



Release de resultados

3T25

Videoconferência de Resultados

Data: 05/11/2025 (Português/Inglês)

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

webcast: ri.cea.com.br

IBOVESPA B3

ISE B3

SMLL B3

CEAB
B3 LISTED NM

IGCT B3

ICO2 B3

IGC-NM B3

IGC B3

IBRA B3

ITAG B3

ICON B3

IGPTWB3

Destques 3T25

Crescimento de 8,9% na receita líquida de vestuário e avanço de 41,7% no lucro líquido vs. 3T24



SSS¹ em Vestuário de **8,1%** e crescimento de **29,1%** na receita líquida acumulada de dois anos



Expansão de 1,9 p.p. na **margem bruta de mercadorias** vs. 3T24 e aumento de 0,3 p.p. na margem bruta de vestuário



Margem EBITDA de varejo ajustada² pré-IFRS16 de **10,9%**, com expansão de 0,9 p.p. vs. 3T24



Lucro líquido ajustado³ de R\$ 73,6 milhões, com expansão de 1,1 p.p. na margem líquida ajustada



Redução da alavancagem⁴ para 0,1x, e redução de **89,6%** na dívida líquida vs. 3T24



Aumento de **50,9%** na receita líquida de **Beleza** vs. 3T24 e conclusão da desmobilização de telefonia



Redução de 3,2 p.p. no **NPL** do C&A Pay vs. 3T24



Investimento de **R\$ 145,8 milhões** em **Capex** +79,6% superior ao 3T24



Crescimento de **8,2 p.p.** no **NPS** do 3T25 vs. 3T24



R\$ 243,8 milhões em **geração de caixa livre ajustada⁵**, com redução de **9 dias no ciclo de conversão de caixa**



Inclusão das ações da Companhia (CEAB3) no IBOVESPA B3



Inauguração do novo modelo de **loja Energia**



Reconhecida no **GPTW** como **#1** no varejo de moda e lançamento do programa de trainee 2025



21,7% no **ROIC^{3T25} LTM**



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

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

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

(4) Considerando o encerramento da parceria com o Bradescard na base comparativa.

(5) Fluxo de caixa livre ajustado considera aplicações financeiras.

Nota: ROIC calculado com base no lucro líquido ajustado dos últimos doze meses.

Destques 3T25

Resultados Consolidados

Indicadores (R\$ Milhões)	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Receita líquida consolidada	1.840,9	1.799,8	2,3%	5.511,4	5.084,4	8,4%
Receita líquida de vestuário	1.648,7	1.514,5	8,9%	4.807,9	4.223,8	13,8%
Vendas em mesmas lojas - vestuário (SSS) ¹ (%)	8,1%	18,9%	-10,8 p.p.	13,2%	17,5%	-4,3 p.p.
Vendas em mesmas lojas - mercadorias (SSS) ¹ (%)	4,8%	16,1%	-11,3 p.p.	10,8%	13,5%	-2,7 p.p.

(R\$ Milhões)	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Lucro bruto consolidado	1.005,9	978,5	2,8%	3.044,8	2.774,7	9,7%
Margem bruta consolidada (%)	54,6%	54,4%	0,3 p.p.	55,2%	54,6%	0,7 p.p.
Margem bruta - vestuário (%)	55,4%	55,1%	0,3 p.p.	56,3%	55,7%	0,6 p.p.
Margem bruta - mercadorias (%)	54,6%	52,7%	1,9 p.p.	54,6%	52,7%	1,9 p.p.
Despesas operacionais pós IFRS-16 ²	(658,7)	(634,3)	3,8%	(1.992,9)	(1.807,4)	10,3%
Despesas operacionais pós IFRS-16 / receita líquida consolidada	35,8%	35,2%	0,6 p.p.	36,2%	35,5%	0,6 p.p.
Despesas operacionais pré IFRS-16 ²	(783,1)	(750,3)	4,4%	(2.360,3)	(2.156,3)	9,5%
Despesas operacionais pré IFRS-16 / receita líquida consolidada	42,5%	41,7%	0,9 p.p.	42,8%	42,4%	0,4 p.p.

(R\$ Milhões)	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
EBITDA ajustado ³ (pós-IFRS16)	333,3	316,0	5,5%	1.016,2	856,0	18,7%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS16) (%)	18,1%	17,6%	0,5 p.p.	18,4%	16,8%	1,6 p.p.
EBITDA ajustado ³ (pré-IFRS16)	208,8	200,0	4,4%	648,9	507,2	27,9%
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS16) (%)	11,3%	11,1%	0,2 p.p.	11,8%	10,0%	1,8 p.p.

(R\$ Milhões)	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	69,5	42,8	62,2%	273,9	197,5	38,6%
Lucro (prejuízo) líquido ajustado ⁴	73,6	52,0	41,7%	200,9	48,7	312,3%
Investimentos	145,8	81,2	79,6%	298,4	172,1	73,4%

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

(2) Considera apenas despesas com vendas, gerais e administrativas, excluindo despesas de Depreciação e Amortização, inclusive a Depreciação Direito de Uso (Arrendamento), despesa com PDD e outras (despesas) receitas operacionais para fins de análise;

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

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

Mensagem da Administração

Desenhamos nossa estratégia do trimestre para priorizar uma execução com gestão de estoques mais ágil e com menor risco, garantindo capacidade de reação e *freshness* nas lojas no quarto trimestre. Essa abordagem é um exemplo claro do nosso modelo operacional dinâmico e assertivo, conectando performance e giro de estoques.

O terceiro trimestre é tradicionalmente marcado pela transição da coleção de inverno para verão – um período que exige uma estratégia precisa no planejamento comercial para capturar as vendas residuais do inverno ao mesmo tempo em que ocorre o recebimento dos novos produtos de verão.

Nesse contexto, a receita líquida de vestuário cresceu 8,9%, acompanhada de uma expansão de 0,3 p.p. na margem bruta e 0,9 p.p. na margem EBITDA de varejo, resultando em lucro líquido consolidado 41,7% superior ao do 3T24, totalizando R\$73,6 milhões.

Na gestão de capital de giro, alcançamos uma melhora de 9 dias no ciclo de conversão de caixa e geração de R\$243,8 milhões de fluxo de caixa livre, contribuindo para a redução da alavancagem a 0,1x dívida líquida/EBITDA.

Concluímos o processo de desmobilização da operação de telefonia e seguimos firmes na execução das três alavancas do Energia C&A (produto, jornada *omni* e relacionamento com clientes), cujos resultados vêm sendo reconhecidos por nossas clientes. Isso se reflete em um aumento de 8,2 p.p. no NPS em relação ao 3T24.

Durante o trimestre, inauguramos o novo modelo de Loja Energia, desenhada para oferecer uma jornada de compra mais fluida, relevante e inspiradora. Desde sua abertura, a unidade vem apresentando performance de vendas acima das expectativas e se consolidando como um ambiente de testes para novas práticas operacionais para uma jornada *omni*.

Avançamos também na nova Estratégia Logística, com o início dos investimentos no Centro de Distribuição de Santa Catarina e a otimização de processos e fluxos no CD de São Paulo, além da implantação dos primeiros hubs regionais.

Mantivemos uma postura conservadora na concessão de crédito, preservando a qualidade da carteira e evoluindo nos indicadores de inadimplência. O C&A Pay segue impulsionando a recorrência e o *spending* dos nossos clientes, com aumento de 3,5 p.p. na penetração em relação ao 3T24, encerrando o trimestre em 28,8%.

Na frente de pessoas, avançamos em iniciativas de fortalecimento cultural e desenvolvimento de talentos. Destacamos a retomada do Programa de Trainee C&A, voltado à formação de novas lideranças, e o reconhecimento na edição de 2025 pelo Great Place to Work (GPTW), no qual conquistamos o primeiro lugar entre os varejistas de moda como uma das melhores empresas para se trabalhar.

Outro marco importante foi a inclusão das ações da C&A (CEAB3) no IBOVESPA da B3, o principal índice da bolsa brasileira. Essa conquista reflete o aumento da liquidez e do volume de negociação e representa o reconhecimento do mercado à solidez do nosso modelo de negócios e à execução disciplinada da Estratégia Energia C&A.

O conjunto dos resultados operacionais e o avanço consistente das iniciativas estratégicas, aliado à disciplina financeira, reforçam nosso foco na alocação eficiente de capital, refletido na evolução do Retorno sobre o Capital Investido (ROIC), que atingiu 21,7% no trimestre.

Administração C&A Modas S.A.



Desempenho Financeiro

Receita líquida

Receita líquida (R\$ Milhões)	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Vestuário	1.648,7	1.514,5	8,9%	4.807,9	4.223,8	13,8%
Eletrônicos e Beleza	120,3	162,8	-26,1%	437,4	490,2	-10,8%
Receita líquida de mercadorias	1.769,0	1.677,3	5,5%	5.245,2	4.714,0	11,3%
Outras receitas ¹	5,9	9,9	-40,5%	18,2	26,3	-31,0%
Receita de serviços financeiros ²	65,9	112,6	-41,5%	248,0	344,1	-27,9%
Receita líquida consolidada	1.840,9	1.799,8	2,3%	5.511,4	5.084,4	8,4%

Desempenho das vendas em mesmas lojas (SSS) ³ (%)	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Vestuário	8,1%	18,9%	-10,8 p.p.	13,2%	17,5%	-4,3 p.p.
Eletrônicos e Beleza	-26,0%	-4,3%	-21,7 p.p.	-10,3%	-11,8%	1,5 p.p.
Vendas em mesmas lojas - mercadorias (SSS)³ (%)	4,8%	16,1%	-11,3 p.p.	10,8%	13,5%	-2,7 p.p.

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

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

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



Receita líquida

Vestuário

A Companhia segue fortalecendo sua proposta de valor ao oferecer produtos cada vez mais relevantes para a cliente. No trimestre, as coleções de Ano Todo, caracterizadas por produtos não sazonais - e que representam uma parcela importante do mix nas lojas - mantiveram performance consistente, com destaque para lingerie, Ace e jeans.

Nosso planejamento comercial desenhado para esse período de 2025, permitiu que a transição entre coleções ocorresse de forma gradual e controlada, garantindo a boa performance tanto nos produtos de meia-estação como nos produtos de inverno, o que assegurou a saída planejada do trimestre com um nível de estoque ajustado.

Dessa forma, as vendas em mesmas lojas (SSS) atingiram 8,1% no 3T25, mesmo diante da forte performance de 18,9% de crescimento em SSS do ano passado, seguindo a trajetória de ganho de produtividade com crescimento de 29,1% na receita líquida acumulada de dois anos.

Esse desempenho é sustentado pelo Test & Learn e pela velocidade que nos permite o desenvolvimento de coleções mais assertivas. Tudo isso, suportado pelo Hub de Inteligência Comercial.

Como resultado, a receita líquida de vestuário totalizou R\$1.648,7 milhões no 3T25, representando um aumento de 8,9% em relação ao 3T24.

O projeto dispersão avançou para sua quinta onda, alcançando 43 lojas no ano e totalizando 118 lojas, o que representa 35% do parque de lojas e seguimos com resultados consistentes, aumentando a produtividade nas vendas por m² das lojas. Tivemos também 7 reformas de lojas nesse trimestre, totalizando 14 reformas no ano.

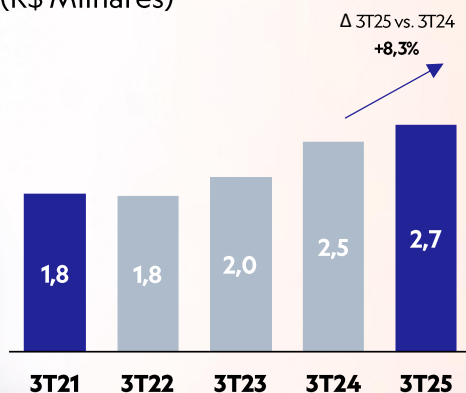
Por fim, as 3 novas lojas que foram inauguradas no primeiro semestre do ano permanecem com performance positiva, superando o plano inicial.



+8,9%

aumento de receita
de Vestuário vs. 3T24
CAGR (3T23-3T25): 13,6%

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



Receita líquida

Beleza

A categoria de Beleza segue ganhando relevância no portfólio de produtos da C&A. No 3T25, sua receita líquida avançou 50,9% em relação ao 3T24, impulsionada pela ampliação e revisão do seu sortimento, com destaque para fragrâncias.

Com isso, pelo sexto trimestre consecutivo, o aumento da receita líquida da categoria foi acima de 50% na comparação anual, reforçando a convicção da Companhia em relação ao potencial desses produtos.

A integração dessa categoria com a jornada de moda da cliente proporciona uma experiência mais completa e tem refletido diretamente na expansão da base de clientes de Beleza.

Eletrônicos

A Companhia concluiu em setembro, a retirada das operações remanescentes da categoria de telefonia celular. Ao longo de um ano e meio, foram encerrados mais de 300 quiosques, restando apenas a venda de produtos como óculos e relógios.

O processo de desmobilização foi bem sucedido e executado conforme a estratégia planejada. Essa adequação no portfólio da companhia, reforça nosso compromisso com a jornada de moda da nossa cliente, e tem impacto positivo na margem bruta de mercadorias e ciclo de conversão de caixa.

Mercadorias

Como resultado da performance de vendas em Vestuário, Beleza e Eletrônicos, a receita líquida de mercadorias apresentou um aumento de 5,5%, totalizando R\$1.769 milhões.

As vendas de mercadorias em mesmas lojas (SSS - Same Store Sales) apresentaram um aumento de 4,8%.

Outras receitas

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



Receita líquida

Site e App

A companhia segue investindo na jornada omni, aprimorando as funcionalidades do site e aplicativo, fortalecendo a conectividade entre as lojas físicas e o ambiente online.

Com objetivo de oferecer uma experiência de compra mais integrada, foi iniciado o processo de unificação da sacola de compras do site e App da cliente com o app do associado, permitindo ofertas de produtos mais personalizadas. Novas alternativas de meios de pagamento e o login via redes sociais também foram incorporados.

Além disso, neste ano o App também vai contar com a funcionalidade IA Personal Shopper, que no 2T25 havia sido implementada no site, proporcionando buscas contextualizadas e maior interação com a cliente, impulsionando a conversão. Ao mesmo tempo, a Companhia segue com o aperfeiçoamento do seu novo site, com maior conteúdo de moda e recursos de personalização que impulsionam o engajamento das clientes.

Como resultado, no 3T25, a receita líquida de mercadorias provenientes das vendas do site e do aplicativo da C&A registrou um crescimento de 18,6% quando comparado ao 3T24 atingindo R\$112,2 milhões. A penetração do canal na receita de mercadorias aumentou 0,7p.p., correspondendo a 6,3% das vendas.

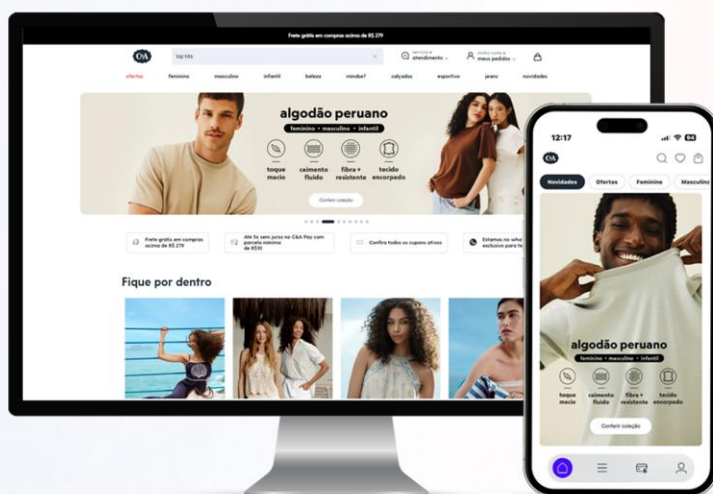
Site & App (R\$ Milhões)	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Receita líquida de mercadorias (site + app)	112,2	94,6	18,6%	311,9	250,9	24,3%
Receita líquida de mercadorias (site + app) / receita de mercadorias (%)	6,3%	5,6%	0,7 p.p.	5,9%	5,3%	0,6 p.p.

Serviços financeiros

A partir deste trimestre, após o encerramento da parceria com Bradescard ao final do 2T25, os resultados provenientes da JV com a instituição passam a não fazer mais parte dos resultados de serviços financeiros.

Dessa forma, a receita líquida de serviços financeiros, desconsiderando a taxa de comissionamento paga pela C&A Modas ao C&A Pay, totalizou R\$65,9 milhões no 3T25, uma redução de 41,4% em relação ao 3T24, devido a menor receita de parcelado com juros do C&A Pay.

Isolando apenas a operação do C&A pay, a receita do trimestre foi 30,4% menor comparado ao 3T24, com uma penetração de 28,8%.

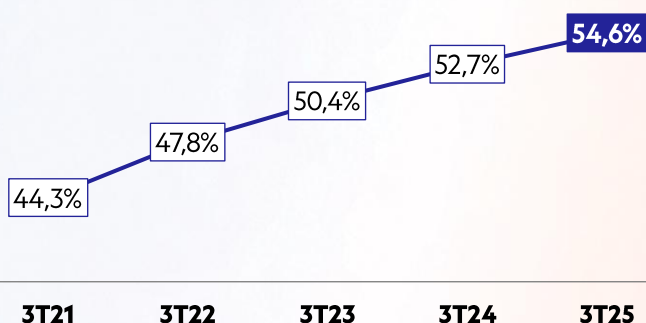


Lucro bruto e margem bruta

Lucro bruto e margem bruta (R\$ Milhões e %)	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Vestuário	912,7	833,9	9,5%	2.707,8	2.354,5	15,0%
Margem bruta (%)	55,4%	55,1%	0,3 p.p.	56,3%	55,7%	0,6 p.p.
Eletrônicos e Beleza	52,7	49,6	6,2%	158,7	131,1	21,0%
Margem bruta (%)	43,8%	30,5%	13,3 p.p.	36,3%	26,8%	9,5 p.p.
Lucro bruto de mercadorias	965,4	883,5	9,3%	2.866,5	2.485,7	15,3%
Margem bruta de mercadorias (%)	54,6%	52,7%	1,9 p.p.	54,6%	52,7%	1,9 p.p.
Outras ¹	(25,4)	(17,5)	45,4%	(69,4)	(54,6)	27,0%
Serviços financeiros	65,9	112,5	-41,4%	247,8	343,6	-27,9%
Lucro bruto consolidado	1.005,9	978,5	2,8%	3.044,8	2.774,7	9,7%
Margem bruta consolidada (%)	54,6%	54,4%	0,3 p.p.	55,2%	54,6%	0,7 p.p.

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

Evolução da margem bruta de mercadorias (em %)



O lucro bruto em vestuário totalizou R\$912,7 milhões, 9,5% superior ao 3T24, com expansão de 0,3 p.p. na margem bruta do trimestre, em função de um maior volume de vendas à preço cheio e uma preparação específica para o trimestre, que também resultou em uma posição de estoque saudável.

Além disso, a precificação dinâmica contribuiu para prolongar o ciclo de vida dos produtos de inverno, permitindo a extensão dessas coleções em loja por um maior tempo.

Essa dinâmica, combinada com a performance dos produtos de meia-estação e Ano Todo (não sazonais) contribuíram para essa expansão de margem em vestuário.

Em Eletrônicos e Beleza, o encerramento dos quiosques remanescentes aceleraram o crescimento de margem bruta do trimestre, convergindo para os patamares de Beleza e produtos como óculos e relógios, que seguem ganhando relevância no portfólio da Companhia.

Como resultado desses movimentos, a margem bruta de mercadorias expandiu 1,9 p.p., atingindo 54,6% no 3T25.

Despesas operacionais

Despesas operacionais (R\$ Milhões)	pós IFRS 16						pré IFRS 16					
	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Despesas com vendas	(480,7)	(469,3)	2,4%	(1.458,1)	(1.355,0)	7,6%	(596,7)	(577,0)	3,4%	(1.801,8)	(1.680,2)	7,2%
Despesas gerais e administrativas	(178,0)	(165,0)	7,9%	(534,8)	(452,4)	18,2%	(186,4)	(173,3)	7,5%	(558,5)	(476,0)	17,3%
Despesas operacionais¹	(658,7)	(634,3)	3,8%	(1.992,9)	(1.807,4)	10,3%	(783,1)	(750,3)	4,4%	(2.360,3)	(2.156,3)	9,5%
Outras receitas (despesas) operacionais	1,8	(5,7)	-	159,0	98,1	62,1%	1,8	(5,7)	-	151,7	108,1	40,3%
Despesas operacionais totais²	(656,8)	(640,0)	2,6%	(1.833,9)	(1.709,3)	7,3%	(781,3)	(756,0)	3,3%	(2.208,6)	(2.048,1)	7,8%
%	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Despesas com vendas / receita líquida consolidada	26,1%	26,1%	0,0 p.p.	26,5%	26,6%	-0,2 p.p.	32,4%	32,1%	0,4 p.p.	32,7%	33,0%	-0,4 p.p.
Despesas G&A / receita líquida consolidada	9,7%	9,2%	0,5 p.p.	9,7%	8,9%	0,8 p.p.	10,1%	9,6%	0,5 p.p.	10,1%	9,4%	0,8 p.p.
Despesas operacionais / receita líquida consolidada	35,8%	35,2%	0,6 p.p.	36,2%	35,5%	0,6 p.p.	42,5%	41,7%	0,8 p.p.	42,8%	42,4%	0,4 p.p.

(1) Exclui a despesa com PDD e outras (despesas) receitas operacionais para facilitar a análise.

(2) Inclui Outras (despesas) receitas operacionais.

A Companhia segue investindo nas alavancas do Energia C&A com o objetivo de reforçar sua estratégia de crescimento, mantendo o controle sob suas despesas operacionais.

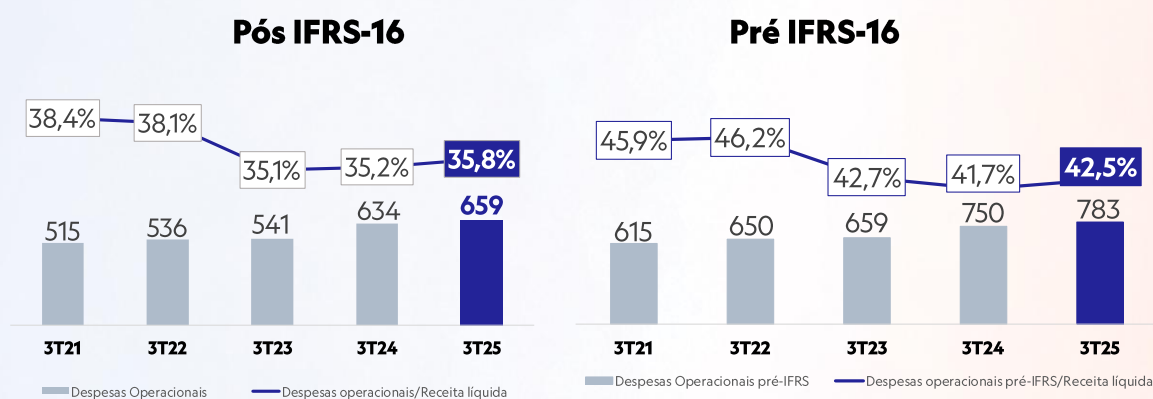
Na visão pré IFRS-16, as despesas com vendas somaram R\$596,7 milhões, o que representa um aumento de 3,4%. As despesas com marketing que reduziram 32,9% em relação ao 3T24 em função do maior nível de investimentos no ano passado (patrocínio do Rock in Rio). Na visão pós IFRS-16, as despesas ficaram estáveis como percentual da receita.

As despesas gerais e administrativas somaram R\$186,4 milhões no conceito pré IFRS-16, o que representa um aumento de 7,5% no período, refletindo os investimentos em estruturas internas, em linha com o Energia C&A. Como percentual da receita, houve um aumento de 0,5 p.p. No conceito visão pós IFRS-16, as despesas gerais foram de R\$178,0 milhões, um aumento de 7,9%. Como percentual da receita líquida, houve um aumento de 0,5 p.p.

Com isso, na visão pré IFRS-16 as despesas operacionais totalizaram R\$783,1 milhões, um aumento de 4,4% em relação ao 3T24, ficando abaixo da inflação do período. Como percentual da receita líquida, em função da estratégia planejada tanto da finalização do processo de desmobilização de telefonia como da menor receita de serviços financeiros (devido ao encerramento da parceria com Bradescard e da maior seletividade na oferta de crédito do C&A Pay), houve um aumento de 0,8 p.p.. Ainda, é importante destacar que, excluindo a receita de serviços financeiros e de Eletrônicos e Beleza, a diluição seria de aproximadamente 1,9 p.p.

Na visão pós IFRS-16, as despesas operacionais foram de R\$658,7 milhões.

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



Serviços financeiros

R\$ Milhões	C&A Pay			Bradescard			Serviços financeiros		
	3T25	3T24	Δ%	3T25	3T24	Δ%	3T25	3T24	Δ%
Receita líquida de impostos	79,6	114,4	-30,4%	0,0	10,1	-	79,6	124,5	-36,1%
Custo de captação	(7,3)	(7,8)	-6,2%	0,0	(0,2)	-	(7,3)	(7,9)	-8,0%
Lucro bruto	72,3	106,6	-32,2%	0,0	10,0	-	72,3	116,6	-38,0%
Despesas com vendas	(33,7)	(41,4)	-18,7%	0,0	(4,6)	-	(33,7)	(46,0)	-26,7%
Despesas gerais e administrativas	(2,9)	(4,5)	-34,3%	0,0	(0,0)	-	(3,0)	(4,5)	-34,1%
Perdas de crédito líquidas de recuperações	(27,8)	(42,9)	-35,1%	0,0	-	-	(27,8)	(42,9)	-35,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	0,0	0,0	-	0,0	0,0	-	0,0	0,0	-
(=) Resultado de serviços financeiros	7,9	17,8	-56,0%	0,0	5,4	-	7,8	23,2	-66,3%

A operação de crédito próprio da C&A, o C&A Pay, segue com foco na experiência do varejo e com disciplina na concessão de crédito. Esse direcionamento se reflete no aumento do NPS de produtos financeiros que seguem evoluindo na comparação anual.

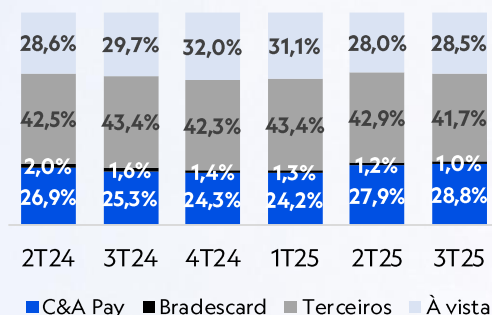
Além disso, essa postura mais conservadora também contribuiu para uma menor penetração do parcelado com juros, que reduziram sua participação na receita do Pay. Como resultado, a receita do trimestre foi 30,4% menor comparado ao 3T24.

A eficiência na estrutura de cobrança da Companhia, combinada com uma carteira saudável que apresenta qualidade nas novas safras e rolagens também contribuíram para a redução das perdas líquidas do trimestre. Ainda, também houve a cessão parcial da carteira vencida acima de 720 dias no montante total de R\$83,3 milhões, resultando em uma recuperação de crédito de R\$3,8 milhões. Como resultado, houve a redução de 35,1% na perda líquida do trimestre e sua relação sobre a carteira 360 dias atingiu 3,2%, 1,6 p.p. menor comparado ao 3T24. Desconsiderando a cessão de carteira, a perda líquida reduziu 1,1 p.p. vs 3T24.

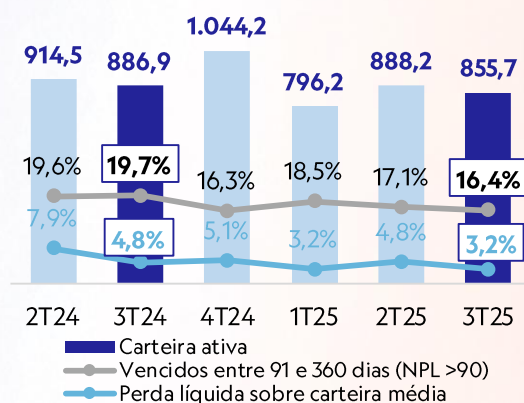
Em relação às despesas, a estrutura flexível da operação também contribuiu para uma redução nas despesas com vendas do trimestre, que atingiram R\$33,7 milhões, 18,7% inferior ao 3T24. Como resultado dessa dinâmica, mesmo com uma redução de 30,4% na receita do C&A Pay, o resultado operacional do trimestre foi positivo, atingindo R\$7,9 milhões de reais.

Por fim, vale destacar que no 2T25 foi encerrada a parceria com o Bradescard e, por essa razão, não há mais resultados advindos dessa operação.

Modalidade de pagamento



Carteira C&A Pay até 360 dias (R\$ Milhões)



Serviços financeiros

A carteira ativa até 360 dias do C&A Pay encerrou o trimestre totalizando R\$855,7 milhões, uma redução de 3,5% quando comparada ao 3T24.

Ao final do 3T25, a base de clientes do C&A Pay era de 8,5 milhões.

C&A Pay	3T25	3T24	Δ%
Carteira ativa 720 dias	1.036,4	1.040,6	-0,4%
Carteira ativa 360 dias	855,7	886,9	-3,5%
Participação na venda do varejo	28,8%	25,3%	3,5 p.p.
Cartões novos (mil)	490,6	486,4	0,9%
Cartões emitidos (mil)	8.499,8	6.578,5	29,2%
Índices de cobertura¹			
sobre vencidos > 91 e 720 dias	101,3%	99,9%	1,4 p.p.
sobre vencidos > 91 e 360 dias	107,1%	103,8%	3,3 p.p.

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

A estratégia direcionada para a recorrência e *spending* da base ativa de clientes do C&A Pay tem se mostrado eficaz. Com uma jornada cada vez mais integrada à moda, a Companhia segue fortalecendo o engajamento das clientes, refletido no aumento da frequência e recorrência de uso do C&A Pay. Esse comportamento contribui para reduzir o churn e elevar LTV da C&A, tornando sua base de clientes mais sólida. Como resultado, a penetração do C&A Pay entre os meios de pagamentos segue aumentando, atingindo 28,8% de penetração no 3T25, 3,5 p.p. superior ao 3T24.

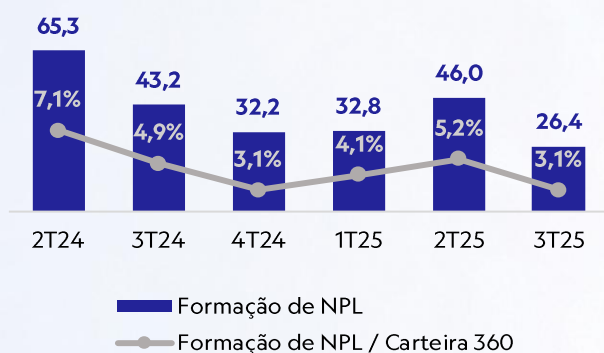
Além disso, a abordagem diligente quanto a seletividade da concessão de crédito, também implicou em uma originação de novos cartões que somou 490,6 mil, 0,9% superior montante do 3T24 e uma redução de 3,5% na carteira 360 dias, que atingiu R\$855,7 milhões.

Essa seletividade na concessão também é responsável por melhores safras e rolagens que contribuíram para uma redução na formação dos saldos vencidos entre 91 e 360 dias, que atingiu 3,1% sobre a carteira 360, o que representa uma evolução de 1,8 p.p. na comparação anual. Com isso, o NPL 90 também apresentou evolução, atingindo 16,4%, uma evolução de 3,3 p.p. na comparação anual.

Em função da redução da carteira em R\$31,2 milhões, o saldo do NPL incremental não é aplicável, apesar dos saldos vencidos entre 91 e 360 dias terem apresentado uma redução R\$33,9 milhões.

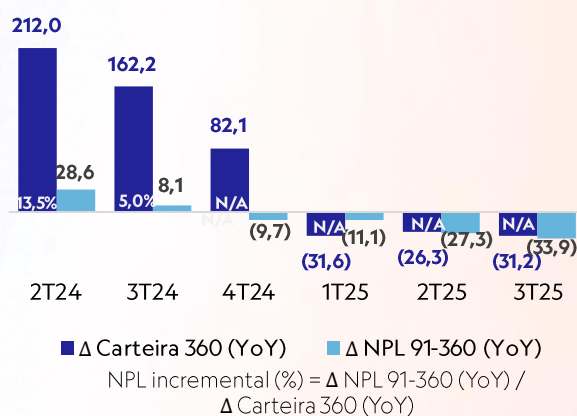
Por fim, a cobertura sobre vencidos entre 91 e 360 dias segue em patamares confortáveis e apresentou um aumento de 3,3 p.p., atingindo 107,1%. O nível de provisionamento da carteira entre 361 e 720 segue em patamares conservadores, com cobertura de 96,7%.

Formação de NPL (R\$ Milhões)



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

NPL Incremental² (R\$ Milhões)



EBITDA Ajustado

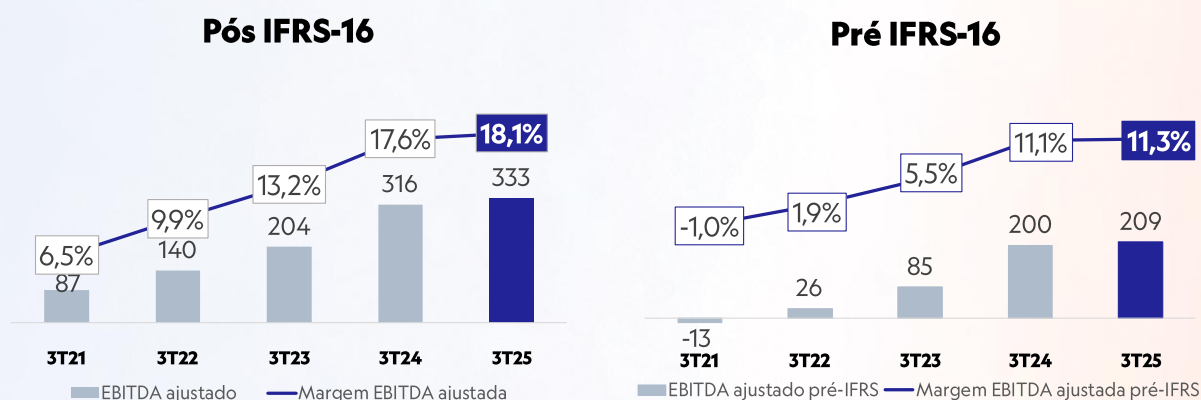
EBITDA Ajustado consolidado

R\$ Milhões e %	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Lucro líquido	69,5	42,8	62,2%	273,9	197,5	38,6%
(+) Impostos sobre o lucro	7,7	(7,0)	-	92,1	9,3	892,9%
(+/-) Resultado financeiro líquido	72,5	92,1	-21,4%	236,7	197,5	19,8%
(+) Depreciação e amortização	171,6	167,7	2,3%	510,6	508,1	0,5%
EBITDA (pós-IFRS 16)	321,3	295,6	8,7%	1.113,3	912,4	22,0%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais	2,3	3,6	-37,0%	(144,6)	(25,3)	471,9%
(+) Receita financeira de fornecedores	4,4	4,1	8,3%	7,3	12,0	-39,6%
(-) Recuperação de créditos fiscais	(4,1)	2,1	-	(14,4)	(72,8)	-80,2%
(+) Incentivo de longo prazo	9,4	10,6	-11,3%	54,7	29,7	84,3%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)	333,3	316,0	5,5%	1.016,2	856,0	18,7%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) (%)	18,1%	17,6%	0,5 p.p.	18,4%	16,8%	1,6 p.p.
EBITDA (pré-IFRS 16)	196,8	179,6	9,6%	738,6	573,6	28,8%
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)	208,8	200,0	4,4%	648,9	507,2	27,9%
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS 16) (%)	11,3%	11,1%	0,2 p.p.	11,8%	10,0%	1,8 p.p.

O EBITDA ajustado pré IFRS-16, totalizou R\$208,8 milhões, com expansão de 0,2 p.p. na margem EBITDA do trimestre, como resultado da expansão na margem bruta de mercadorias proveniente do aumento de 0,3 p.p. na margem bruta de vestuário e 13,3 p.p. na margem de eletrônicos e beleza. Esse movimento, combinado com uma redução na perda líquida do período foi responsável pela expansão da margem, mesmo com uma menor receita proveniente de serviços financeiros e telefonia.

Na visão pós IFRS-16, o EBITDA ajustado totalizou R\$333,3 milhões, 5,5% acima na comparação anual em função do melhor resultado operacional no trimestre e redução na perda líquida do período. A margem atingiu 18,1%, o que resulta em uma expansão de 0,5 p.p..

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



Nota: gráfico considerando visão pós IFRS-16

EBITDA Ajustado

EBITDA Ajustado da operação de Varejo

R\$ Milhões e %	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)	333,3	316,0	5,5%	1.016,2	856,0	18,7%
(+/-) Resultado de serviços financeiros ¹	(15,1)	(30,9)	-51,2%	(76,0)	(75,9)	0,1%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16) da operação de varejo	318,2	285,1	11,6%	940,2	780,1	20,5%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) da operação de varejo	17,9%	17,0%	0,9 p.p.	17,9%	16,5%	1,4 p.p.
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)	208,8	200,0	4,4%	648,9	507,2	27,9%
(+/-) Resultado de serviços financeiros ¹	(15,1)	(30,9)	-51,2%	(76,0)	(75,9)	0,1%
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16) da operação de varejo	193,7	169,1	14,6%	572,9	431,3	32,8%
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS 16) da operação de varejo	10,9%	10,0%	0,9 p.p.	10,9%	9,1%	1,8 p.p.

(1) Desconsidera 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 pré IFRS-16 da operação de Varejo foi de R\$193,7 milhões, com margem de 10,9%, 0,9 p.p. acima do mesmo período do ano passado.

Na visão pós IFRS-16, o EBITDA ajustado foi de R\$318,2 milhões com margem de 17,9%, um avanço de 0,9 p.p. na margem do período vs. 3T24.



Resultado financeiro

R\$ Milhões	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Variação cambial	(5,3)	1,5	-	(6,7)	(9,5)	-29,6%
Empréstimos	(4,6)	(0,4)	1123,1%	3,6	3,6	0,0%
Compras	(0,7)	1,8	-	(9,1)	(9,1)	0,0%
Despesas financeiras	(137,6)	(129,0)	6,6%	(434,3)	(401,9)	8,1%
Juros sobre empréstimos	(49,9)	(42,1)	18,5%	(147,9)	(142,7)	3,6%
Juros sobre arrendamentos	(44,4)	(35,3)	25,5%	(130,8)	(110,0)	18,9%
AVP de juros com fornecedores	(32,2)	(23,2)	38,8%	(86,2)	(74,7)	15,4%
Juros com fornecedores - Bradescard	0,0	(17,6)	-	(42,1)	(50,4)	-16,4%
Juros sobre impostos e contingências	(7,9)	(6,6)	20,2%	(19,3)	(17,2)	12,4%
Outras despesas financeiras	(3,2)	(4,2)	-23,8%	(7,9)	(6,8)	15,5%
Receitas financeiras	62,6	33,2	88,7%	177,9	208,7	-14,8%
Atualização monetária sobre créditos tributários	21,9	18,0	21,6%	68,7	158,4	-56,6%
Juros sobre aplicações financeiras	31,8	14,9	113,9%	98,5	55,7	76,7%
Tributos sobre receitas financeiras	(6,8)	(3,8)	80,2%	(17,1)	(17,4)	-2,0%
Receita financeira com fornecedor	4,4	4,1	8,3%	7,3	12,0	-39,6%
Outras receitas financeiras	11,3	0,0	1147758,0%	20,6	0,0	596384,0%
Resultado com títulos e valores mobiliários	7,9	2,3	242,9%	26,5	5,2	409,1%
Resultado financeiro líquido	(72,5)	(92,1)	-21,4%	(236,7)	(197,5)	19,8%

As despesas financeiras foram de R\$137,6 milhões no trimestre, em razão da manutenção da taxa de juros no período (SELIC) em patamar elevado, o que impactou a linha de juros sobre empréstimos e arrendamentos.

A antecipação do pagamento referente a quitação da obrigação com o Bradescard foi encerrada e contribuiu para a redução das despesas financeiras do trimestre.

As receitas financeiras apresentaram um aumento de 88,7%, somando R\$62,6 milhões no trimestre, em razão da maior posição de caixa no período e com maior rentabilidade vs. 3T24.

Como resultado, a Companhia apresentou uma despesa financeira líquida de R\$72,5 milhões negativos, o que representou uma redução de 21,4% vs. 3T24.



Lucro líquido

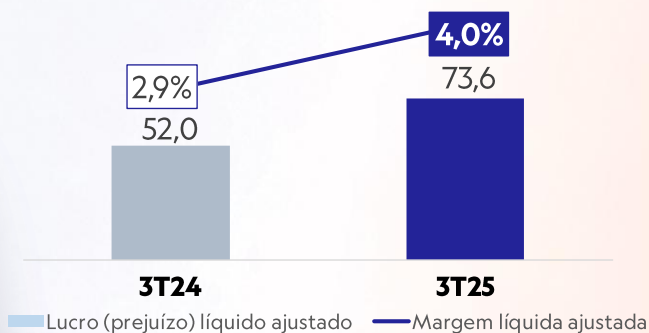
Lucro (prejuízo) líquido (R\$ Milhões)	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	69,5	42,8	62,2%	273,9	197,5	38,6%
Margem líquida (%)	3,8%	2,4%	1,4 p.p.	5,0%	3,9%	1,1 p.p.
Lucro (prejuízo) líquido ajustado ¹	73,6	52,0	41,7%	200,9	48,7	312,3%
Margem líquida ajustada (%)	4,0%	2,9%	1,1 p.p.	3,6%	1,0%	2,7 p.p.

(1) Lucro líquido pós- IFRS (2) 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 3T25, o lucro líquido reportado atingiu R\$69,5 milhões, representando um crescimento expressivo de 62,2% em relação ao 3T24. Esse desempenho reflete a evolução do resultado operacional, impulsionada pela expansão do EBITDA e pela redução da alavancagem.

O lucro líquido ajustado somou R\$73,6 milhões, avanço de 41,7% na mesma base de comparação, sustentando um incremento relevante de 1,1 p.p. na margem líquida ajustada.

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



Endividamento

R\$ Milhões	3T25	3T24	Δ%
Dívida de curto prazo	546,3	299,2	82,6%
Dívida de longo prazo	725,6	1.136,8	-36,2%
Dívida bruta	1.271,9	1.436,0	-11,4%
Compromisso Bradescard	0,0	590,3	-
Dívida bruta total	1.271,9	2.026,3	-37,2%
(-) Caixa, equivalentes de caixa e aplicações financeiras	1.180,5	1.148,1	2,8%
(=) Caixa (dívida) líquido	(91,5)	(878,1)	-89,6%
EBITDA Ajustado pré-IFRS16 (LTM)	1.117,6	903,0	23,8%
Alavancagem¹	0,1x	1,0x	-0,9x

Nota: Dívida de curto e longo prazo líquida de derivativos
(1) Medida pela relação dívida líquida/EBITDA

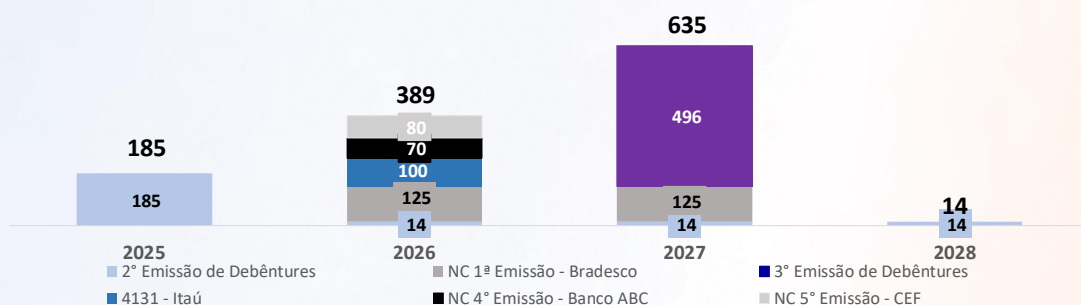
Neste trimestre, a Companhia reportou uma dívida bruta total de R\$1.271,9 milhões, uma redução de 37,2% vs. 3T24. Destaque, também, para a melhoria de 09 dias no ciclo de caixa da Companhia, que contribuiu para a geração de caixa do período e que permitiu a Companhia encerrar o trimestre com uma posição de caixa de R\$1.180,5 milhões.

Além disso, a alavancagem medida através da dívida líquida sobre o EBITDA Ajustado Pré-IFRS 16 dos últimos 12 meses também evoluiu, encerrando o trimestre em 0,1x. Essa melhora é explicada pelo aumento do EBITDA Pré IFRS16 em 23,8% e redução da dívida líquida em 89,6%.

Por fim, vale destacar que em outubro, a Companhia avançou com sua estratégia de *liability management* por meio da emissão de R\$300 milhões em debêntures em duas séries: Série 1 (3 anos) a CDI + 0,80% e Série 2 (5 anos) a CDI + 1,00%. Os recursos captados na Emissão, somados a recursos próprios da Companhia, foram integralmente destinados ao pré-pagamento de R\$420 milhões em dívidas de emissões anteriores, com vencimentos em 2026 e 2027.

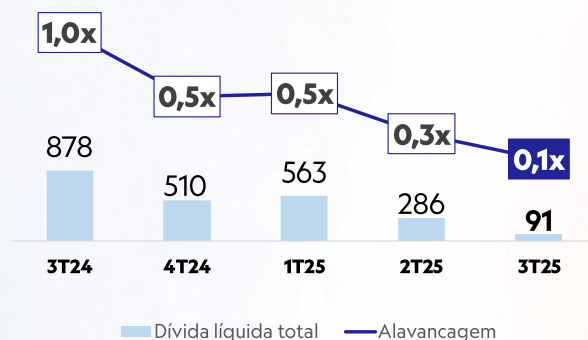
O fechamento da operação com taxas inferiores às inicialmente previstas reflete não apenas a atratividade do modelo de negócio da C&A, mas também seu atual cenário operacional e solidez financeira.

Cronograma de Amortização da Dívida (R\$ milhões)



Dívida líquida total e alavancagem (R\$ milhões)

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



Fluxo de Caixa

Fluxo de caixa ajustado

R\$ Milhões	3T25	3T24	%
Lucro (prejuízo) pré-IFRS16 antes do IR/CSLL	83,0	36,6	126,6%
Depreciação e amortização	85,8	86,2	-0,5%
(+/-) Outros	109,8	111,8	-1,8%
Ajustes sem efeito caixa	195,6	198,0	-1,2%
Imposto de renda e contribuição social pagos	(50,0)	(3,7)	1256,1%
Capital de giro	148,9	110,4	34,9%
Contas a receber	135,6	100,7	34,6%
Estoques	(40,0)	(94,1)	-57,5%
Fornecedores	(16,7)	7,2	-
Fornecedores Bradescard	0,0	-	-
Outros	70,0	96,6	-27,5%
Caixa originado (aplicado) pelas atividades operacionais	377,4	341,3	10,6%
Fluxo de caixa originado (aplicado) em atividades de investimentos	(133,6)	(72,3)	84,8%
(=) Fluxo de caixa livre ajustado	243,8	269,0	-9,4%

A Companhia registrou geração de caixa operacional de R\$377,4 milhões, crescimento de 10,6% em relação ao mesmo período do ano anterior, com evolução de nove dias no ciclo de conversão de caixa do trimestre, vs. 3T24.

O planejamento comercial da Companhia, direcionado à gestão eficiente de estoques também contribuiu para geração de caixa do período. A priorização por encerrar o trimestre com estoques bem dimensionados para reagir à demanda de fim de ano garantiu um maior giro dos produtos de vestuário e impulsionaram essa geração de caixa. Esse movimento, combinado com melhores prazos de recebimento em função da desmobilização da categoria de telefonia e redução na receita de parcelado com juros do C&A Pay, também fazem parte dessa evolução.

Em função do avanço no Energia C&A e início da execução da estratégia logística, o fluxo de caixa de investimentos totalizou R\$133,6 milhões, aumento de 84,8% frente ao 3T24.

Com isso, o fluxo de caixa livre ajustado atingiu R\$243,8 milhões, queda de 9,4% em comparação com o 3T24.

Fluxo de Caixa

Movimentação de caixa ajustado (R\$ milhões)

Ao final do 3T25, o saldo do caixa e equivalentes de caixa aumentou R\$176,6 milhões em relação ao 2T25.

O fluxo de caixa operacional foi de R\$377,4 milhões, 10,6% maior em relação ao mesmo período do ano anterior. Enquanto, o fluxo de caixa de financeiro totalizou R\$67,2 milhões.

Por fim, as atividades de investimentos totalizaram R\$133,6 milhões. Com isso, a posição final de caixa no período foi de R\$1.180,5 milhões.



Nota: Fluxo de caixa operacional considera os juros e principal de arrendamento; a posição de caixa final considera títulos e valores mobiliários.



Investimentos

Investimentos (R\$ Milhões)	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Novas lojas	9,0	4,1	118,5%	28,3	16,2	74,9%
Reformas e modelagens	89,9	41,5	116,6%	164,8	62,1	165,4%
Cadeia de suprimentos	16,4	3,1	422,1%	21,7	5,0	331,1%
Digital e tecnologia	30,4	32,4	-6,2%	83,6	88,8	-5,9%
Total	145,8	81,2	79,6%	298,4	172,1	73,4%

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

A Companhia investiu R\$145,8 milhões no 3T25, um aumento de 79,6% em relação ao 3T24. Esse crescimento foi impulsionado, principalmente, pelo avanço das reformas, que ganharam tração ao longo do trimestre e resultaram em 8 reinaugurações, incluindo o novo modelo de loja Energia. Destaca-se também o projeto Dispersão, que chegou à quinta onda e foi implementado em mais 22 lojas. Não houve novas inaugurações de lojas, mantendo o total em 333 unidades ao final do trimestre.

Outro ponto relevante foi o incremento nos investimentos na Estratégia Logística, com destaque para o início dos investimentos relacionado ao aumento de capacidade no CD de Santa Catarina, melhorias de produtividade por meio da revisão de processos, alterações de layout e aquisição de infraestrutura no CD de São Paulo, além da implementação da tecnologia Pick to Light na operação de Beleza.

Em tecnologia o investimento foi de R\$30 milhões, impulsionado pelo sortimento dinâmico com motores de IA, evolução das ferramentas de CRM e personalização. Além disso, os investimentos iniciais em RFID para o self Checkout também iniciaram, com o objetivo de aprimorar a jornada da cliente.





Anexo

EBITDA Ajustado Total

(Pré-IFRS 16)

R\$ Milhões e %	3T25	3T24	Δ%
Lucro líquido	69,5	42,8	62,2%
(+) Impostos sobre o lucro	7,7	(7,0)	-
(+/-) Resultado financeiro líquido	72,5	92,1	-21,4%
(+) Depreciação e amortização	171,6	167,7	2,3%
EBITDA (pós-IFRS 16)	321,3	295,6	8,7%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais	2,3	3,6	-37,0%
(+) Receita financeira de fornecedores	4,4	4,1	8,3%
(-) Recuperação de créditos fiscais	(4,1)	2,1	-
(+) Incentivo de longo prazo	9,4	10,6	-11,3%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)	333,3	316,0	5,5%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) (%)	18,1%	17,6%	0,5 p.p.
EBITDA (pré-IFRS 16)	196,8	179,6	9,6%
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)	208,8	200,0	4,4%
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS 16) (%)	11,3%	11,1%	0,2 p.p.



Balanço Patrimonial

R\$ Milhões	3T25	4T24
Ativo total	8.917,8	10.053,9
Ativo circulante	4.251,5	4.993,4
Caixa e equivalentes de caixa	907,3	1.403,2
Títulos e valores mobiliários	273,2	169,3
Contas a receber	1.271,4	1.862,8
Estoques	1.172,5	1.032,2
Tributos a recuperar	553,3	470,4
Derivativos	0,0	18,3
Outros ativos	73,9	37,2
Ativo não circulante	4.666,3	5.060,5
Tributos a recuperar	845,8	1.127,7
Tributos diferidos	502,0	530,1
Depósitos judiciais	92,4	144,9
Derivativos - LP	0,0	6,6
Outros ativos	5,0	4,8
Imobilizado	914,4	823,7
Direito de uso - arrendamento mercantil	1.469,3	1.529,9
Intangível	837,4	892,8
Total do passivo e patrimônio líquido	8.917,8	10.053,9
Passivo circulante	2.906,1	3.850,3
Arrendamento mercantil	366,7	352,7
Fornecedores	1.137,3	1.280,7
Dividendos e juros sobre capital próprio a pagar	101,9	101,9
Obrigações de risco sacado	304,0	350,0
Fornecedores ref. recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	0,0	608,6
Empréstimos	523,4	456,5
Derivativos	22,9	0,3
Obrigações trabalhistas	288,3	279,8
Tributos a recolher	127,1	375,9
Outros passivos	34,5	43,7
Passivo não circulante	2.474,9	2.895,1
Arrendamento mercantil	1.405,0	1.474,1
Fornecedores	4,7	0,2
Fornecedores ref. recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	0,0	0,0
Empréstimos	725,6	1.041,5
Derivativos - LP	0,0	0,0
Obrigações trabalhistas	18,4	20,3
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	251,5	293,1
Tributos a recolher	15,0	15,4
Outros passivos	54,7	50,6
Patrimônio líquido	3.536,8	3.308,5
Capital social	1.847,2	1.847,2
Ações em tesouraria	(48,2)	(34,4)
Reserva de capital	33,0	49,3
Lucros (prejuízo) acumulados	273,9	0,0
Reserva de lucros	1.439,1	1.439,1
Resultados abrangentes	(8,1)	7,3

DRE

R\$ Milhões	3T25	3T24	Δ%
Receita operacional líquida	1.840,9	1.799,8	2,3%
Vestuário	1.649,9	1.514,5	8,9%
Eletrônicos e Beleza	120,3	162,8	-26,1%
Receita líquida de mercadorias	1.770,2	1.677,3	5,5%
Outras receitas	4,8	9,9	-51,4%
Receita varejo	1.775,0	1.687,2	5,2%
Serviços financeiros	65,9	112,6	-41,5%
Custo de mercadorias/serviços	(834,9)	(821,3)	1,7%
Lucro bruto	1.005,9	978,5	2,8%
Vestuário	913,7	833,9	9,6%
Eletrônicos e beleza	52,7	49,6	6,2%
Lucro bruto de mercadorias	966,4	883,5	9,4%
Lucro bruto outras	(26,4)	(17,5)	51,3%
Lucro bruto varejo	940,0	866,0	8,5%
Lucro bruto de serviços financeiros	65,9	112,5	-41,4%
(Despesas) e receitas operacionais	(856,3)	(850,6)	0,7%
Gerais e administrativas	(178,0)	(165,0)	7,9%
Vendas	(480,7)	(469,3)	2,4%
Depreciação e amortização	(171,6)	(167,7)	2,3%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	1,8	(5,7)	-132,3%
Perdas em créditos, líquidas	(27,8)	(42,9)	-35,1%
Lucro antes das receitas e despesas financeiras	149,6	128,0	16,9%
Resultado financeiro	(72,5)	(92,1)	-21,4%
Variação cambial	(5,3)	1,5	-462,0%
Total despesas financeiras	(137,6)	(129,0)	6,6%
Total receitas financeiras	62,6	33,2	88,7%
Resultado com títulos e valores mobiliários	7,9	2,3	242,9%
Lucro antes dos impostos	77,2	35,8	115,4%
Impostos sobre o lucro	(7,7)	7,0	-210,3%
Lucro líquido (prejuízo) do exercício	69,5	42,8	62,2%

R\$ Milhões	3T25	3T24
Atividades operacionais		
Lucro antes dos impostos sobre a renda	366,0	206,8
Ajuste para reconciliar o resultado antes dos impostos com o fluxo de caixa:		
Constituição (reversão) de provisão para perdas de crédito esperadas	93,0	152,1
Ajuste ao valor presente do contas a receber e fornecedores	3,2	0,5
Despesas com remuneração baseada em ações	17,1	10,8
Constituição de provisão para perda nos estoques	69,2	61,7
Ganho/Reconhecimento de processos tributários, incluindo atualização monetária	(54,2)	(195,2)
Depreciação e amortização	256,0	261,6
Constituição (reversão) de provisão para redução ao valor recuperável do imobilizado, intangível e direito de uso	(10,1)	15,5
Perda na venda ou baixa do imobilizado e intangível	15,1	0,6
Amortização do direito de uso	279,4	270,6
Baixa de arrendamento	(7,5)	(4,4)
Juros sobre arrendamentos	142,1	120,2
Despesas com empréstimos e debêntures	136,1	145,1
Juros com fornecedores	42,1	50,4
Constituição (reversão) de provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	33,7	(36,0)
Derivativos	23,9	4,0
Atualização de depósitos judiciais	(5,1)	(7,5)
Rendimento de aplicação em títulos e valores mobiliários	(26,2)	(11,2)
Variações nos ativos e passivos:		
Contas a receber de clientes	503,9	291,2
Estoques	(221,9)	(348,0)
Tributos a recuperar	253,1	224,9
Outros créditos	(36,9)	(1,8)
Títulos e valores mobiliários	(77,7)	3,8
Depósitos judiciais	57,6	13,5
Fornecedores	(79,9)	(154,2)
Fornecedor Bradescard	(650,6)	0,0
Obrigações de risco sacado	(46,1)	(78,2)
Obrigações trabalhistas	(4,6)	8,9
Outros passivos	(10,0)	2,7
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(75,2)	(28,6)
Tributos a pagar	(194,0)	(141,3)
Impostos de renda e contribuição social pagos	(111,1)	(53,2)
Fluxo de caixa originado das atividades operacionais	680,6	785,3
Aquisição de imobilizado	(249,7)	(73,0)
Aquisição de intangível	(102,1)	(99,1)
Recebimento por vendas de ativos imobilizados	0,1	0,1
Fluxo de caixa aplicado em atividades de investimento	(351,8)	(172,0)
Novos empréstimos e emissão de debêntures	0,0	659,1
Custos de transação de empréstimos/debêntures	(0,4)	(2,0)
Pagamento do principal dos empréstimos	(228,4)	(915,8)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(156,3)	(147,6)
Pagamento do principal e juros de arrendamentos	(403,7)	(384,2)
Recompra de ações	(36,0)	(29,3)
Fluxo de caixa (consumido pelas) atividades de financiamento	(824,8)	(819,7)
Aumento (redução) líquido(a) de caixa e equivalentes de caixa	(496,0)	(206,5)

Glossário

Expressão	Significado
1P	Produtos do nosso estoque comercializados em nosso e-commerce.
3P	Produtos de parceiros (sellers) comercializados no nosso e-commerce.
CAC	Custo de aquisição de clientes
Clique e retire	Solução que permite que clientes façam suas compras on-line e retirem os produtos na loja física.
Galeria C&A	Marketplace da C&A.
GMV	Montante em reais (R\$) transacionado em nosso e-commerce, incluindo os valores de 1P e 3P.
Lead time	É o tempo entre a solicitação de matéria-prima ou produto ao fornecedor e o recebimento desses itens na C&A.
MAU	Usuários ativos mensais demonstra o número de usuários que realizaram alguma ação no nosso aplicativo no último mês (30 dias).
Mindse7	Foi lançado em novembro de 2018, é um projeto nativo do ambiente digital que apresenta coleções semanais inspiradas nas principais conversas e tendências das ruas e redes sociais, a partir de um modelo de co-criação entre uma equipe multidisciplinar da C&A e seus fornecedores. Prezando por peças versáteis, atemporais e alinhadas ao desejo da mulher brasileira, desde o seu lançamento cerca de 200 coleções foram lançadas, sempre com o propósito de oferecer de forma inovadora uma moda diversa e inclusiva para todos os estilos, corpos e idades.
Push pull	Modelo de fornecimento que consiste em repor peças de forma individualizada por modelos, tamanhos e cores, em nossas lojas físicas de acordo com a demanda, fornecendo mais eficiência para atender as demandas pelos nossos produtos de moda.
RFID	identificação por radiofrequência - possibilita a identificação e localização de cada peça, inclusive dentro das lojas e nos Centros de Distribuição.
RFS	Retail Financial Services
Seller	vendedor parceiro que disponibiliza seus produtos no nosso marketplace.
Ship from store	transformação de lojas físicas em centros de distribuição que enviam diretamente produtos comprados através do nosso e-commerce para os clientes.
SKU	unidade de manutenção de estoque
Social selling	Criação de relacionamentos e vendas por meio das redes sociais.
Sorter	Equipamento para separação de produtos individualizados.
SSS	Crescimento de vendas nas mesmas lojas. É composto pelas vendas das lojas ativas há mais de 13 meses em relação ao mesmo período do ano anterior, incluindo o e-commerce e todas as suas modalidades de vendas e entrega (100% on-line, Ship from Store e Clique e Retire).
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 foi fundada em 1841 pelos irmãos holandeses Clemens e August e suas iniciais deram origem ao nome da marca. A C&A foi pioneira na confecção de roupas prontas para usar e hoje está entre as maiores cadeias varejistas de moda do mundo.

No Brasil, está presente desde 1976, com a inauguração da sua primeira loja no Shopping Ibirapuera, em São Paulo.

Atualmente, opera mais de 330 lojas em seu portfólio, localizadas majoritariamente em shoppings centers. Suas lojas estão distribuídas por todos os Estados brasileiros, somando uma área de vendas de aproximadamente 620 mil metros quadrados, além da atuação no meio digital.

Para atender a toda essa demanda, conta com uma rede de fornecedores qualificados, onde cerca de 70% da produção é adquirida no mercado interno.

Suas vendas são focadas em produtos moda que incluem as categorias de vestuário e beleza. Hoje, vestuário compõe cerca de 90% da sua receita e os produtos de Beleza vem ganhando cada vez mais relevância.

Listada na bolsa brasileira (B3) desde outubro de 2019, a C&A segue sua trajetória de consistência, buscando oferecer uma experiência *omni* cada vez mais relevante para sua cliente.

Com mais de 15 mil associados em todo o país, a Companhia se destaca por oferecer produtos de moda com alto valor percebido pelas clientes. Em dezembro de 2021, lançou o C&A Pay, sua solução própria de crédito, que atualmente já representa 28,8% das vendas no varejo.



Earnings Release

3Q25

Earnings Call

Date: 11/05/2025 (Portuguese/English)
Brasília: 11am | New York: 10am | London: 2pm
webcast: ri.cea.com.br

IBOVESPA B3

ISE B3

SMLL B3

CEAB
B3 LISTED NM

IGCT B3

ICO2 B3

IGC-NM B3

IGC B3

IBRA B3

ITAG B3

ICON B3

IGPTWB3

3Q25 Highlights

8.9% growth in apparel net revenue and 41.7% increase in net income vs. 3Q24



Apparel SSS¹ reached **8.1%** and net revenue grew by **29.1%** over a two-year period



Expansion of 1.9 p.p. in **merchandise gross margin** vs. 3Q24 and 0.3 p.p. increase in apparel gross margin



Retail adjusted EBITDA margin pre-IFRS16² reached **10.9%**, with an expansion of 0.9 p.p. vs. 3Q24



Adjusted **net income³** of **R\$73.6 million**, with a 1.1 pp expansion in the adjusted net margin



Leverage³ reduced to **0.1x**, and net debt was down by **89.6%** vs. 3Q24



50.9% increase in **Beauty** net revenue vs. 3Q24 and successful completion of the demobilization of smartphone category



Reduction of 3.2 p.p. in **NPL** for C&A Pay vs. 3Q24



R\$145.8 million in Capex, +79.6% higher than vs. 3Q24



8.2 p.p. increase in **NPS** in 3Q25 vs. 3Q24



R\$243.8 million in **adjusted free cash generation⁵**, with a **9-day** reduction in **cash conversion cycle**



Inclusion of the Company's shares (CEAB3) in IBOVESPA B3 index



Inauguration of the new **Energia concept store**



Launch of the 2025 trainee program and **#1 GPTW** in fashion retail



ROIC of 21.7% 3Q25 LTM

(1) SSS: Same Store Sales - 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-collect).

(2) Adjustments include: (i) Other net operating revenue (expenses); (ii) trade financial revenue; (iii) recovery of tax credits; and (iv) long-term incentives for employees.

(3) Adjustments include: (i) Other net operating revenue (expenses); (ii) recovery of tax credits; and (iii) long-term incentives for employees, after taxes.

(4) Considering termination of the partnership with Bradescard compared to previous years

(5) Adjusted free cash flow takes into account financial investments

Note: ROIC calculated based on adjusted net income of the past 12 months.



3Q25 Highlights

Consolidated Results

KPI's (R\$ Million)	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Consolidated net revenue	1,840.9	1,799.8	2.3%	5,511.4	5,084.4	8.4%
Apparel net revenue	1,648.7	1,514.5	8.9%	4,807.9	4,223.8	13.8%
Same store sales - apparel (SSS) ¹ (%)	8.1%	18.9%	-10.8 p.p.	13.2%	17.5%	-4.3 p.p.
Same store sales - merchandise (SSS) ¹ (%)	4.8%	16.1%	-11.3 p.p.	10.8%	13.5%	-2.7 p.p.

(R\$ Million)	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Consolidated gross profit	1,005.9	978.5	2.8%	3,044.8	2,774.7	9.7%
Consolidated gross margin (%)	54.6%	54.4%	0.3 p.p.	55.2%	54.6%	0.7 p.p.
Apparel gross margin (%)	55.4%	55.1%	0.3 p.p.	56.3%	55.7%	0.6 p.p.
Gross merchandise margin (%)	54.6%	52.7%	1.9 p.p.	54.6%	52.7%	1.9 p.p.
Operating expenses ²	(658.7)	(634.3)	3.8%	(1,992.9)	(1,807.4)	10.3%
Operating expenses / consolidated net revenue	35.8%	35.2%	0.6 p.p.	36.2%	35.5%	0.6 p.p.
Operating expenses ²	(783.1)	(750.3)	4.4%	(2,360.3)	(2,156.3)	9.5%
Operating expenses pre-IFRS 16 / consolidated net revenue	42.5%	41.7%	0.9 p.p.	42.8%	42.4%	0.4 p.p.

(R\$ Million)	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Adjusted EBITDA ³ (post-IFRS16)	333.3	316.0	5.5%	1,016.2	856.0	18.7%
Adjusted EBITDA margin (post-IFRS16) (%)	18.1%	17.6%	0.5 p.p.	18.4%	16.8%	1.6 p.p.
Adjusted EBITDA ³ (pre-IFRS16)	208.8	200.0	4.4%	648.9	507.2	27.9%
Adjusted EBITDA margin (pre-IFRS16) (%)	11.3%	11.1%	0.2 p.p.	11.8%	10.0%	1.8 p.p.

(R\$ Million)	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Net income (loss)	69.5	42.8	62.2%	273.9	197.5	38.6%
Adjusted net income (loss) ⁴	73.6	52.0	41.7%	200.9	48.7	312.3%
Investments	145.8	81.2	79.6%	298.4	172.1	73.4%

(1) SSS: Same Store Sales - 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-collect).

(2) Considers only selling, general and administrative expenses, excluding depreciation and amortization, including right-of-use (lease) depreciation, PDD and other operating revenue (expenses) to facilitate analysis;

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

(4) Adjustments include: (i) Other net operating revenue (expenses); (ii) recovery of tax credits; and (iii) long-term incentives for employees, after taxes.

Message from Management

We designed our quarterly strategy to prioritize execution with more agile inventory management and lower risk, ensuring responsiveness and freshness in stores during the fourth quarter. This approach proved to be a clear example of our dynamic and assertive operating model, connecting performance and inventory turnover.

The third quarter is traditionally marked by the transition from the winter to the summer collection – a period that requires a precise commercial planning strategy to capture residual winter sales while receiving new summer products.

In this context, apparel net revenue grew 8.9%, accompanied by a 0.3 p.p. expansion in gross margin and a 0.9 p.p. increase in retail EBITDA margin, resulting in consolidated net income 41.7% higher than 3Q24, totaling R\$73.6 million.

In managing our working capital, we were able to reduce our cash conversion cycle by 9 days and generate R\$243.8 million in free cash flow, contributing to a reduction in leverage to 0.1x net debt/EBITDA.

We have completed the phasing out our smartphone business and remain committed to implementing the three pillars of the C&A Energia program (product, omni journey, and customer relationship), the outcomes of which are being well received by our customers. This is reflected in an 8.2 p.p. increase in NPS vs. 3Q24.

During the quarter, we inaugurated the Energia store, designed to offer a more fluid, relevant, and inspiring shopping experience. Since its opening, the unit has been delivering sales performance above expectations and establishing itself as a testing environment for new operational practices aimed at an omni-channel journey.

Progress was also achieved in our new Logistics Strategy, including initial investments in the Santa Catarina Distribution Center, process and workflow optimization at the São Paulo DC, and the rollout of the first regional hubs.

We maintained a conservative approach to credit granting, preserving portfolio quality and improving delinquency indicators C&A Pay continues to drive customer recurrence and spending, with a 3.5 percentage point increase in penetration vs. 3Q24, closing the quarter at 28.8%

On the people front, we advanced initiatives to strengthen culture and develop talent. Highlights include the relaunch of the C&A Trainee Program, focused on developing new leadership, and recognition in the 2025 edition of Great Place to Work (GPTW), where we achieved first place among fashion retailers as one of the best companies to work for.

Another important milestone was the listing of C&A shares (CEAB3) on the B3 Ibovespa, the primary index of the Brazilian stock exchange. This achievement reflects increased liquidity and trading volume and signals the market's recognition of the strength of our business model and the disciplined execution of the Energia C&A Strategy.

The overall operational results and the consistent progress in strategic initiatives, coupled with financial discipline, reinforce our commitment to efficient capital allocation, as demonstrated by a ROIC of 21.7% for the quarter.

C&A Modas S.A. Management



Financial Performance

Net Revenue

Net revenue (R\$ Million)	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Apparel	1,648.7	1,514.5	8.9%	4,807.9	4,223.8	13.8%
Electronics and Beauty	120.3	162.8	-26.1%	437.4	490.2	-10.8%
Merchandise net revenue	1,769	1,677.3	5.5%	5,245.2	4,714.0	11.3%
Other revenues ¹	5.9	9.9	-40.5%	18.2	26.3	-31.0%
Financial services revenues ²	65.9	112.6	-41.5%	248.0	344.1	-27.9%
Consolidated net revenue	1,840.9	1,799.8	2.3%	5,511.4	5,084.4	8.4%

Same store sales performance ² (%)	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Apparel	8.1%	18.9%	-10.8 p.p.	13.2%	17.5%	-4.3 p.p.
Electronics and Beauty	-26.0%	-4.3%	-21.7 p.p.	-10.3%	-11.8%	1.5 p.p.
Same store sales - merchandise (SSS)³ (%)	4.8%	16.1%	-11.3 p.p.	10.8%	13.5%	-2.7 p.p.

(1) Mainly considers shipping fees from website and app sales.

(2) Excludes the commission fee C&A Pay receives from C&A Modas, which is treated as intercompany revenue for accounting purposes.

(3) SSS: Same Store Sales - 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-collect).



Net Revenue

Apparel

The company continues to strengthen the value proposition of its collections, offering increasingly relevant products to its customers. During the quarter, the Year-Round collections, characterized by non-seasonal products – and which represent an important share of the in-store mix - showed consistent performance, with emphasis on lingerie, Ace, and jeans.

Our commercial planning was designed for this period of 2025, allowed the transition between collections to occur gradually and in a controlled manner, ensuring strong performance in both mid-season and winter products, which secured the planned exit from the quarter with an adjusted inventory level.

Thus, same-store sales (SSS) reached 8.1% in 3Q25, even against last year's strong SSS growth of 18.9%, continuing the productivity improvement trajectory with a 29.1% increase in net revenue on a two-year basis.

This performance is supported by Test & Learn and a fast pace that allows us to develop collections that are both more accurate. All of this is supported by our Commercial Intelligence Hub.

As a result, apparel net revenue totaled R\$1,648.7 million in 3Q25, representing an 8.9% increase compared to 3Q24.

Dispersão project advanced to its fifth wave, adding 43 stores this year to a total of 118 stores, representing 35% of the store portfolio, while maintaining consistent results and improving sales productivity per square meter. We also had 7 store renovations this quarter, totaling 14 renovations for the year.

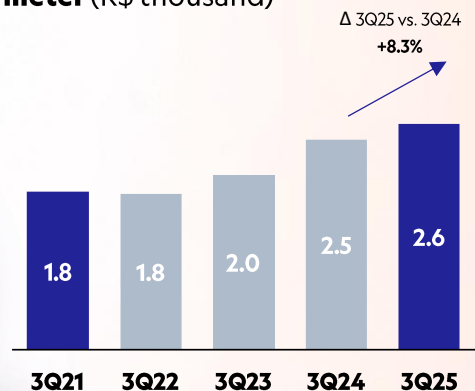
Finally, the 3 new stores that opened in the first half of the year continue to perform positively, exceeding the original plan.



+8.9%

increase in Apparel net revenue vs. 3Q24
CAGR (3Q23-3Q25): 13.6%

Apparel net revenue per square meter (R\$ thousand)



Net Revenue

Beauty

The Beauty category continues to gain relevance in C&A's product portfolio. In 3Q25, our beauty net revenue increased by 50.9% year-over-year, driven by the expansion and review of its assortment, with highlights in makeup and fragrances.

As a result, for the sixth consecutive quarter, net revenue growth in the category exceeded 50% year-over-year, reinforcing the Company's confidence in the potential of these products.

Integrating this category with the consumer's fashion journey provides a more complete experience and has directly impacted the expansion of the Beauty customer base.

Electronics

The company completed the divestment of its remaining smartphone operations in September. Over the course of one year and a half, more than 300 kiosks were closed, with only eyewear and watches remaining for sale.

The demobilization process was successful and executed as planned. This adjustment in the company's portfolio reinforces our commitment to our customers' fashion journey and has a positive impact on merchandise gross margin and cash conversion cycle.

Merchandise

As a result of the sales performance in Apparel, Beauty and Electronics, our merchandise net revenue was up by 5.5%, totaling R\$1,769 million.

Merchandise Same Store Sales (SSS) increased by 4.8%.

Other revenue

The line item "Other Revenue" was R\$5.9 million in the quarter and resulted mainly from shipping fees from e-commerce sales.



Net Revenue

Site & App

The Company continues to invest in evolving the omni-channel journey, enhancing website and app functionalities, and strengthening the connectivity between brick-and-mortar stores and the online environment.

To deliver a more seamless consumer experience, we began unifying the shopping cart across from our customer website/app with our employee app, allowing for more personalized product offerings. New payment solutions and social media login were also incorporated.

Furthermore, the app, this year, will feature a personal shopper functionality, which had been implemented on the website in 2Q25, providing contextualized searches and greater interaction with customers, driving conversion. At the same time, the Company continues to enhance its new website, with more fashion content and personalization features that boost customer engagement.

As a result, in 3Q25, merchandise net revenue from C&A's website and app sales recorded a 18.6% growth vs. 3Q24, reaching R\$ 112.2 million. Digital's share of merchandise revenue increased by 0.7 p.p., accounting for 6.3% of sales.

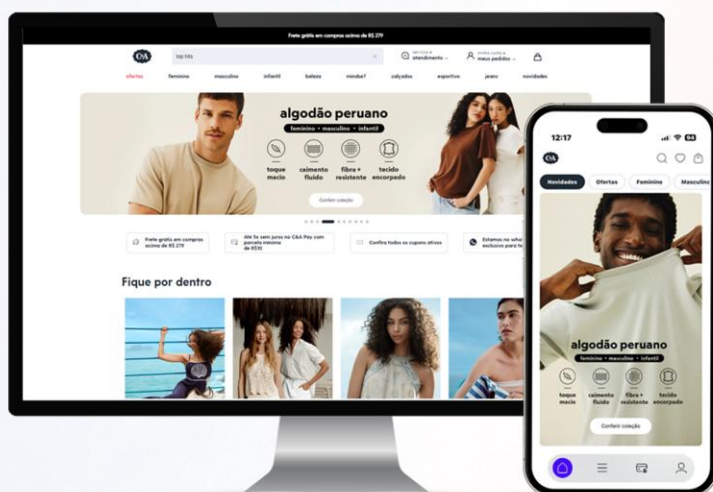
Site & App (R\$ Million)	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Merchandise net revenue (site + app)	112.2	94.6	18.6%	311.9	250.9	24.3%
Merchandise net revenue (site + app) / merchandise net revenue (%)	6.3%	5.6%	0.7 p.p.	5.9%	5.3%	0.6 p.p.

Retail Financial Services

Starting this quarter, following the termination of the partnership with Bradescard at the end of 2Q25, the results from the joint venture with that institution will no longer be included in the financial services results.

Therefore, net revenue from financial services, excluding the commission fee paid by C&A Modas to C&A Pay, totaled R\$65.9 million in 3Q25, down by 41.4% vs. 3Q24 due the lower interest-bearing installment revenue from C&A Pay.

For C&A Pay alone, revenue in the quarter was 30.4% lower compared to 3Q24, with a penetration of 28.8%.

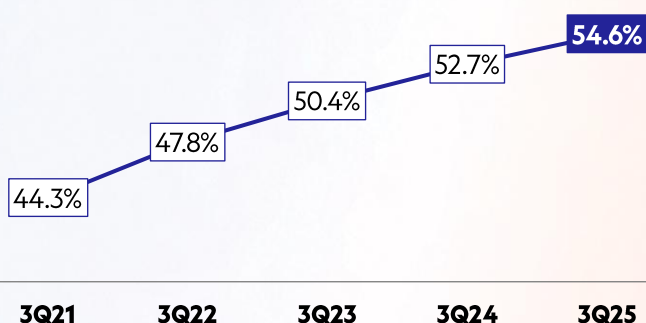


Gross Profit & Gross Margin

Gross profit & gross margin (R\$ Million & %)	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Apparel	912.7	833.9	9.5%	2,707.8	2,354.5	15.0%
Gross margin (%)	55.4%	55.1%	0.3 p.p.	56.3%	55.7%	0.6 p.p.
Electronics and Beauty	52.7	49.6	6.2%	158.7	131.1	21.0%
Gross margin (%)	43.8%	30.5%	13.3 p.p.	36.3%	26.8%	9.5 p.p.
Merchandise gross profit	965.4	883.5	9.3%	2,866.5	2,485.7	15.3%
Merchandise gross margin (%)	54.6%	52.7%	1.9 p.p.	54.6%	52.7%	1.9 p.p.
Other ¹	(25.4)	(17.5)	45.4%	(69.4)	(54.6)	27.0%
Financial services	65.9	112.5	-41.4%	247.8	343.6	-27.9%
Consolidated gross profit	1,005.9	978.5	2.8%	3,044.8	2,774.7	9.7%
Consolidated gross margin (%)	54.6%	54.4%	0.3 p.p.	55.2%	54.6%	0.7 p.p.

(1) Mainly considers shipping fees from website and app sales.

Evolution of merchandise gross margin (in %)



Apparel gross profit totaled R\$912.7 million, 9.5% higher vs. 3Q24, with a 0.3 pp expansion in the quarter's gross margin, supported by higher full-price sales and targeted preparations for the quarter, which also ensured a healthy inventory level

Dynamic pricing also played a key role in extending the lifecycle of winter items, allowing collections to remain available in stores for longer.

This dynamics, combined with the performance of mid-season and Year-Round (non-seasonal) products, contributed to this margin expansion in apparel.

The closure of the remaining kiosks in Electronics and Beauty boosted gross margin growth for the quarter, closing in on the levels of Beauty and other products like eyewear and watches, which are gaining relevance in the Company's portfolio.

As a result from these movements, merchandise gross margin was up by 1.9 pp, reaching 54.6% in 3Q25.

Operating Expenses

Operating expenses (R\$ Million)	post IFRS 16						pre IFRS 16					
	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Selling expenses	(480.7)	(469.3)	2.4%	(1,458.1)	(1,355.0)	7.6%	(596.7)	(577.0)	3.4%	(1,801.8)	(1,680.2)	7.2%
General and administrative expenses	(178.0)	(165.0)	7.9%	(534.8)	(452.4)	18.2%	(186.4)	(173.3)	7.5%	(558.5)	(476.0)	17.3%
Operating expenses¹	(658.7)	(634.3)	3.8%	(1,992.9)	(1,807.4)	10.3%	(783.1)	(750.3)	4.4%	(2,360.3)	(2,156.3)	9.5%
Other operating income (expenses)	1.8	(5.7)	-	159.0	98.1	62.1%	1.8	(5.7)	-	151.7	108.1	40.3%
Total operating expenses²	(656.8)	(640.0)	2.6%	(1,833.9)	(1,709.3)	7.3%	(781.3)	(756.0)	3.3%	(2,208.6)	(2,048.1)	7.8%
%	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Selling expenses / consolidated net revenue	26.1%	26.1%	0.0 p.p.	26.5%	26.6%	-0.2 p.p.	32.4%	32.1%	0.4 p.p.	32.7%	33.0%	-0.4 p.p.
General and administrative expenses / net revenue	9.7%	9.2%	0.5 p.p.	9.7%	8.9%	0.8 p.p.	10.1%	9.6%	0.5 p.p.	10.1%	9.4%	0.8 p.p.
Operating expenses / consolidated net revenue	35.8%	35.2%	0.6 p.p.	36.2%	35.5%	0.6 p.p.	42.5%	41.7%	0.8 p.p.	42.8%	42.4%	0.4 p.p.

(1) Excludes expenses with allowances for doubtful accounts and other operating income (expenses) to facilitate analysis.

(2) Includes other operating income (expenses).

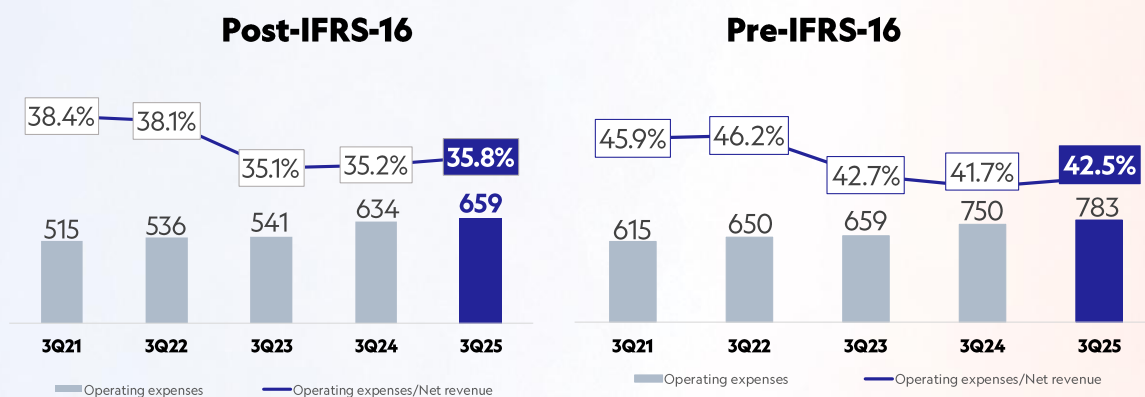
The Company continues to invest in the Energia C&A levers to reinforce its growth strategy, while maintaining control over operating expenses.

In the pre-IFRS-16 view, selling expenses totaled R\$596.7 million, up by 3.4%. Marketing expenses decreased by 32.9% vs. 3Q24 due to higher investment levels last year (Rock in Rio sponsorship). On a post-IFRS 16 basis, expenses remained stable as a percentage of revenue.

General and administrative expenses totaled R\$186.4 million on a pre-IFRS 16 basis, up by 7.5% in the period, reflecting investments in internal structures in line with the Energia C&A initiative. As a percentage of net revenue, there was a 0.5 p.p. increase. In the post-IFRS-16 view, general expenses totaled R\$178.0 million, up by 7.9%. As a percentage of net revenue, there was a 0.5 p.p. increase.

All in all, on a pre-IFRS-16 basis, operating expenses amounted to R\$783.1 million, up by 4.4% vs. 3Q24, staying below inflation for the period. As a percentage of net revenue, due to the planned strategy involving both the completion of the telecom divestment process and the lower financial services revenue, there was an increase of 0.8 p.p. On a post-IFRS 16 basis, operating expenses totaled R\$658.7 million.

Operating expenses (R\$ million and % of net revenue)



Financial Services

R\$ Million	C&A Pay			Bradescard			Financial Services		
	3Q25	3Q24	Δ%	3Q25	3Q24	Δ%	3Q25	3Q24	Δ%
Net revenue from taxes	79.6	114.4	-30.4%	0.0	10.1	-	79.6	124.5	-36.1%
Cost of funding	(7.3)	(7.8)	-6.2%	0.0	(0.2)	-	(7.3)	(7.9)	-8.0%
Gross profit	72.3	106.6	-32.2%	0.0	10.0	-	72.3	116.6	-38.0%
Selling expenses	(33.7)	(41.4)	-18.7%	0.0	(4.6)	-	(33.7)	(46.0)	-26.7%
General & administrative expenses	(2.9)	(4.5)	-34.3%	0.0	(0.0)	-	(3.0)	(4.5)	-34.1%
Credit losses, net of recoveries	(27.8)	(42.9)	-35.1%	0.0	-	-	(27.8)	(42.9)	-35.1%
Other operating income (expenses)	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
Financial services results	7.9	17.8	-56.0%	0.0	5.4	-	7.8	23.2	-66.3%

C&A's private credit operation, C&A Pay, continues to focus on the retail experience and ensuring discipline in credit granting. This trend is reflected in the higher NPS for financial products, with continued improvement year-on-year.

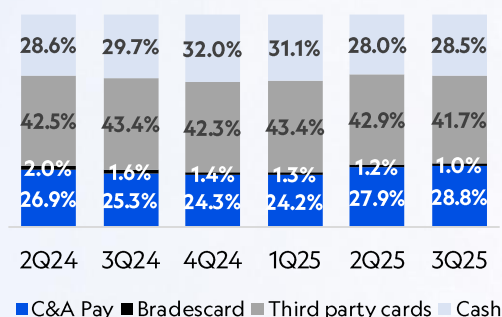
Furthermore, this more conservative stance also contributed to lower interest-bearing installment payments, now accounting for a smaller share of Pay's revenue. As a result, revenue in the quarter was down by 30.4% vs. 3Q24.

The efficiency of the Company's collection structure, combined with a healthy portfolio and the better quality of new cohorts and rollovers, also contributed to the reduction in net losses in the quarter. There was also a partial transfer of the 720-day past due-portfolio, in the total amount of R\$83.3 million, resulting in a credit recovery of R\$3.8 million. This led to a 35.1% reduction in the net loss for the quarter, and its ratio to the 360-day portfolio reached 3.2%, 1.6 p.p. lower vs 3Q24. Excluding portfolio transfers, net loss was down by 1.1 p.p vs. 3Q24.

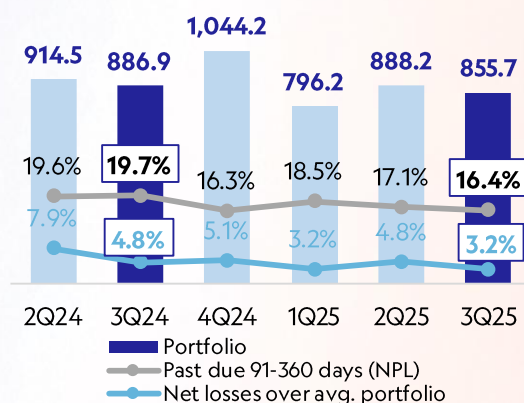
Regarding expenses, the flexible structure of the operation also contributed to a reduction in selling expenses for the quarter, which reached R\$33.7 million, 18.7% lower vs. 3Q24. As a result, even with the 30.4% reduction in C&A Pay's revenue, the quarter's operating result was positive, reaching R\$7.9 million.

Finally, it is worth noting that the partnership with Bradescard ended in 2Q25, and for that reason, there are no more results stemming from that operation.

Payment Method



C&A Pay portfolio up to 360 days (R\$ Million)



Financial Services

C&A Pay's active 360-day-past-due portfolio ended the quarter totaling R\$855.7 million, down by 3.5% vs. 3Q24.

At the end of 3Q25, C&A Pay's customer base was 8.5 million.

C&A Pay	3Q25	3Q24	Δ%
Portfolio 720	1,036.4	1,040.6	-0.4%
Portfolio 360	855.7	886.9	-3.5%
Share on retail sales	28.8%	25.3%	3.5 p.p.
New digital cards ('000)	490.6	486.4	0.9%
Total digital cards ('000)	8,499.8	6,578.5	29.2%
Coverage index¹			
over past due > 91 - 720 days	101.3%	99.9%	1.4 p.p.
over past due > 91 - 360 days	107.1%	103.8%	3.3 p.p.

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

Our strategy focusing on recurrence and spending from C&A Pay's active customer base has proven effective. With an increasingly fashion-integrated journey, the Company continues to strengthen customer engagement, as seen in the higher frequency and recurring usage of C&A Pay. This behavior helps reduce churn and increase C&A's LTV, consolidating its customer base. As a result, C&A Pay's share of payments continues to increase, reaching 28.8% in 3Q25, 3.5 p.p higher vs. 3Q24.

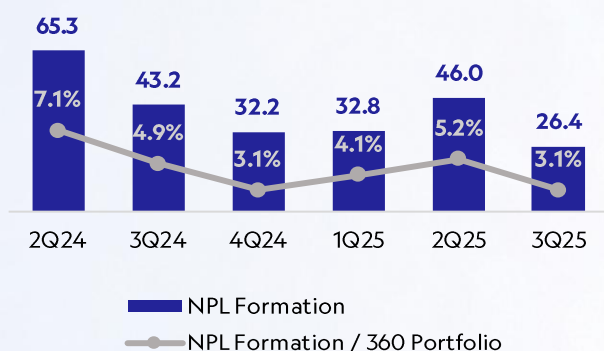
Furthermore, our diligent approach to selective credit granting also resulted in 490,600 new cards issued, 0.9% higher vs. 3Q24, and a 3.5% reduction in the 360-day portfolio, which reached R\$855.7 million.

This selective credit-granting approach also explains the better cohorts and rollovers that contributed to lower formation of balances overdue between 91 and 360 days, which reached 3.1% of the 360-day portfolio, a 1.8 p.p improvement year-over-year. As a result, NPL 90 also showed improvement, reaching 16.4%, up by 3.3 p.p year-over-year.

Due to the R\$31.2 million reduction in the portfolio, the incremental NPL balance is not applicable, despite the R\$33.9 million decrease in balances overdue between 91 and 360 days.

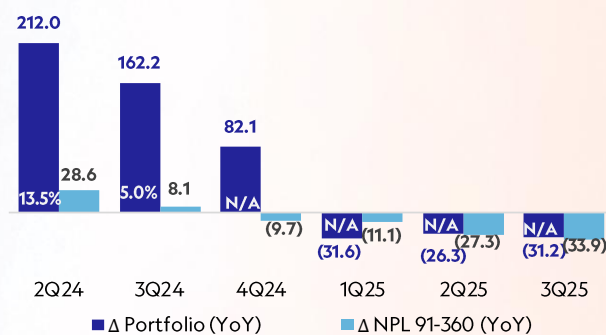
Finally, coverage for payments overdue between 91 and 360 days remains at comfortable levels, up by 3.3 p.p, reaching 107.1%. The provisioning level for balances between 361 and 720 days remains at conservative levels, with 96.7% coverage.

NPL Formation (R\$ Million)



(2) Portfolio evolution (YoY) vs. evolution of 91 to 360 days formation (YoY)

Incremental NPL² (R\$ Million)



Incremental NPL (%) = $\frac{\Delta \text{NPL 91-360 (YoY)}}{\Delta \text{Portfolio 360 (YoY)}}$

Adjusted EBITDA

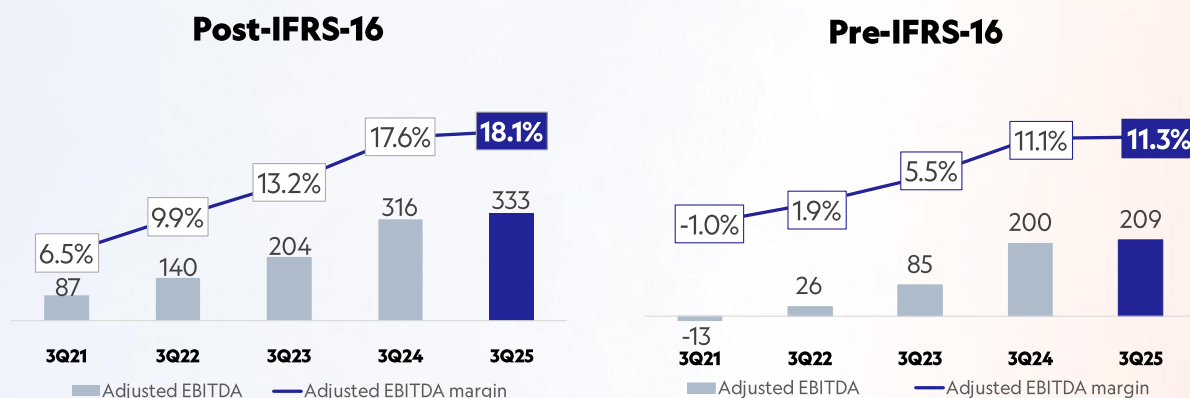
Consolidated Adjusted EBITDA

R\$ Million & %	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Net income	69.5	42.8	62.2%	273.9	197.5	38.6%
(+) Income taxes	7.7	(7.0)	-	92.1	9.3	892.9%
(+/-) Financial results, net	72.5	92.1	-21.4%	236.7	197.5	19.8%
(+) Depreciation & amortization	171.6	167.7	2.3%	510.6	508.1	0.5%
EBITDA (post-IFRS 16)	321.3	295.6	8.7%	1,113.3	912.4	22.0%
(+) Other operating income (expenses)	2.3	3.6	-37.0%	(144.6)	(25.3)	471.9%
(+) Financial income from suppliers	4.4	4.1	8.3%	7.3	12.0	-39.6%
(-) Recovery of tax credits	(4.1)	2.1	-	(14.4)	(72.8)	-80.2%
(+) Long term incentive	9.4	10.6	-11.3%	54.7	29.7	84.3%
Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	333.3	316.0	5.5%	1,016.2	856.0	18.7%
Adjusted EBITDA margin (post-IFRS 16) (%)	18.1%	17.6%	0.5 p.p.	18.4%	16.8%	1.6 p.p.
EBITDA (pre-IFRS 16)	196.8	179.6	9.6%	738.6	573.6	28.8%
Adjusted EBITDA (pré-IFRS 16)	208.8	200.0	4.4%	648.9	507.2	27.9%
Adjusted EBITDA margin (pré-IFRS 16) (%)	11.3%	11.1%	0.2 p.p.	11.8%	10.0%	1.8 p.p.

Adjusted EBITDA (pre-IFRS-16) totaled R\$208.8 million, with a 0.2 pp expansion in the quarter's EBITDA margin, resulting from an increase in merchandise gross margin due to a 0.3 pp increase in apparel gross margin and a 13.3 pp increase in the electronics and beauty margin. This movement, combined with a decrease in net losses for the period, allowed for this margin expansion, despite the lower revenue from financial services and smartphones.

On a post-IFRS-16 basis, adjusted EBITDA totaled R\$333.3 million, 5.5% higher year-on-year, due to improved operating results in the quarter and a lower net loss in the period. The margin rose to 18.1%, increasing by 0.5 p.p.

Adjusted EBITDA and adjusted EBITDA margin (R\$ and %)



Note: chart based on post-IFRS-16 view

Adjusted EBITDA

Retail Adjusted EBITDA

R\$ Million & %	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	333.3	316.0	5.5%	1,016.2	856.0	18.7%
(+/-) Financial services results ¹	(15.1)	(30.9)	-51.2%	(76.0)	(75.9)	0.1%
Retail Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	318.2	285.1	11.6%	940.2	780.1	20.5%
Retail Adjusted EBITDA margin (post-IFRS 16)	17.9%	17.0%	0.9 p.p.	17.9%	16.5%	1.4 p.p.
Adjusted EBITDA (pre-IFRS 16)	208.8	200.0	4.4%	648.9	507.2	27.9%
(+/-) Financial services results ¹	(15.1)	(30.9)	-51.2%	(76.0)	(75.9)	0.1%
Retail Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	193.7	169.1	14.6%	572.9	431.3	32.8%
Retail Adjusted EBITDA margin (post-IFRS 16)	10.9%	10.0%	0.9 p.p.	10.9%	9.1%	1.8 p.p.

(1) Excludes the cost of funding of financial operations, as this amount does not impact the Company's consolidated result but is accounted for as a cost within C&A Pay.

In the quarter, the Pre-IFRS-16 Retail Adjusted EBITDA was R\$193.7 million, with a margin of 10.9%, 0.9 p.p. higher year-on-year.

In the post-IFRS-16 view, the adjusted EBITDA was R\$318.2 million, with a margin of 17.9%, 0.9 p.p. higher vs. 3Q24.



Financial Results

R\$ Million	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Exchange rate variation	(5.3)	1.5	-	(6.7)	(9.5)	-29.6%
Loans	(4.6)	(0.4)	1123.1%	3.6	3.6	0.0%
Purchases	(0.7)	1.8	-	(9.1)	(9.1)	0.0%
Financial expenses	(137.6)	(129.0)	6.6%	(434.3)	(401.9)	8.1%
Interest expenses	(49.9)	(42.1)	18.5%	(147.9)	(142.7)	3.6%
Leasing interest expenses	(44.4)	(35.3)	25.5%	(130.8)	(110.0)	18.9%
PVA on suppliers	(32.2)	(23.2)	38.8%	(86.2)	(74.7)	15.4%
Interest expenses over suppliers - Bradescard	0.0	(17.6)	-	(42.1)	(50.4)	-16.4%
Interest expenses on taxes and contingencies	(7.9)	(6.6)	20.2%	(19.3)	(17.2)	12.4%
Other financial expenses	(3.2)	(4.2)	-23.8%	(7.9)	(6.8)	15.5%
Financial income	62.6	33.2	88.7%	177.9	208.7	-14.8%
Monetary correction of tax credits	21.9	18.0	21.6%	68.7	158.4	-56.6%
Interest on financial investments	31.8	14.9	113.9%	98.5	55.7	76.7%
Tax on financial income	(6.8)	(3.8)	80.2%	(17.1)	(17.4)	-2.0%
Interest income over suppliers	4.4	4.1	8.3%	7.3	12.0	-39.6%
Other financial income	11.3	0.0	1147758.0%	20.6	0.0	596384.0%
Earnings from Bonds and Securities	7.9	2.3	242.9%	26.5	5.2	409.1%
Financial results, net	(72.5)	(92.1)	-21.4%	(236.7)	(197.5)	19.8%

Financial expenses totaled R\$137.6 million in the quarter, due to the maintenance of the interest rate (SELIC) at a high level during the period, which impacted the interest line on loans and leases.

The early payment related to the settlement of the obligation with Bradescard was completed, helping reduce financial expenses in the quarter.

Financial revenues increased by 88.7%, totaling R\$62.6 million in the quarter, due to a higher cash position in the period and greater profitability vs. 3Q24.

As a result, our net financial expense was R\$72.5 million, which represents a 21.4% decrease vs. 3Q24.



Net Income

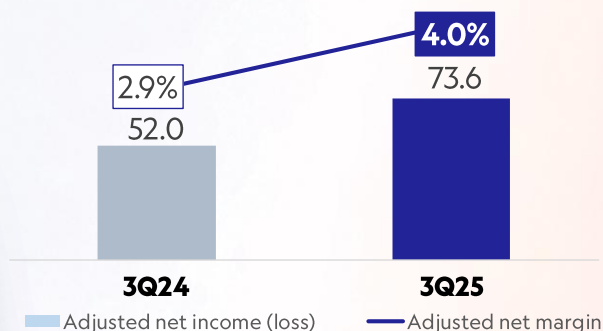
Net income (loss) (R\$ Million)	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Net income (loss)	69.5	42.8	62.2%	273.9	197.5	38.6%
Net margin (%)	3.8%	2.4%	1.4 p.p.	5.0%	3.9%	1.1 p.p.
Adjusted net income (loss)	73.6	52.0	41.7%	200.9	48.7	312.3%
Adjusted net margin (%)	4.0%	2.9%	1.1 p.p.	3.6%	1.0%	2.7 p.p.

(1) Net income (post-IFRS) (2) Adjustments include: (i) Other net operating revenue (expenses), (ii) Supplier financial income, (iii) Recovery of tax credits and (iv) Social charges from long-term incentives paid to employees.

In 3Q25, reported net income reached R\$69.5 million, representing a significant increase of 62.2% vs. 3Q24. This performance reflects our improved operating results, driven by EBITDA growth and reduced leverage.

Adjusted net income totaled R\$73.6 million, a 41.7% increase year-on-year, driving a significant 1.1 p.p increase in the adjusted net margin.

Adjusted net income (loss) and adjusted net margin (R\$ and %)



Indebtedness

R\$ Million	3Q25	3Q24	Δ%
Short-term debt	546.3	299.2	82.6%
Long-term debt	725.6	1,136.8	-36.2%
Gross debt	1,271.9	1,436.0	-11.4%
Buying back the right to offer credit products and financial services (Bradescard)	0.0	590.3	-
Total gross debt	1,271.9	2,026.3	-37.2%
(-) Cash, cash equivalents & short-term investments¹	1,180.5	1,148.1	2.8%
(=) Net cash (debt)	(91.5)	(878.1)	-89.6%
LTM Adjusted EBITDA pre-IFRS16	1,117.6	903.0	23.8%
Leverage¹	0.1x	1.0x	-0.9x

Note: Short-term and long-term debt, net of derivatives

(1) Measured by the net debt/EBITDA ratio

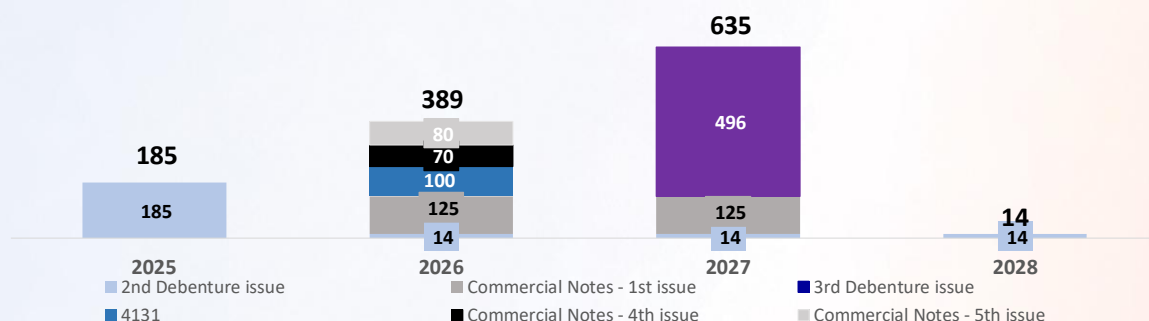
In this quarter, the Company reported total gross debt of R\$1,271.9 million, down by 37.2% vs. 3Q24. Also worthy of note is the 9-day improvement in the Company's cash cycle, which contributed to cash generation during the period and allowed the Company to end the quarter with a cash position of R\$1,180.5 million.

As a result, leverage – measured by net debt over adjusted EBITDA (pre-IFRS 16) in the last 12 months – also improved, ending the quarter at 0.1x. This improvement is explained by the 23.8% increase in EBITDA (pre-IFRS 16) and an 89.6% reduction in net debt.

Finally, it is worth noting that in October, the Company advanced in the reprofiling of its debt through the issuance of R\$300 million in debentures across two series: Series 1 (3 years) at CDI + 0.80% and Series 2 (5 years) at CDI + 1.00%. The funds raised in this Issuance, along with the Company's own resources, were entirely allocated to the prepayment of R\$420 million in debt from previous issuances maturing in 2026 and 2027.

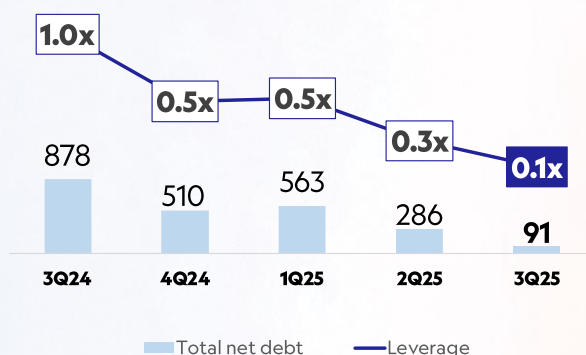
The closing of the transaction with rates lower than initially projected reflects not only the attractiveness of C&A's business model, but also its current operational scenario and financial strength.

Debt Amortization Schedule (R\$million)¹



Total Net Debt and Leverage (R\$million)

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



Cash Flow

Adjusted Cash Flow

R\$ Million	3Q25	3Q24	Δ%
Pre-IFRS16 net income (losses) before Income Taxes and Social Contribution	83.0	36.6	126.6%
Depreciation and amortization	85.8	86.2	-0.5%
(+/-) Other	109.8	111.8	-1.8%
Adjustments with no impact on cash	195.6	198.0	-1.2%
Income Tax and Social Contribution paid	(50.0)	(3.7)	1256.1%
Working capital	148.9	110.4	34.9%
Accounts receivable	135.6	100.7	34.6%
Inventory	(40.0)	(94.1)	-57.5%
Suppliers	(16.7)	7.2	-
Bradescard Suppliers	0.0	-	-
Other	70.0	96.6	-27.5%
Cash from (used in) operating activities	377.4	341.3	10.6%
Cash flow from investing activities	(133.6)	(72.3)	84.8%
(=) Adjusted free cash flow	243.8	269.0	-9.4%

The Company recorded operating cash flow generation of R\$377.4 million, a 10.6% increase year-over-year, with a 9-day improvement in the quarter's cash conversion cycle vs. 3Q24.

The Company's commercial planning, focused on efficient inventory management, also contributed to cash generation during the period. The prioritization of closing the quarter with well-sized inventories, ready to respond to year-end demand, ensured higher turnover of apparel products and boosted this cash generation. This movement, combined with better collection terms due to the divestment of the telecom category and the reduction in interest-bearing installment revenue from C&A Pay, also contributed to this improvement.

Driven by progress in the Energia C&A strategy and improvements in our logistics network, investment cash flow totaled R\$ 133.6 million, an 84.8% increase vs. 3Q24.

As a result, adjusted free cash flow was R\$243.8 million, down by 9.4% vs. 3Q24.

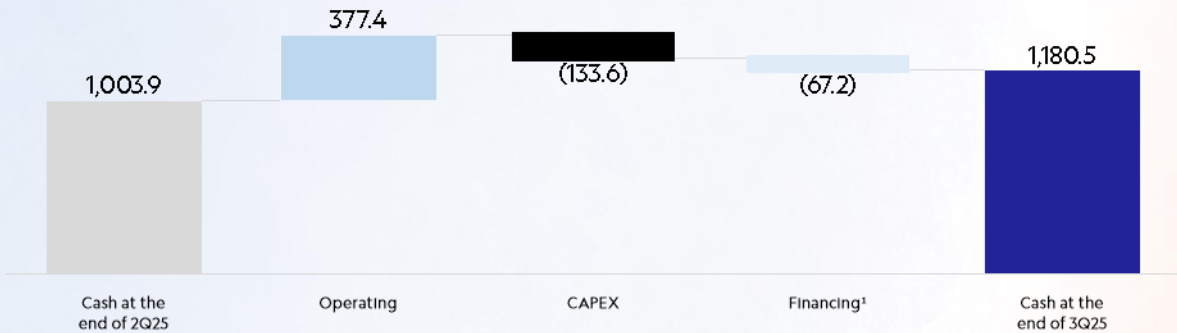
Cash Flow

Changes in Adjusted Cash Position (R\$ million)

At the end of 3Q25, the cash and cash equivalents balance increased by R\$176.6 million vs. 2Q25.

Operating cash flow was R\$377.4 million, 10.6% higher vs. same period of the previous year. Meanwhile, the financing cash flow amounted to R\$67.2 million.

Finally, investment activities totaled R\$133.6 million. As a result, the final cash position for the period was R\$1,180.5 million.



Note: Operating cash flow accounts for lease interest and principal; the final cash position includes marketable securities and financial instruments.



Investments

Investments (R\$ Million)	3Q25	3Q24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
New stores	9.0	4.1	118.5%	28.3	16.2	74.9%
Revamps and remodeling	89.9	41.5	116.6%	164.8	62.1	165.4%
Supply chain	16.4	3.1	422.1%	21.7	5.0	331.1%
Digital and technology	30.4	32.4	-6.2%	83.6	88.8	-5.9%
Total	145.8	81.2	79.6%	298.4	172.1	73.4%

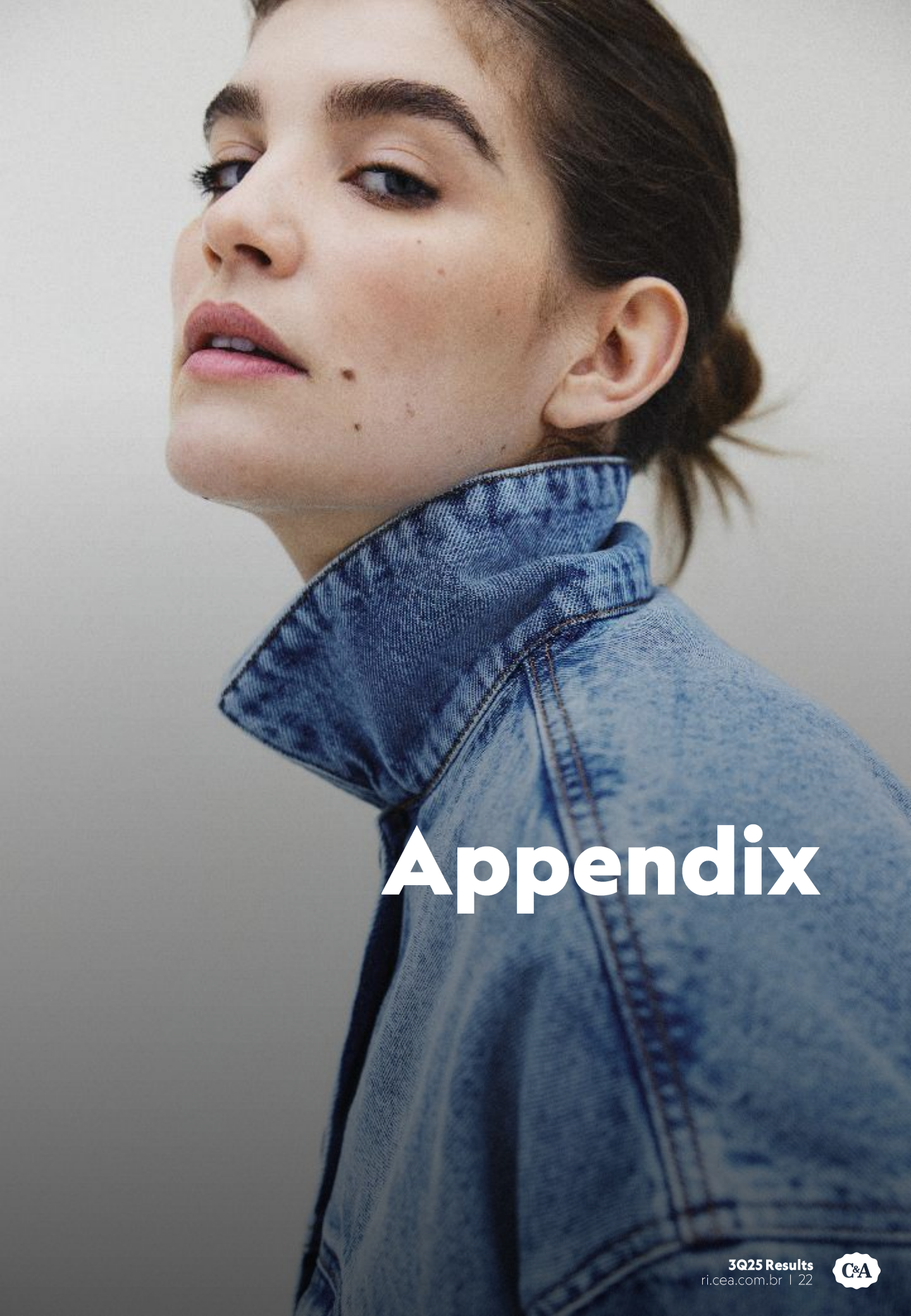
Note: The investment amount corresponds to investments acquired in the period but not necessarily paid. The amount paid (cash outlay) is included in the cash flow statement for investment activities.

The Company invested R\$145.8 million in 3Q25, a 79.6% increase vs. 3Q24. This growth was driven primarily by the progress in renovations, which gained traction throughout the quarter and resulted in 8 reopenings. Also noteworthy is the evolution of Project Dispersão, which has reached its fifth phase and was implemented in another 22 stores. There were no new openings, and the total count remained at 333 by quarter-end.

Another relevant point was the increased investments in the Logistics Strategy, with emphasis on initial investments to expand capacity at the Santa Catarina Distribution Center, productivity improvements through process review, layout changes and infrastructure acquisition at the São Paulo Distribution Center, and rollout of the Pick to Light technology in the Beauty operation.

In technology, investments amounted to R\$30 million, driven by dynamic assortment with AI engines, evolution of CRM tools, and personalization. In addition, initial investments in RFID for self-checkout have also begun, aiming to enhance the customer journey.





Appendix

Total Adjusted EBITDA

(Pre-IFRS 16)

R\$ Million & %	3Q25	3Q24	Δ%
Net income	69.5	42.8	62.2%
(+) Income taxes	7.7	(7.0)	-
(+/-) Financial results, net	72.5	92.1	-21.4%
(+) Depreciation & amortization	171.6	167.7	2.3%
EBITDA (post-IFRS 16)	321.3	295.6	8.7%
(+) Other operating income (expenses)	2.3	3.6	-37.0%
(+) Financial income from suppliers	4.4	4.1	8.3%
(-) Recovery of tax credits	(4.1)	2.1	-
(+) Long term incentive	9.4	10.6	-11.3%
Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	333.3	316.0	5.5%
Adjusted EBITDA margin (post-IFRS 16) (%)	18.1%	17.6%	0.5 p.p.
EBITDA (pre-IFRS 16)	196.8	179.6	9.6%
Adjusted EBITDA (pre-IFRS 16)	208.8	200.0	4.4%
Adjusted EBITDA margin (pré-IFRS 16) (%)	11.3%	11.1%	0.2 p.p.



Balance Sheet

R\$ million	3Q25	4Q24
Total assets	8,917.8	10,053.9
Current assets	4,251.5	4,993.4
Cash and cash equivalents	907.3	1,403.2
Bonds and securities	273.2	169.3
Trade receivables	1,271.4	1,862.8
Inventory	1,172.5	1,032.2
Taxes recoverable	553.3	470.4
Derivatives	0.0	18.3
Other Assets	73.9	37.2
Non-Current Assets	4,666.3	5,060.5
Taxes recoverable	845.8	1,127.7
Deferred taxes	502.0	530.1
Judicial deposits	92.4	144.9
Derivatives - LT	0.0	6.6
Other assets	5.0	4.8
Properties and equipment	914.4	823.7
Right-of-use assets - leases	1,469.3	1,529.9
Intangible assets	837.4	892.8
Total liabilities and shareholder's equity	8,917.8	10,053.9
Current liabilities	2,906.1	3,850.3
Lease liabilities	366.7	352.7
Suppliers	1,137.3	1,280.7
Dividends and IOC	101.9	101.9
Drawee risk liabilities	304.0	350.0
Suppliers buying back the right to offer credit (Bradescard)	0.0	608.6
Loans	523.4	456.5
Derivatives	22.9	0.3
Labor liabilities	288.3	279.8
Taxes payable	127.1	375.9
Other liabilities	34.5	43.7
Non-current liabilities	2,474.9	2,895.1
Lease liabilities	1,405.0	1,474.1
Suppliers	4.7	0.2
Suppliers buying back the right to offer credit (Bradescard)	0.0	0.0
Loans	725.6	1,041.5
Derivatives - LT	0.0	0.0
Labor liabilities	18.4	20.3
Provisions for tax, civil, and labor risks	251.5	293.1
Taxes payable	15.0	15.4
Other liabilities	54.7	50.6
Shareholder's equity	3,536.8	3,308.5
Share capital	1,847.2	1,847.2
Shares in Treasury	(48.2)	(34.4)
Capital reserve	33.0	49.3
Accumulated gains (losses)	273.9	0.0
Profit reserve	1,439.1	1,439.1
Other comprehensive income	(8.1)	7.3

Income Statement

R\$ Million	3Q25	3Q24	Δ%
Net operating revenue	1,840.9	1,799.8	2.3%
Apparel	1,648.7	1,514.5	8.9%
Fashiontronics and Beauty	120.3	162.8	-26.1%
Net revenue from goods	1,769.0	1,677.3	5.5%
Other revenue	5.9	9.9	-40.5%
Retail revenue	1,774.9	1,687.2	5.2%
Financial services	65.9	112.6	-41.5%
Cost of goods/services	(834.9)	(821.3)	1.7%
Gross profit	1,005.9	978.5	2.8%
Apparel	912.7	833.9	9.5%
Fashiontronics and Beauty	52.7	49.6	6.2%
Gross profit from goods	965.4	883.5	9.3%
Other gross profit	(25.4)	(17.5)	45.4%
Gross profit from retail	940.0	866.0	8.5%
Gross profit from financial services	65.9	112.5	-41.4%
Operating (expenses) and revenue	(856.3)	(850.6)	0.7%
General and administrative	(178.0)	(165.0)	7.9%
Selling expenses	(480.7)	(469.3)	2.4%
Depreciation and amortization	(171.6)	(167.7)	2.3%
Other net operating income (expenses)	1.8	(5.7)	-132.3%
Net credit losses	(27.8)	(42.9)	-35.1%
Profit before Financial Revenue and Expenses	149.6	128.0	16.9%
Finance results	(72.5)	(92.1)	-21.4%
Exchange variation	(5.3)	1.5	-462.0%
Finance expenses	(137.6)	(129.0)	6.6%
Finance income	62.6	33.2	88.7%
Earnings from bonds and securities	7.9	2.3	242.9%
Profit before taxes	77.2	35.8	115.4%
Income taxes	(7.7)	7.0	-210.3%
Net income (losses) for the period	69.5	42.8	62.2%

Cash Flow Statements

R\$ Million	3Q25	3Q24
Operating activities		
Allowance for expected credit losses	366.0	206.8
Adjustments to reconcile income before income taxes to net cash flows:		
Allowance (reversal) for expected credit losses	93.0	152.1
Adjustment to present value of accounts receivables and suppliers	3.2	0.5
Expenses with stock-based compensation	17.1	10.8
Provisions for inventory losses	69.2	61.7
Gains/Recognition of tax claims, including monetary correction	(54.2)	(195.2)
Depreciation and amortization	256.0	261.6
Impairment (Reversal) of provisions for property and equipment, intangibles, and right-of-use assets	(10.1)	15.5
Losses from the sale or disposal of property and equipment and intangible assets	15.1	0.6
Right-of-use amortization	279.4	270.6
Lease liabilities	(7.5)	(4.4)
Interest on leases	142.1	120.2
Expenses with loans and debentures	136.1	145.1
Interest on suppliers	42.1	50.4
Provisions (reversal) for tax, civil and labor risks	33.7	(36.0)
Derivatives	23.9	4.0
Update of judicial deposits	(5.1)	(7.5)
Yield from investments in bonds and securities	(26.2)	(11.2)
Variations in assets and liabilities:		
Trade receivables	503.9	291.2
Inventory	(221.9)	(348.0)
Taxes recoverable	253.1	224.9
Other credits	(36.9)	(1.8)
Bonds and securities	(77.7)	3.8
Judicial deposits	57.6	13.5
Suppliers	(79.9)	(154.2)
Fornecedor Bradescard	(650.6)	0.0
Drawee risk liabilities	(46.1)	(78.2)
Labor liabilities	(4.6)	8.9
Other liabilities	(10.0)	2.7
Provisions for tax, civil and labor risks	(75.2)	(28.6)
Taxes payable	(194.0)	(141.3)
Income Tax and Social Contribution paid	(111.1)	(53.2)
Cash flow originating (invested in) operating activities	680.6	785.3
Purchase of property and equipment	(249.7)	(73.0)
Purchase of intangible assets	(102.1)	(99.1)
Receivables from the sale of property and equipment	0.1	0.1
Cash flow used in investment activities	(351.8)	(172.0)
New loans and debentures issued	0.0	659.1
Loan/debenture transaction costs	(0.4)	(2.0)
Repayment of loans (principal)	(228.4)	(915.8)
Interest paid on loans	(156.3)	(147.6)
Repayments and interest paid on leases	(403.7)	(384.2)
Share buy-back	(36.0)	(29.3)
Net cash flows originating from (used by) financing activities	(824.8)	(819.7)
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents	(496.0)	(206.5)

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 Collect	A solution whereby customers can buy online and pick up their merchandise at one of our B&M stores.
Galeria C&A	C&A's 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.
RFS	Retail Financial Services
Seller	Partner sellers who offer their merchandise on our marketplace.
Ship from Store	transforms B&M stores into distribution centers, shipping merchandise 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 e-commerce and all types of sales and deliveries (100% online, ship-from-store, and click-and-collect).
Supply	Supply chain.
WhatsApp sales	A type of online sale where C&A associates interact with customers using WhatsApp.
WMS	Warehouse management system, an inventory management tool.



About C&A

C&A was founded in 1841 by Dutch brothers Clemens and August and the company was named from their initials. C&A was a pioneer in the production of ready-to-wear apparel and is now one of the largest fashion retail chains in the world.

In Brazil, it has been present since 1976, when it opened its first store in Shopping Ibirapuera, in São Paulo.

Currently, it operates more than 330 stores in its portfolio, located mostly in shopping malls. Stores are distributed throughout all Brazilian states, for a total sales area of approximately 620,000 square meters, in addition to its digital presence.

To meet all this demand, it relies on a network of qualified suppliers, where approximately 70% of production is acquired in the domestic market.

Our sales focus on fashion products, including apparel and beauty. Today, apparel accounts for about 90% of our revenue, and beauty products are becoming increasingly important.

Listed on the Brazilian stock exchange (B3) since October 2019, C&A continues on its trajectory of consistency, bringing fashion to customers through online and offline experiences.

With more than 15,000 employees throughout the country, the Company stands out for its fashion product offerings with high customer perceived value. In December 2021, we launched C&A Pay, our own credit solution, which currently accounts for 28.8% of retail sales.