net revenue (site + app) / merchandise net revenue (%)	5.2%	5.0%	0.2 p.p.	5.1%	4.8%	0.3 p.p.

Since 1Q24, to simplify and clarify its results, the Company has classified as online only those sales through its website or app.

Therefore, in 2Q24, net revenue from sales via the C&A app and website grew by 15.1% compared to 2Q23, reaching R\$88.5 million, with Apparel sales standing out, increasing by 35% in the period.

As part of the C&A Energy strategy, the review of the Omni Journey is a priority. As a result, the refactoring of the App and improvements to the digital platform infrastructure have begun, along with the hiring of a new director to lead the operation.

Gross profit & gross margin

Gross profit & gross margin (R\$ Million & %)	2Q24	2Q23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Apparel	882.1	762.5	15.7%	1,520.6	1,275.3	19.2%
<i>Gross margin (%)</i>	<i>57.7%</i>	<i>56.4%</i>	<i>1.3 p.p.</i>	<i>56.1%</i>	<i>55.0%</i>	<i>1.1 p.p.</i>
Electronics and Beauty	45.9	43.1	6.5%	81.5	86.7	-5.9%
<i>Gross margin (%)</i>	<i>26.0%</i>	<i>21.7%</i>	<i>4.2 p.p.</i>	<i>24.9%</i>	<i>22.2%</i>	<i>2.7 p.p.</i>
Merchandise gross profit	928.1	805.6	15.2%	1,602.2	1,362.0	17.6%
<i>Merchandise gross margin (%)</i>	<i>54.4%</i>	<i>52.0%</i>	<i>2.4 p.p.</i>	<i>52.8%</i>	<i>50.3%</i>	<i>2.4 p.p.</i>
Other	(19.7)	(14.0)	40.3%	(37.2)	(24.7)	50.6%
Financial services	117.4	87.7	33.8%	231.1	166.6	38.8%
Consolidated gross profit	1,025.8	879.3	16.7%	1,796.2	1,503.9	19.4%
<i>Consolidated gross margin (%)</i>	<i>56.0%</i>	<i>53.5%</i>	<i>2.5 p.p.</i>	<i>54.7%</i>	<i>52.2%</i>	<i>2.5 p.p.</i>

In 2Q24, **Apparel** gross profit was R\$ 882.1 million, a 15.7% increase compared to 2Q23, with gross margin expanding by 1.3 pp, reaching 57.7%. This result is due to the company's ability to react and adapt quickly to consumer demand for year-round or mid-season products, price adjustments through dynamic pricing, and a higher volume of full-price sales during the period, particularly for year-round products.

In the **Electronics and Beauty** categories, gross profit totaled R\$45.9 million, a 6.5% increase compared to 2Q23. Gross margin for these categories rose by 4.2 pp, to 26%.

As a result, **Merchandise gross profit** was R\$928.1 million, with gross margin expanding by 2.4 pp to 54.4%. **Consolidated gross profit** was R\$1,025.8 million, a 16.7% increase compared to 2Q23, with a consolidated gross margin of 56%, expanding by 2.5 pp during the period.

C&A's performance in Apparel and the lower contribution of Electronics sales during the quarter contributed to this improvement.

+2.4 pp
in merchandise gross
margin vs 2Q23

Operating expenses

Operating expenses (R\$ Million)	2Q24	2Q23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Selling expenses	(462.0)	(413.8)	11.6%	(885.7)	(807.1)	9.7%
General and administrative expenses	(145.4)	(134.9)	7.8%	(287.4)	(246.4)	16.7%
Operating expenses¹	(607.4)	(548.7)	10.7%	(1,173.1)	(1,053.5)	11.4%
Other operating income (expenses)	39.5	5.7	596.1%	103.8	11.3	821.7%
Total operating expenses²	(567.9)	(543.1)	4.6%	(1,069.3)	(1,042.2)	2.6%
%	2Q24	2Q23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Selling expenses / consolidated net revenue	25.2%	25.2%	0.0 p.p.	27.0%	28.0%	-1.0 p.p.
General and administrative expenses / net revenue	7.9%	8.2%	-0.3 p.p.	8.8%	8.5%	0.2 p.p.
Operating expenses³ / consolidated net revenue	33.2%	33.4%	-0.2 p.p.	35.7%	36.5%	-0.8 p.p.

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

2) Includes other operating income (expenses)

3) Excludes depreciation and amortization, including right-of-use (lease) depreciation, net credit losses and other operating income (expenses).

In 2Q24, operating expenses, excluding depreciation and net credit losses, amounted to R\$607.4 million, a 10.7% increase compared to 2Q23, but a slight decrease of 0.2 pp as a percentage of net revenue in the period.

Selling expenses grew by 11.6% compared to 2Q23, with an increase in marketing investments under the C&A Energy Strategy. As a percentage of net revenue, selling expenses remained stable, reaching R\$462 million.

General and administrative expenses were R\$145.4 million, up by 7.8% from 2Q23, but saw a slight reduction of 0.3 pp as a percentage of net revenue.

The line item "Other Operating Income (Expenses)" was positive at R\$39.5 million, primarily due to a reversal of a provision related to a tax dispute on the incidence of ICMS on TUSD/TUST electricity tariffs, amounting to approximately R\$30 million. This reversal followed the publication of a court ruling on the matter at the end of May 2024.

Financial services

Retail Financial Services Results

R\$ Million	Partnership			C&A Pay			Financial Services		
	2Q24	2Q23	Δ%	2Q24	2Q23	Δ%	2Q24	2Q23	Δ%
Net revenue¹	15.3	8.2	86.1%	114.8	79.9	43.7%	130.1	88.1	47.6%
Cost of service provided	(0.2)	(0.2)	-33.4%	(7.2)	0.0	-	(7.4)	(0.2)	2889.4%
Gross profit	15.1	8.0	89.8%	107.6	79.9	34.6%	122.7	87.9	39.6%
Selling expenses	(4.9)	(6.5)	-25.1%	(40.7)	(39.0)	4.5%	(45.6)	(45.5)	0.3%
General & administrative expenses	0.0	(0.1)	-	(3.9)	(4.9)	-20.1%	(3.9)	(5.0)	-21.4%
Credit losses, net	0.0	0.0	-	(69.1)	(59.0)	17.1%	(69.1)	(59.0)	17.1%
Other operating income (expenses)	0.0	0.0	-	0.0	(0.2)	-	0.0	(0.2)	-
Financial services results	10.2	1.4	637.0%	(6.1)	(23.1)	-73.7%	4.2	(21.7)	-
Depreciation and amortization	(0.6)	(0.3)	67.6%	(2.2)	(3.9)	-42.8%	(2.8)	(4.3)	-33.9%

1) Considers the fee C&A Pay receives from C&A Modas.

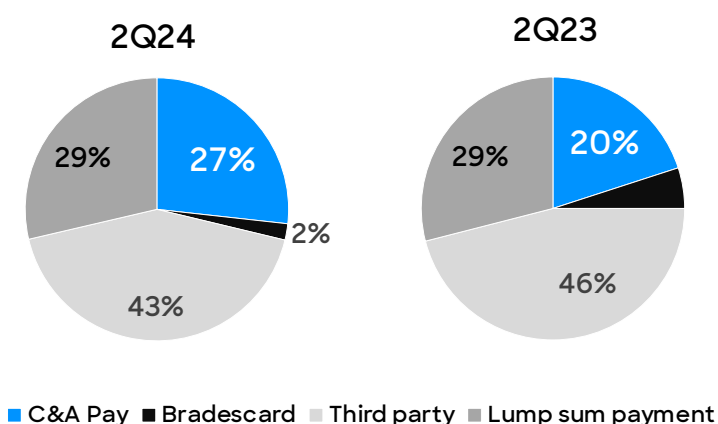
Net revenue from financial services for the quarter was R\$130.1 million, 47.6% higher than in 2Q23. Revenue from C&A Pay accounted for 88% of this total, growing by 43.7% during the period.

Sales expenses for C&A Pay totaled R\$40.7 million, covering personnel, credit & collections, and customer service expenses. General and administrative expenses posted a reduction of 20.1% compared to 2Q23. Net credit losses, which include the provision for losses, totaled R\$69.1 million, a 17.1% increase year-over-year.

The C&A Pay operation's result was a negative R\$6.1 million due to the higher level of provisioning for the portfolio, which has a natural increase resulting from a higher sales volume achieved in December 2023. In the first half of the year, the result of C&A Pay was R\$11.5 million positive.

It is worth noting that the active portfolio grew by 45.2% during the period, from R\$702.5 million to R\$1,020.3 million. For comparability purposes, considering the active portfolio up to 360 days, the growth was 30%.

Payment methods



Financial services

Operational performance

C&A Pay	2Q24	2Q23	Δ%
Active portfolio (million)	1,020.3	702.5	45.2%
Shae of retail sales	26.9%	20.0%	6.9 p.p.
New cards (thousand)	583.6	608.7	-4.1%
Issued cards (thousand)	6,092.0	3,597.6	69.3%
Losses net of recoveries over avg portfolio (%)			
Over avg. portfolio - 360 days	7.9%	9.1%	-1.2 p.p.
Over avg. portfolio - 720 days	7.2%	n/a	-
Net revenue over avg. portfolio (%)	12.0%	12.6%	-0.6 p.p.

In the quarter, C&A Pay issued 583.6 thousand new digital cards, reaching a total of 6.1 million cards issued, and accounted for approximately 26.9% of the Company's retail sales, an increase of 6.9 pp compared to 2Q23. This represents a sustainable growth, capturing market share from third-party cards and Bradescard, without extending the installment average term.

The portfolio showed stable indicators in the second quarter, with a slight reduction in Over 90 (0.3% compared to 2023). Additionally, the greater debt collection efficiency of C&A Pay has resulted in monthly improvements in rollovers, especially in stages over 180 days.

Portfolio Composition and Estimated Losses by Stage

R\$ million	2Q24			Estimated Loss	% Coverage
	Falling due	Overdue	Total		
Stage 1	634.0	22.4	656.5	20.0	3.04%
up to date	593.4	-	593.4	16.8	
up to 30 days	40.6	22.4	63.0	3.2	
Stage 2	15.2	44.9	60.1	7.7	12.72%
31 - 60 days	9.8	15.7	25.5	3.1	
61 - 90 days	5.4	29.2	34.6	4.5	
Stage 3 - up to 360 days	10.8	187.0	197.8	167.1	84.48%
91 - 120 days	3.1	24.6	27.6	20.3	
121 - 150 days	1.8	27.4	29.2	22.8	
151 - 180 days	1.1	29.0	30.0	24.5	
181 - 360 days	4.8	106.1	110.9	99.6	
Stage 3 - over 360 days	-	105.8	105.8	99.8	94.35%
Stage 3 - over 360 days	-	105.8	105.8	99.8	
On balance portfolio	660.1	360.2	1,020.3	294.6	28.87%
Off balance	-	-	519.1	0.1	0.02%
Total	660.1	360.2	1,539.3	294.7	19.14%
Coverage index - 360 days	-	-	-	-	21.30%
Coverage index - 720 days	-	-	-	-	28.87%
Stage 3 past-due portfolio over the total portfolio					
up to 360 days					21.63%
up to 720 days					29.76%

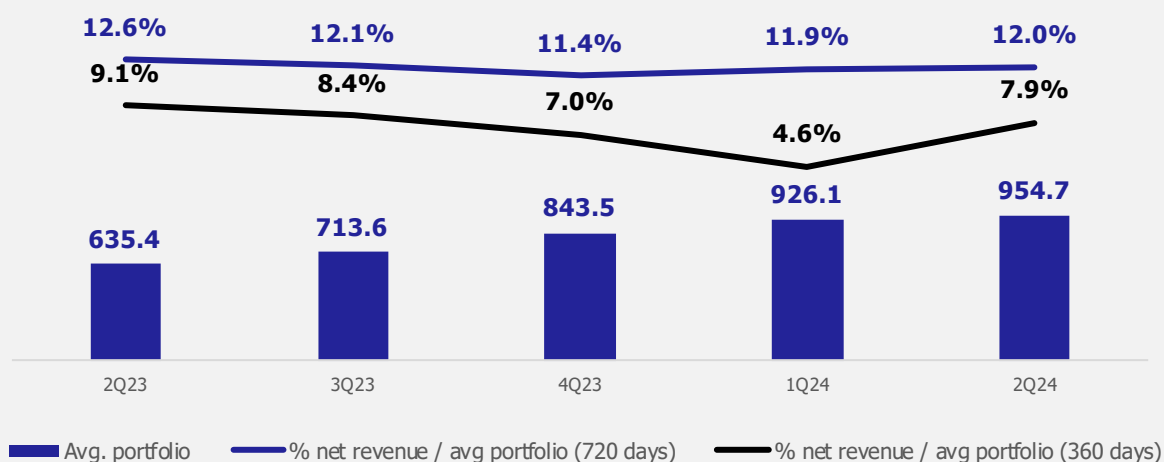


Financial services

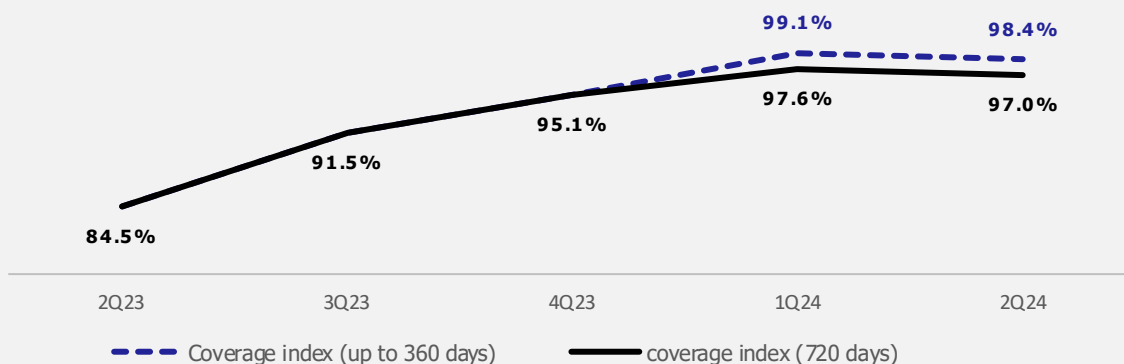
Credit Management

From December 2023, C&A Pay has adopted IFRS-9 accounting standards. Based on its track record of recovering overdue balances between 360 and 720 days at rates between 6% and 8%, the Company now includes overdue balances up to 720 days in its active portfolio. However, the provision for losses on balances over 360 days is set at 94.35%.

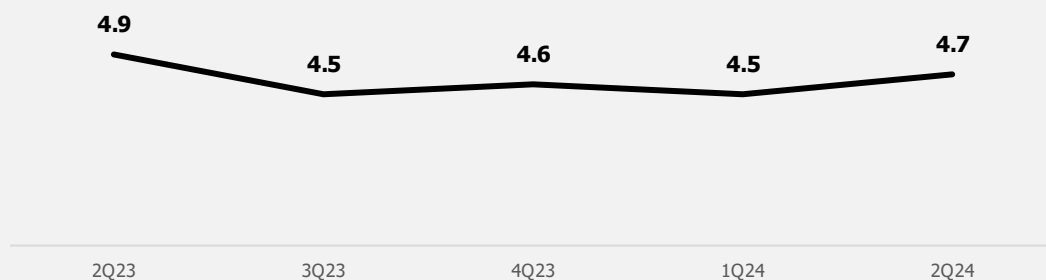
Net revenue and net losses over average portfolio



Over90 coverage index



Installments average term (monthly)



Adjusted EBITDA (Pós-IFRS 16)

R\$ Million & %	2Q24	2Q23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Net income (losses)	83.9	4.2	1884.4%	154.7	(122.1)	-
(+) Income taxes	35.1	(6.9)	-	16.3	(74.7)	-
(+/-) Financial results, net	101.5	104.6	-3.0%	105.4	205.6	-48.7%
(+) Depreciation & amortization	168.3	175.4	-4.0%	340.4	349.8	-2.7%
EBITDA (post-IFRS 16)	388.8	277.3	40.2%	616.8	358.6	72.0%
(+) Other operating income (expenses)	(26.0)	1.0	-	(28.9)	2.0	-
(+) Financial income from suppliers	4.2	2.3	80.9%	7.9	3.5	125.0%
(-) Recovery of tax credits	(13.5)	(6.7)	102.0%	(74.9)	(13.3)	464.1%
(+) Long term incentive	5.9	5.0	17.6%	19.0	8.3	128.5%
Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	359.5	279.0	28.8%	540.0	359.2	50.4%
Adjusted EBITDA margin (post-IFRS 16) (%)	19.6%	17.0%	2.6 p.p.	16.4%	12.5%	4.0 p.p.

In 2Q24, adjusted EBITDA post-IFRS 16 was R\$359.5 million, a significant increase of 28.8% compared to 2Q23. This figure excludes, among other amounts detailed in the table, the effect of a provision reversal related to a tax dispute on the incidence of ICMS on TUSD/TUST electricity tariffs, of approximately R\$30 million, recorded under other operating income (expenses).

The adjusted EBITDA margin post-IFRS 16 was 19.6%, 2.6 pp higher than 2Q23.

Adjusted EBITDA
(post-IFRS16)
+28.8%
over 2Q23

R\$ Million & %	2Q24	2Q23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	359.5	279.0	28.8%	540.0	359.2	50.4%
(+/-) Financial services results ¹	(11.4)	21.5	-	(45.0)	41.9	-
Retail Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	348.1	300.5	15.8%	495.1	401.1	23.4%
Retail Adjusted EBITDA margin (post-IFRS 16)	20.4%	19.4%	1.0 p.p.	16.3%	14.8%	1.5 p.p.

(1) Excludes intercompany results.

In the quarter, adjusted EBITDA (post-IFRS 16) for the Retail operation was R\$348.1 million, with a margin of 20.4%, 1.0 pp higher than 2Q23.

Financial results, net

R\$ Million	2Q24	2Q23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Exchange rate variation	(9.1)	2.3	-	(11.0)	1.6	-
Financial expenses	(128.1)	(151.7)	-15.5%	(272.9)	(320.6)	-14.9%
Interest expenses	(47.0)	(58.7)	-20.0%	(100.6)	(132.9)	-24.3%
Leasing interest expenses	(35.2)	(39.7)	-11.5%	(74.7)	(77.7)	-3.9%
PVA on suppliers	(23.5)	(27.4)	-14.0%	(51.6)	(55.3)	-6.7%
Interest expenses over suppliers - Bradescard	(16.4)	(17.3)	-5.2%	(32.8)	(35.2)	-6.8%
Interest expenses on taxes and contingencies	(4.6)	(5.4)	-14.5%	(10.6)	(11.6)	-8.7%
Early receivables charges	0.0	(1.5)	-	0.0	(3.1)	-
Other financial expenses	(1.5)	(1.6)	-8.5%	(2.6)	(4.8)	-45.4%
Financial income	33.7	43.7	-22.7%	175.6	112.3	56.4%
Interest income	13.1	24.4	-46.6%	123.2	49.1	150.9%
Interest on financial investments	16.5	16.9	-2.3%	44.4	59.7	-25.5%
Interest income over suppliers	4.2	2.3	80.9%	7.9	3.5	125.0%
Other financial income	0.0	0.0	-62.0%	0.0	0.0	-38.4%
Earnings from Bonds and Securities	2.0	1.2	68.6%	2.9	1.2	150.9%
Financial results, net	(101.5)	(104.6)	-3.0%	(105.4)	(205.6)	-48.7%

In 2Q24, the financial result was an expense of R\$101.5 million, representing a 3% reduction compared to 2Q23.

Financial expenses totaled R\$128.1 million, down 15.5% from 2Q23, with a notable reduction in interest expenses on loans, which decreased by 20% in the period, while financial income amounted to R\$33.7 million, impacted by a 46.6% reduction in interest income.

Net income (loss)

Net income (loss) (R\$ Million)	2Q24	2Q23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Net income (loss)	83.9	4.2	1884.4%	154.7	(122.1)	-
Net margin (%)	4.6%	0.3%	4.3 p.p.	4.7%	-4.2%	-
Adjusted net income (loss)	58.1	3.2	1701.1%	(3.2)	(124.5)	-97.4%
Adjusted net margin (%)	3.2%	0.2%	3.0 p.p.	-0.1%	-4.3%	-97.7%

(1) Adjustments include: (i) other net operating revenue (expenses), (ii) trade financial revenue, (iii) recovery of tax credits and (iv) social charges from long-term incentives paid to employees.

In 2Q24, net income totaled R\$83.9 million, a significant increase compared to the R\$4.2 million recorded in 2Q23. The net margin grew by 4.3 pp, reaching 4.6%.

Excluding primarily the effect of the provision reversal related to a tax dispute on the incidence of ICMS on TUSD/TUST electricity tariffs, of approximately R\$30 million, recorded under other operating income (expenses), C&A reported an adjusted net income of R\$58.1 million. This represents a significant improvement over 2Q23, with an increase of 3.0 pp in the adjusted net margin, to 3.2%.

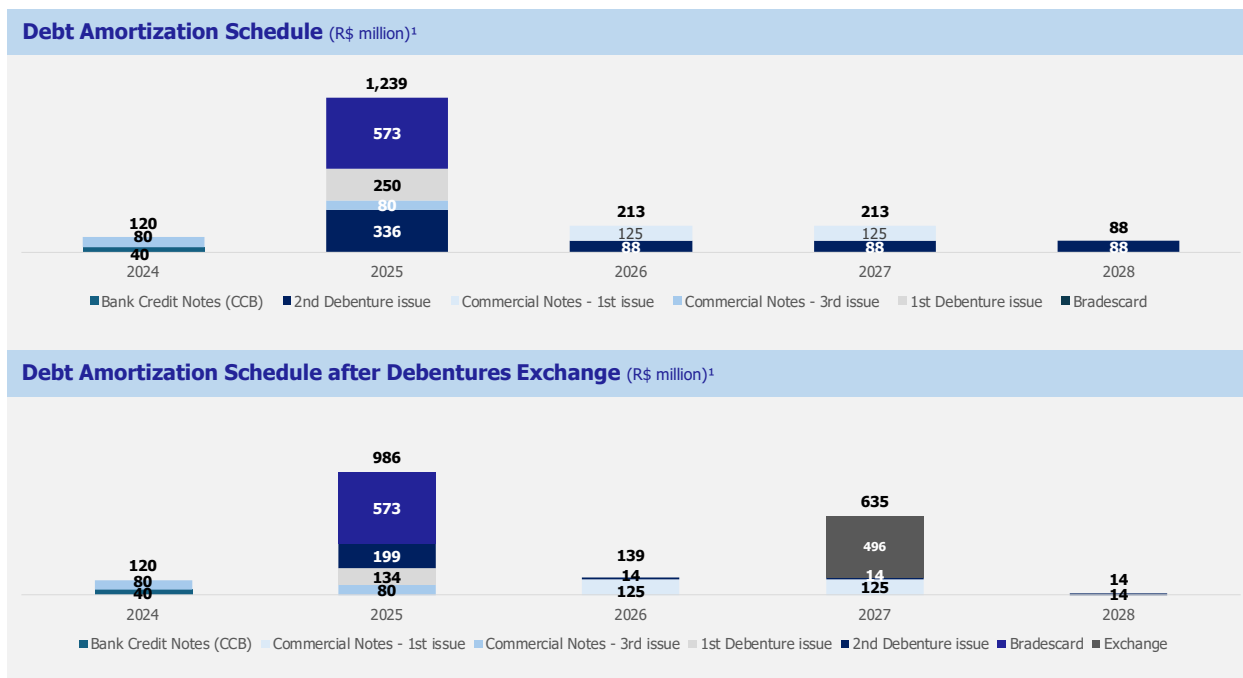
Indebtedness

R\$ Million	2Q24	2Q23	Δ%
Short-term debt	553.5	420.5	31.6%
Long-term debt	759.9	1,294.5	-41.3%
Gross debt	1,313.4	1,715.0	-23.4%
Buying back the right to offer credit products and financial services (Bradescard)	572.7	504.5	13.5%
Total gross debt	1,886.1	2,219.6	-15.0%
(-) Cash, cash equivalents & short-term investments¹	815.1	715.1	14.0%
(=) Net cash (debt)	(1,071.0)	(1,504.5)	-28.8%
LTM Adjusted EBITDA pre-IFRS16	789.4	399.1	97.8%
Leverage	1.4x	3.8x	-2.4x

(1) Excludes the effect of anticipation of receivables in the 2Q23. No such transactions were carried out in 2Q24.

At the end of 2Q24, the Company's total net debt, which includes the payment commitment with Bradescard, amounted to R\$1.071 million. The leverage ratio (net debt/Adjusted EBITDA pre-IFRS 16 for the last 12 months) was 1.4x, a substantial improvement compared to the previous year.

In July 2024, a Liability Management transaction to extend the debt profile was carried out, totaling R\$496 million. The Company completed the exchange of three debenture series, increasing the duration of these series from 1.4 to 2.1 years. With this operation, the Company reduced the amount to be amortized in 2025 by R\$252 million.



(1) The amortization schedule refers to the principal only, excluding interest.

Free cash flow

Adjusted free cash flow

R\$ Million	2Q24	2Q23	Δ%
Pre IFRS16 net income (losses) before Income Taxes and Social Contributio	121.3	1.7	6945.9%
Depreciation and amortization	86.0	90.1	-4.5%
(+/-) Other	117.5	133.8	-12.2%
Adjustments with no impact on cash	203.5	223.8	-9.1%
Income Tax and Social Contribution paid	(7.4)	(12.6)	-41.1%
Working capital	(208.1)	(80.5)	158.4%
Accounts receivable	(282.9)	(304.8)	-7.2%
Inventory	(63.5)	18.2	-
Suppliers	157.2	210.6	-25.4%
Other	(18.9)	(4.6)	311.7%
Cash from (used in) operating activities	109.2	132.4	-17.5%
Cash flow from investing activities	(45.5)	(56.4)	-19.3%
(=) Adjusted free cash flow	63.7	76.0	-16.1%

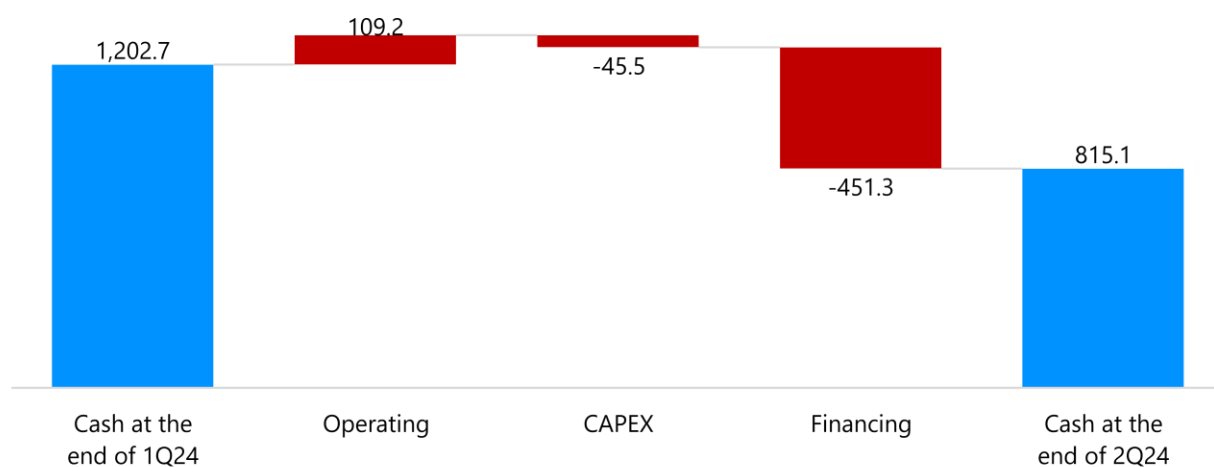
In 2Q24, C&A's operating activities generated R\$109.2 million in cash, a reduction of 17.5% compared to 2Q23, mainly due to an increase in inventories as a consequence of lower sales of winter products. Cash flow from investing activities totaled R\$45.5 million, a reduction of 19.3% compared to the same period last year.

As a result, adjusted free cash flow was R\$63.7 million, 16.1% lower than in 2Q23.

Changes in cash position (R\$ million)

At the end of the quarter, the cash and cash equivalents balance had decreased by R\$387.6 million compared to March 2024.

Operating activities generated R\$109.2 million in cash, while investments totaled R\$45.5 million, and financing activities consumed R\$451.3 million due to the payment of loans and financing and repurchase of shares to be held in treasury. As a result, C&A ended 2Q24 with a cash and cash equivalents balance of R\$815.1 million.



Investments

Investments (R\$ Million)	2Q24	2Q23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
New stores	7.1	3.3	115.2%	12.1	9.7	24.3%
Revamps and remodeling	16.6	19.1	-13.0%	20.6	24.1	-14.6%
Supply chain	1.9	4.1	-54.2%	1.9	5.1	-63.2%
Digital and technology	31.6	29.2	8.3%	56.4	66.6	-15.3%
Total	57.2	55.7	2.7%	90.9	105.5	-13.8%

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

In 2Q24, C&A invested R\$57.2 million. Of this amount, R\$31.6 million was allocated to digital and technology investments, R\$7.1 million was spent on new stores, and R\$16.6 million was used for revamps and remodels.

The investment level for the quarter does not yet fully reflect the CAPEX associated with C&A's Energy Strategy, due to the ongoing structuring/execution of projects and testing of initiatives. However, the company is expected to increase the investment volume in the second half of 2024 as it progresses with the execution of projects tied to the value levers of the C&A Energy Strategy.

Appendix

Adjusted EBITDA (pre-IFRS 16)

R\$ Million & %	2Q24	2Q23	Δ%	6M24	6M23	Δ%
Net income (losses)	85.0	7.0	1108.5%	164.5	(115.2)	-
(+/-) Income taxes	35.7	(5.5)	-	23.3	(71.2)	-
(+/-) Financial results, net	66.4	64.9	2.3%	30.7	127.9	-76.0%
(+) Depreciation & amortization	86.0	90.1	-4.5%	175.4	178.2	-1.6%
EBITDA (pré-IFRS 16)	273.0	156.5	74.5%	393.9	119.8	228.9%
(+) Other operating income (expenses)	(26.2)	4.1	-	(38.9)	6.2	-
(+) Financial income from suppliers	4.2	2.3	80.9%	7.9	3.5	125.0%
(-) Recovery of tax credits	(13.5)	(6.7)	102.0%	(74.9)	(13.3)	464.1%
(+) Long term incentives	5.9	5.0	17.6%	19.0	8.3	128.5%
Adjusted EBITDA (pré-IFRS 16)	243.5	161.3	51.0%	307.1	124.6	146.6%
Adjusted EBITDA margin (pré-IFRS 16) (%)	13.3%	9.8%	3.5 p.p.	9.4%	4.3%	5.0 p.p.

Bradescard Partnership KPIs

Bradescard KPIs	2Q24	2Q23	Δ%
Avg trade receivables (million)	2,060.3	2,598.8	-20.7%
Share of retail sales	2.0%	5.0%	-3.0 p.p.
New cards (thousand)	0.3	27.6	-99.0%
Losses net of recoveries over avg portfolio (%)	2.0%	3.7%	-1.8 p.p.

Consolidated Balance Sheet

R\$ million	2Q24	4Q23
Total assets	8,612.8	9,417.7
Current assets	3,907.7	4,441.8
Cash and cash equivalents	610.1	1,155.6
Bonds and securities	205.0	191.6
Trade receivables	1,482.6	1,778.4
Inventory	1,088.7	875.2
Taxes recoverable	445.6	388.5
Derivatives	7.1	0.7
Related parties	0.1	0.1
Other Assets	68.5	51.8
Non-Current Assets	4,705.1	4,975.8
Taxes recoverable	1,165.0	1,197.8
Deferred taxes	517.3	536.0
Judicial deposits	39.2	47.7
Related parties	0.0	0.0
Other assets	2.4	3.2
Properties and equipment	717.5	763.4
Right-of-use assets - leases	1,343.3	1,462.9
Intangible assets	920.5	964.8
Total liabilities and shareholder's equity	8,612.8	9,417.7
Current liabilities	2,855.4	3,200.1
Lease liabilities	532.8	501.6
Suppliers	1,038.7	1,189.2
Drawee risk liabilities	286.5	364.7
Loans	560.6	511.4
Derivatives	0.0	1.4
Labor liabilities	210.4	231.4
Related parties	69.0	71.7
Taxes payable	109.3	287.2
Other liabilities	48.1	41.5
Non-current liabilities	2,615.0	3,204.8
Lease liabilities	1,067.9	1,209.8
Suppliers	0.4	11.4
Suppliers buying back the right to offer credit (Bradescard)	572.7	539.9
Loans	759.9	1,176.4
Labor liabilities	17.1	18.7
Provisions for tax, civil, and labor risks	127.6	185.0
Taxes payable	15.6	12.4
Other liabilities	53.9	51.2
Shareholder's equity	3,142.3	3,012.7
Share capital	1,847.2	1,847.2
Shares in Treasury	(31.3)	(8.5)
Capital reserve	42.8	49.9
Accumulated gains (losses)	154.7	0.0
Profit reserve	1,124.7	1,124.7
Other comprehensive income	4.2	(0.6)

Income Statements

R\$ Million	2Q24	2Q23	Δ%
Net operating revenue	1,831.6	1,643.0	11.5%
Apparel	1,528.6	1,351.0	13.1%
Fashiontronics and Beauty	176.9	198.3	-10.8%
Net revenue from goods	1,705.5	1,549.3	10.1%
Other revenue	8.5	5.7	50.7%
Retail revenue	1,714.0	1,555.0	10.2%
Financial services	117.6	88.0	33.6%
Cost of goods/services	(805.8)	(763.6)	5.5%
Gross profit	1,025.8	879.3	16.7%
Apparel	882.1	762.5	15.7%
Fashiontronics and Beauty	45.9	43.1	6.5%
Gross profit from goods	928.1	805.6	15.2%
Other gross profit	(19.7)	(14.0)	40.3%
Gross profit from retail	908.4	791.6	14.8%
Gross profit from financial services	117.4	87.7	33.8%
Operating (expenses) and revenue	(805.3)	(777.4)	3.6%
General and administrative	(145.4)	(134.9)	7.8%
Selling expenses	(462.0)	(413.8)	11.6%
Depreciation and amortization	(168.3)	(175.4)	-4.0%
Other net operating income (expenses)	39.5	5.7	596.1%
Net credit losses	(69.1)	(59.0)	17.1%
Profit before Financial Revenue and Expenses	220.5	101.9	116.3%
Finance results	(101.5)	(104.6)	-3.0%
Exchange variation	(9.1)	2.3	-496.7%
Finance expenses	(128.1)	(151.7)	-15.5%
Finance income	33.7	43.7	-22.7%
Earnings from bonds and securities	2.0	1.2	68.6%
Profit before taxes	119.0	(2.7)	-4561.9%
Income taxes	(35.1)	6.9	-609.8%
Net income (losses) for the period	83.9	4.2	1884.4%

Cash Flow Statements

R\$ Million	2Q24	2Q23
Operating activities		
Allowance (reversal) for expected credit losses	171.0	(196.8)
Adjustments to reconcile income before income taxes to net cash flows:		
Allowance (reversal) for expected credit losses	110.5	104.7
Adjustment to present value of accounts receivables and suppliers	0.1	(7.8)
Expenses with stock-based compensation	6.9	4.4
Provisions for inventory losses	41.1	34.3
Gains/Recognition of tax claims, including monetary correction	(178.9)	(39.4)
Depreciation and amortization	175.4	178.2
Impairment (Reversal) of provisions for property and equipment, intangibles, and right-of-use assets	15.8	(2.2)
Losses from the sale or disposal of property and equipment and intangible assets	0.3	5.3
Right-of-use amortization	181.1	188.4
Lease liabilities	(4.4)	(2.6)
Interest on leases	81.4	83.9
Interest on loans	100.6	132.9
Amortization of the transaction costs on loans	2.5	2.8
Provisions (reversal) for tax, civil and labor risks	(34.8)	25.1
Update of judicial deposits	5.3	(4.9)
Yield from investments in bonds and securities	(7.9)	(0.4)
Variations in assets and liabilities:		
Trade receivables	190.5	90.4
Related parties	(2.7)	(12.8)
Inventory	(253.9)	(146.2)
Taxes recoverable	154.6	123.8
Other credits	(15.8)	(27.5)
Bonds and securities	(5.5)	4.5
Judicial deposits	0.5	10.7
Suppliers	(125.8)	(31.3)
Drawee risk liabilities	(78.2)	(73.9)
Labor liabilities	(28.8)	(14.1)
Other liabilities	5.8	(18.1)
Provisions for tax, civil and labor risks	(20.0)	(8.8)
Taxes payable	(123.7)	(129.1)
Income Tax and Social Contribution paid	(52.4)	(21.2)
Cash flow originating (invested in) operating activities	310.5	252.2
Investment activities		
Purchase of property and equipment	(31.4)	(37.9)
Purchase of intangible assets	(68.4)	(92.0)
Receivables from the sale of property and equipment	0.1	0.4
Cash flow used in investment activities	(99.7)	(129.6)
Financing activities		
New loans and debentures issued	0.0	381.4
Loan/debenture transaction costs	(0.4)	(4.8)
Repayment of loans (principal)	(360.0)	(725.4)
Interest paid on loans	(110.1)	(226.9)
Repayments and interest paid on leases	(256.5)	(258.3)
Share buy-back	(29.3)	(1.7)
Net cash flows originating from (used by) financing activities	(756.3)	(835.8)
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents	(545.5)	(713.2)

Glossary of terms

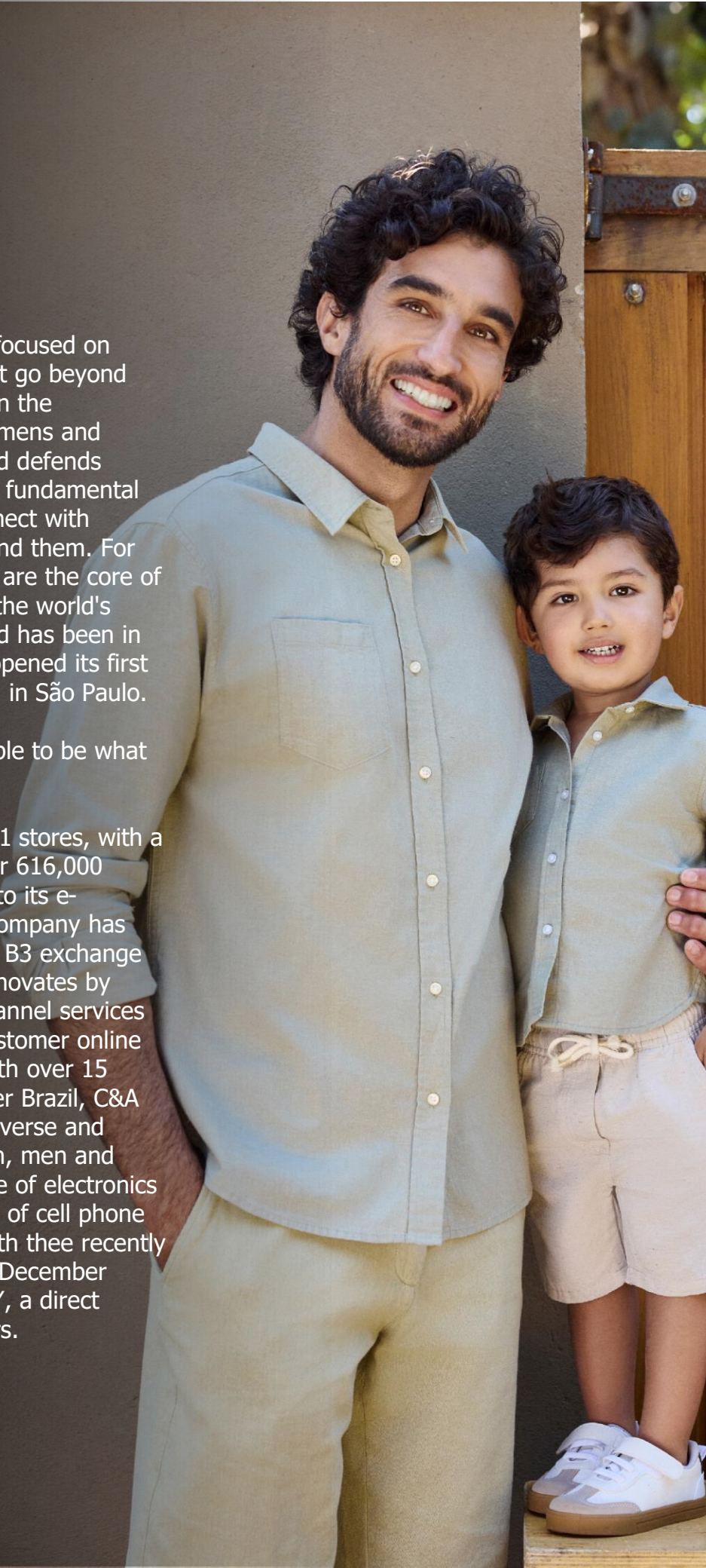
Expression	Meaning
1P	Merchandise in our own inventory marketed by our e-commerce.
3P	Third-party (seller) goods marketed by our e-commerce.
CAC:	Customer Acquisition Costs
Click and Pick-up	A solution whereby customers can buy online and pick-up their goods in one of our B&M stores.
Fashiontronics	Electronics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

About C&A

C&A is a fashion company focused on suggesting experiences that go beyond what to wear. Established in the Netherlands in 1841 by Clemens and August, C&A believes in and defends Fashion as one of the most fundamental channels for people to connect with themselves and those around them. For this reason C&A customers are the core of its strategy. C&A is one of the world's leading fashion retailers and has been in Brazil since 1976, when it opened its first store in Shopping Ibirapuera in São Paulo.

C&A aims to empower people to be what they want through fashion.

On June 30, 2024 it had 331 stores, with a combined sales area of over 616,000 square meters, in addition to its e-commerce activities. The Company has been listed on the Brazilian B3 exchange since October 2019, and innovates by offering digital and omnichannel services and solutions to expand customer online and offline experiences. With over 15 thousand employees all over Brazil, C&A offers young, innovative, diverse and inclusive fashion for women, men and children. It also offers a line of electronics products, with a wide array of cell phone and smartphones, along with three recently added beauty products. In December 2021 we launched C&A PAY, a direct credit offer for its customers.





Earnings release

2Q24

IR Contacts:

Laurence Gomes | CFO and IRO

Juliane Goulart |

Pedro Abe |

ri@cea.com.br

C&A

CEAB
B3 LISTED NM
SMLL B3

IGCT B3
IBRA B3

IGC-NM B3
ITAG B3

IGC B3
ICON B3

ISE B3
IGPTWB3