

Divulgação de resultados

3T25



+29,1%

Receita líquida de
vestuário Vs. 3T23 e +1,3 p.p na
margem bruta, no acumulado
dos últimos dois anos



Destques 3T25



+8,9%

Receita líquida +8,1% SSS¹
em vestuário no 3T25



10,9%

Margem EBITDA ajustada no varejo²
pré IFRS-16 no 3T25, +0,9 p.p. na
margem EBITDA ajustada



R\$243 Mi

Geração de caixa livre
e melhora de 9 dias no ciclo de
conversão de caixa



+8,2 p.p.

No NPS do 3T25 vs. 3T24



+1,9 p.p.

Margem bruta de
mercadorias vs. 3T24 e
+0,3p.p. em vestuário



+41,7%

no lucro líquido
ajustado vs. 3T24



0,1x

Dívida líquida³/EBITDA no
3T25 e queda da dívida líquida
em 89,6% Vs. 3T24



21,7%

ROIC 3T25 LTM

(1) SSS: Same Store Sale - Crescimento de vendas em mesmas lojas; (2) Ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Receita 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



Execução

Estratégia Energia C&A

energia C&A

Produto



Rollout das iniciativas de produtos

Destaque para kids, beleza e calçados



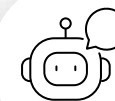
Novas categorias no **sortimento dinâmico**



Crescimento de 50,9% da receita líquida do **Beleza** vs. 3T24



Test & Learn
+ de mil testes no ano



Uso de IA
na criação de novas coleções

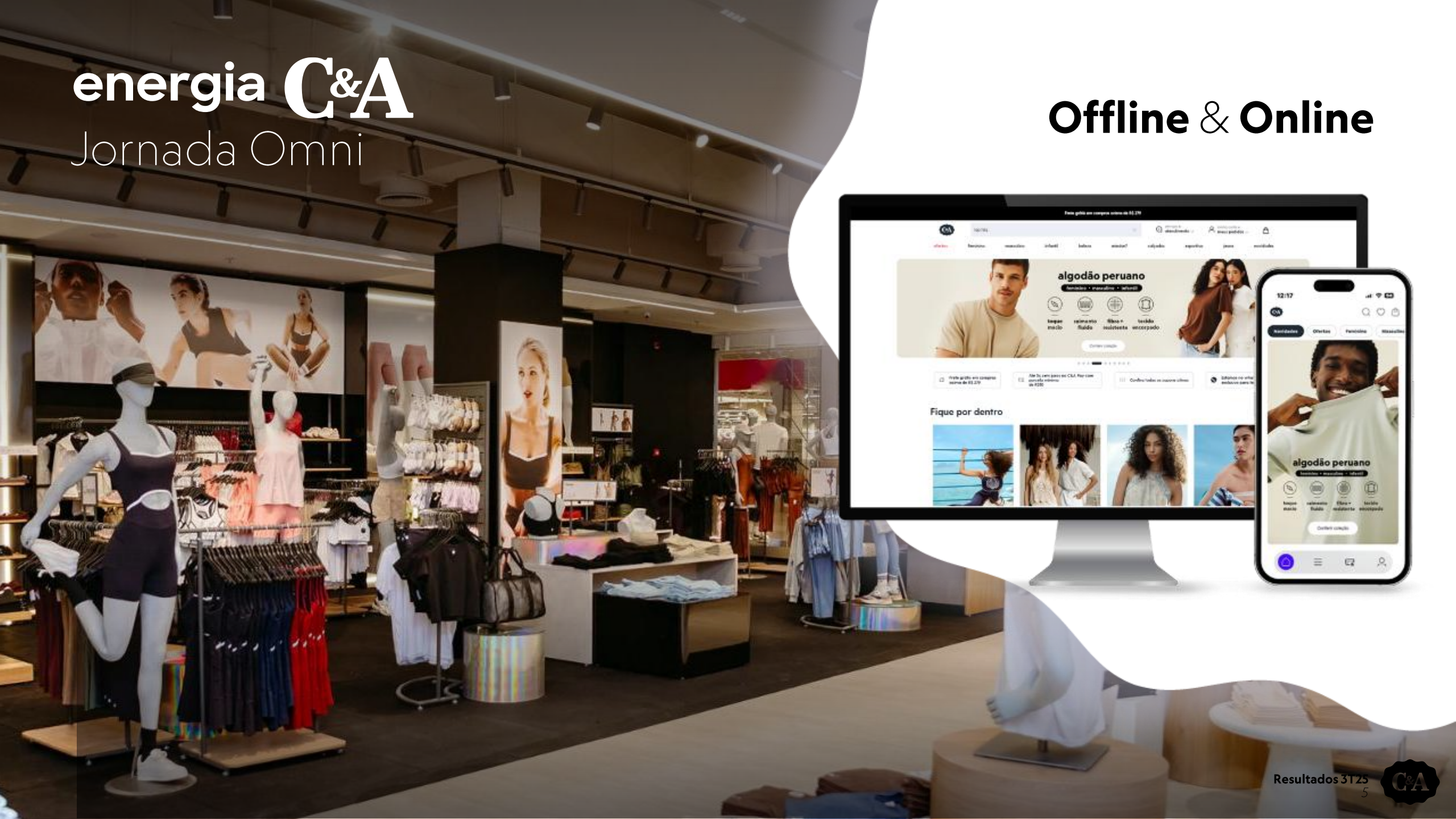


Maior valor Percebido
Qualidade e matéria prima

energia C&A

Jornada Omni

Offline & Online



energia C&A

Jornada offline

Avanços na experiência em loja



7 reformas

Totalizando **14** no ano

Shopping Metrô Itaquera/SP
Shopping Suzano/SP
Park Shopping Campo Grande/RJ
Shopping Palladium/PR
Amazonas Shopping/AM
Rio Mar Shopping Fortaleza/CE
Shopping Jardins/SE



Dispersão

Totalizando **43** no ano

22 lojas

(5ª onda)



Novas lojas

Totalizando **3** no ano

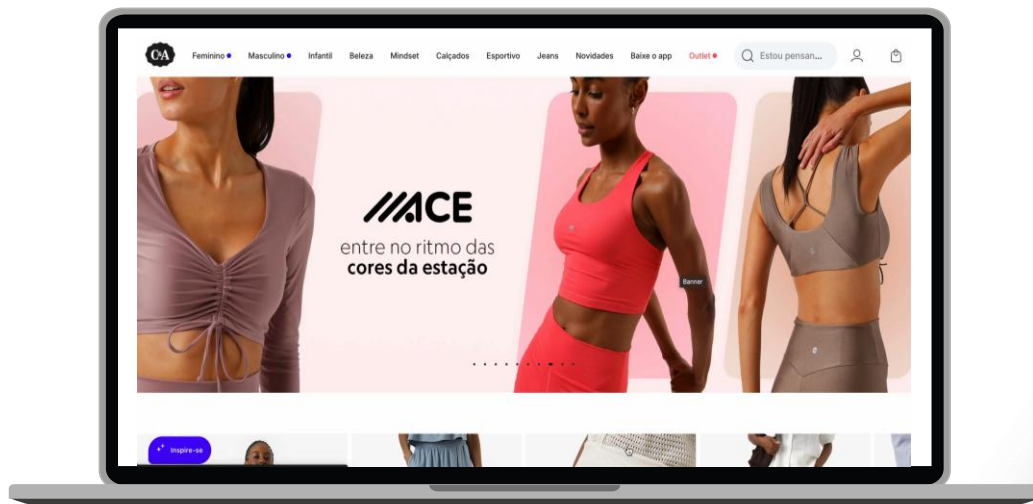
7 novas lojas

em andamento

energia **C&A** Jornada online

+18,6% na receita líquida do site e APP
Evolução do Site e expansão do AI Personal Shopper para o aplicativo

Site



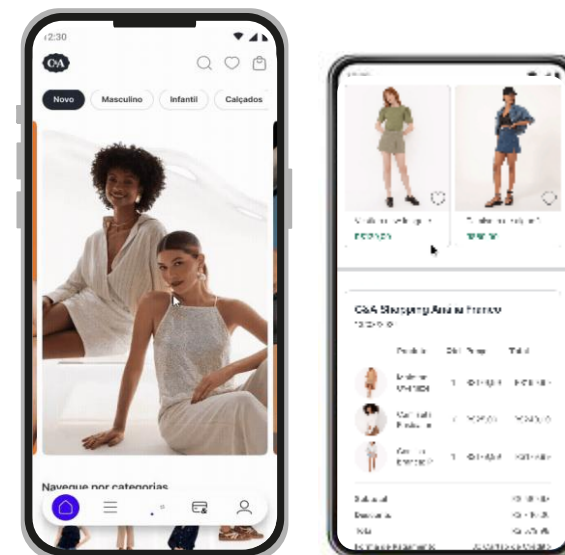
Novos meios de pagamento

Google Pay e Apple Pay

Integração sacola app, site e loja física

Evolução no novo site

App



IA Personal Shopper

energia C&A

Fortalecimento da marca
e relacionamento



**“Quem encontra
o look, sente”**



**Campanha
Jeans**



energia C&A

~60% da estratégia implementada

2024

- Criação das novas áreas de categorias-chave
- Ampliação de sortimento e alocação via tecnologia
- Expansão do Beleza
- Novos sistemas de gestão com fornecedores
- Revisão do posicionamento da marca
- Criação do programa dispersão
- Retomada das aberturas de lojas e reformas
- Desenvolvimento do CRM e do C&A Pay
- Maior velocidade nas melhorias no Site & App

2025

- Roll-out das áreas de categoria chave
- Desenvolvimento do sortimento dinâmico
- Desmobilização Telefonia
- Continuidade dos avanços em produto e fornecedores
- Abertura de novas lojas e reformas
- Lançamento novo modelo Loja Energia
- Maiores investimentos em marca e CRM
- Desenho da nova malha logística e automação do CD
- Novas funcionalidades usando IA no Site & App



energia C&A

Novo modelo de loja
Energia

Resultados:



Materialização
do Energia

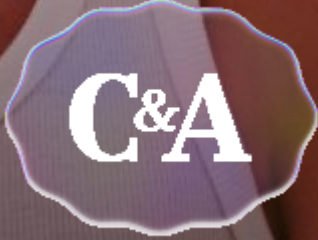


Resultados
iniciais **acima das**
expectativas



Mais duas **lojas**
do novo modelo
Energia em
andamento



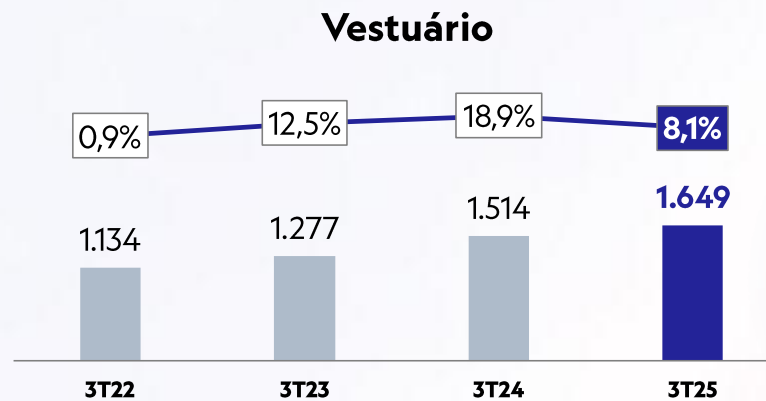
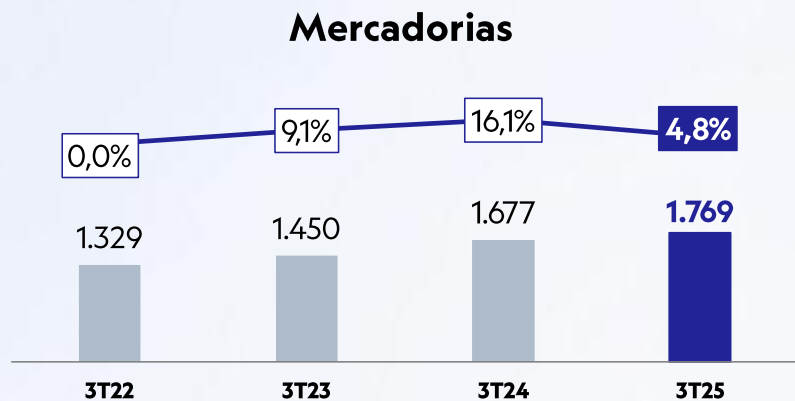


Desempenho
Financeiro

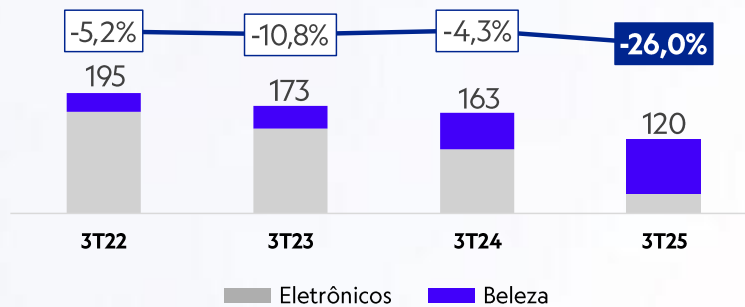
Receita de mercadorias

R\$ Milhões e %

Crescimento da receita líquida de vestuário e SSS de 8,1%, com destaque para lingerie, ACE e jeans



Eletrônicos & Beleza



■ Eletrônicos ■ Beleza — Receita líquida — Vendas mesmas lojas

+50,9%
na receita líquida
de beleza

Conclusão do
processo de
descontinuação
da telefonia

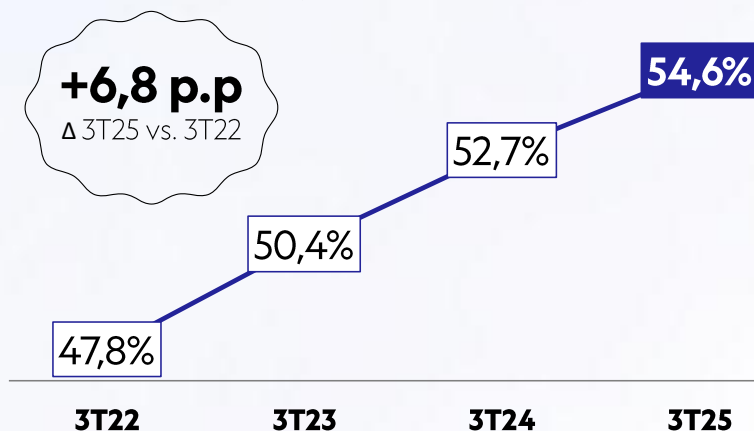


Margem bruta mercadorias

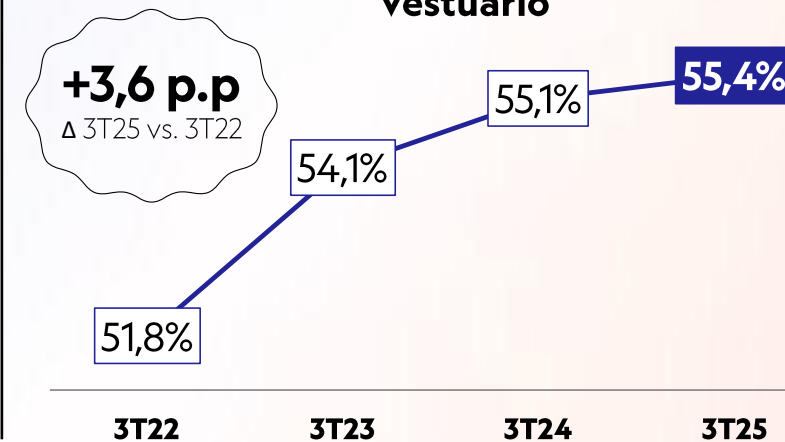
Números em %

Aumento de 1,9 p.p. na margem bruta de mercadorias e 0,3 p.p em vestuário vs. 3T24

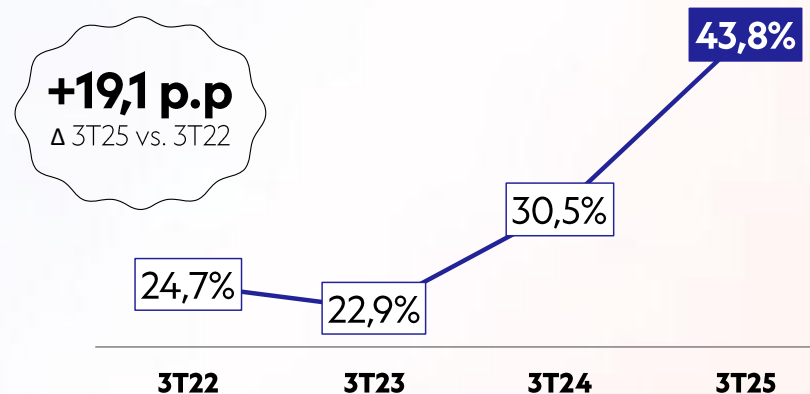
Mercadorias



Vestuário

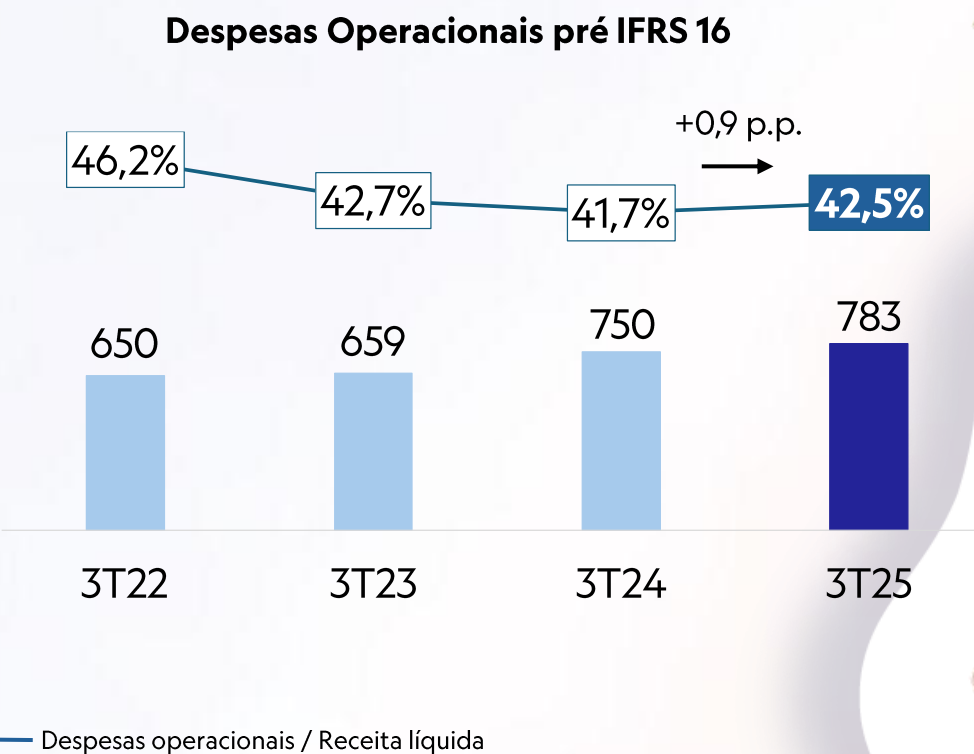
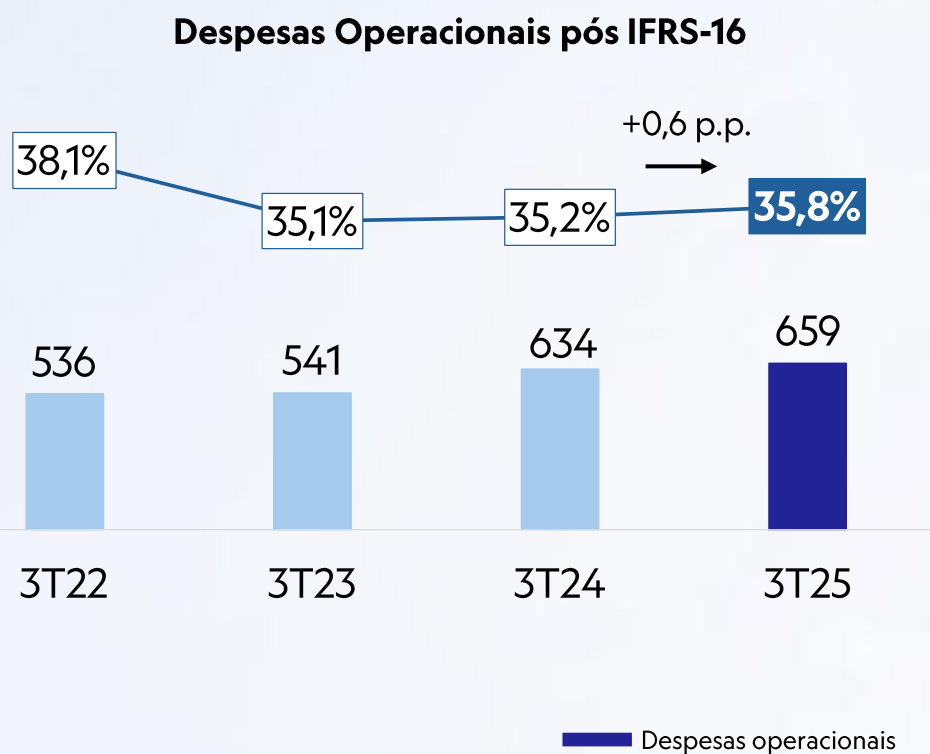


Eletrônicos & Beleza



Gestão de **despesas operacionais**¹

R\$ Milhões e %



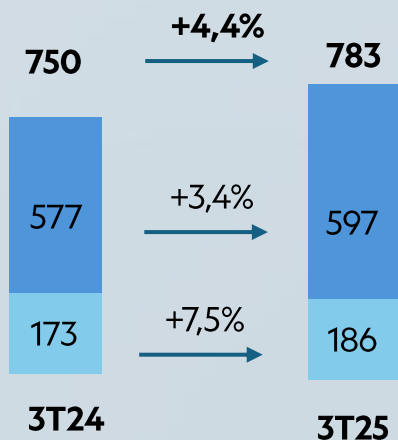
(1) As despesas consideram o impacto do pagamento do arrendamento mercantil, conforme norma contábil IFRS16, mas desconsidera as despesas de Depreciação e Amortização e a Depreciação de Direito de Uso (Arrendamento), além das despesas com perdas em crédito, líquidas e outras (despesas) receitas operacionais.



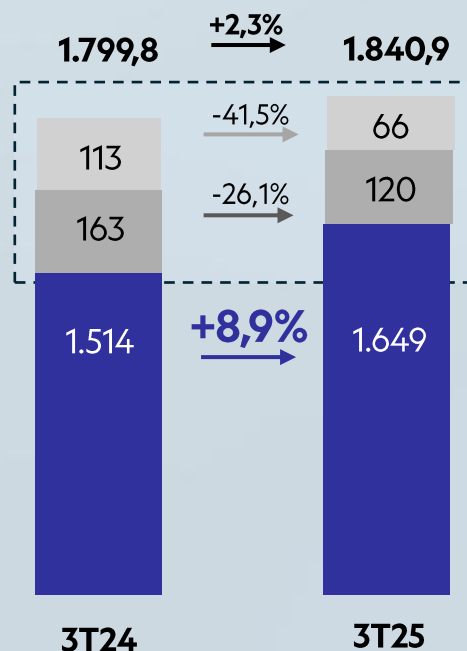
Gestão de **despesas operacionais**¹

R\$ Milhões e %

SG&A pré IFRS-16



Receita Líquida



Receita menor de FT e Serviços Financeiros impacta diluição:

- Desmobilização de telefonia
- Maior seletividade na oferta de crédito do C&A Pay
- Encerramento parceria Bradescard

Disciplina na gestão de despesas e foco nas iniciativas do Energia C&A

— Selling — G&A — Vestuário — FT — Serviços financeiros



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

Conclusão da **desmobilização** **de telefonia** no 3T25



- Queda de 26% na receita líquida de FT
- Aumento de 13 p.p. na margem bruta de FT
- Aumento de 6% no Lucro bruto de FT
- Impacto negativo na diluição SG&A do varejo
- Melhora no ciclo de caixa (Redução no prazo médio recebimento)

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



28,8%
Penetração nas **vendas do varejo**, +3,5p.p. vs. 3T24

16,4%
no **NPL 90**, -3,3 p.p. vs 3T24

3,2%
nas **perdas líquidas/ carteira 360**, -1,6 p.p. vs. 3T24

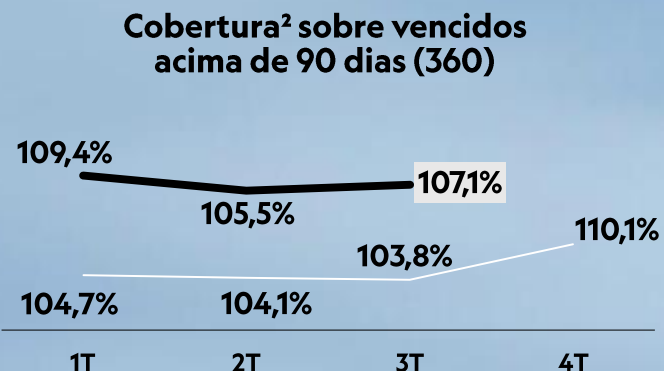
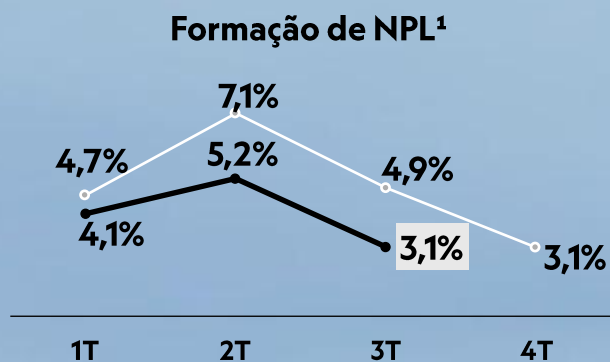
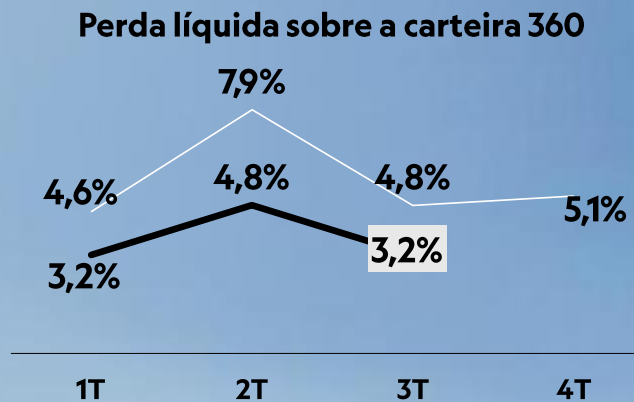
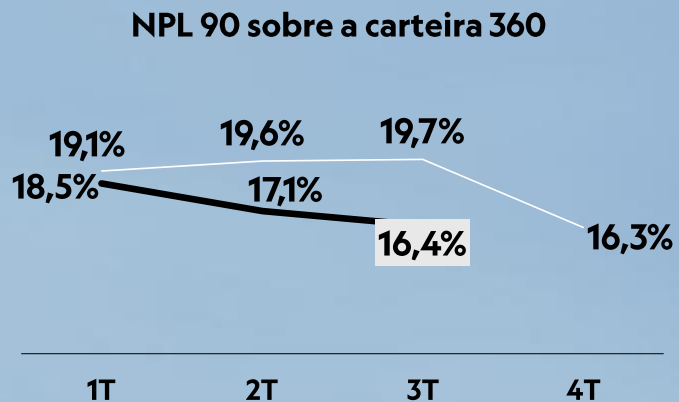
-20,2%
No **SG&A** Vs. 3T24

R\$ 855,7 Mi
Carteira até 360 dias no final do 3T25 (-3,5% vs. 3T24)

R\$ 7,9 Mi
De **resultado operacional**, 56,0% menor que no 3T24



Evolução nos indicadores de inadimplência



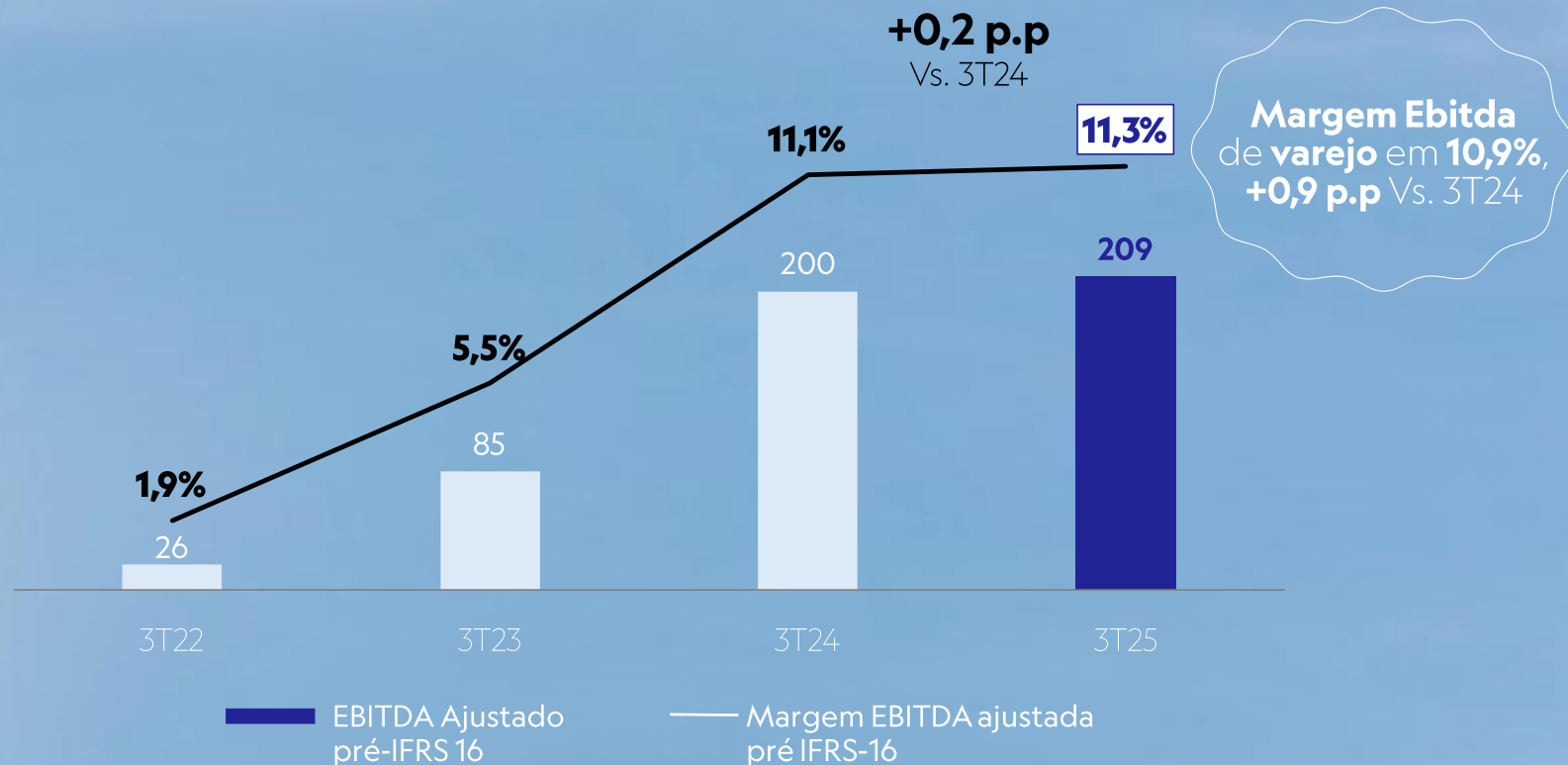
— 2025 — 2024

Notas: 1) NPL Formation considera a variação dos vencidos entre 90-360 dias; 2) Cobertura calculada como a razão entre o total da perda estimada e a carteira vencida (IFRS-9) do estágio 3, acima de 90 dias. Valores enquadrados pela resolução 4.966 do BACEN



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

R\$ Milhões e %

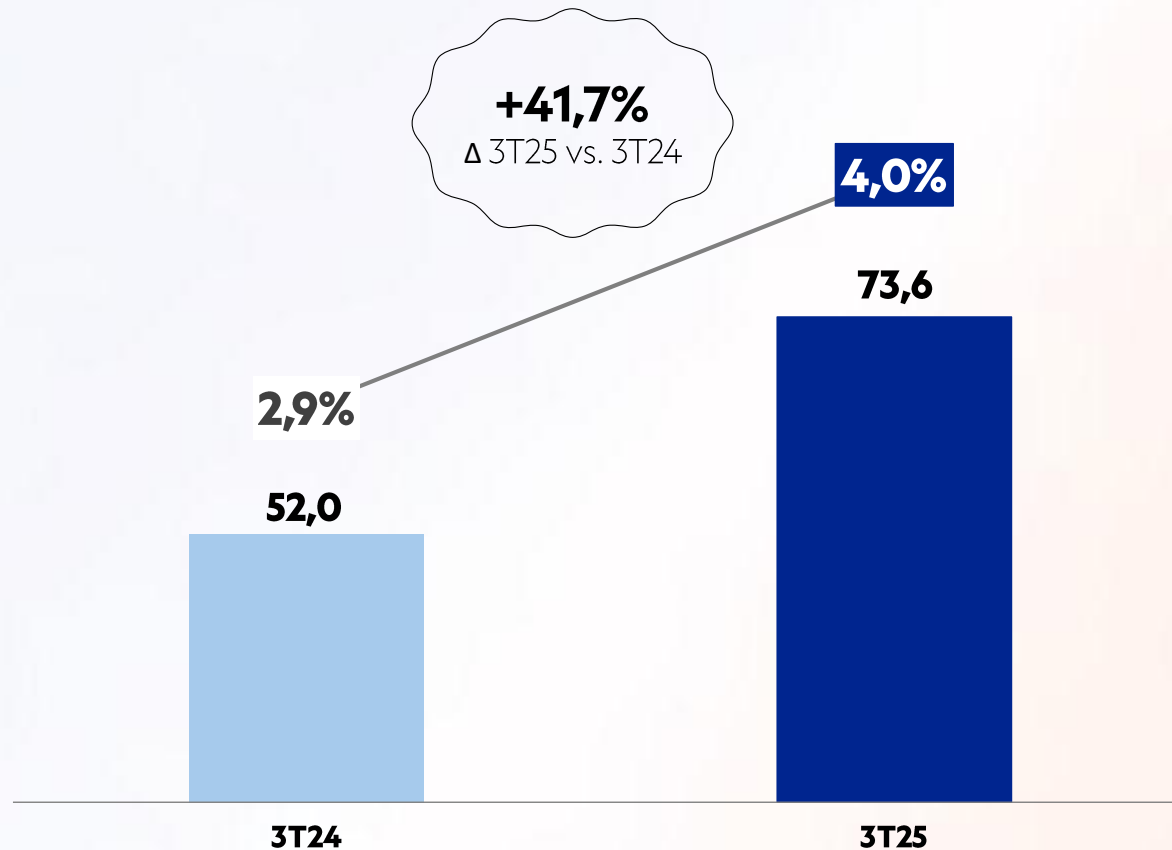


(1) EBITDA pré IFRS-16 ajustado por: (i) outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) receita financeira de fornecedores; (iii) recuperação de créditos fiscais e (iv) Programa de incentivo de longo prazo.

Lucro líquido ajustado¹

Com expansão da margem em 1,1 p.p vs. 3T24

R\$ Milhões e %



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

Investimentos e alocação de capital

Com foco no Energia C&A

Disciplina na alocação de capital

	3T25	3T24	Δ%
Reformas	89,9	41,5	116,6%
Digital e tecnologia	30,4	32,4	-6,2%
Novas lojas	9,0	4,1	118,5%
Cadeia de suprimentos	16,4	3,1	422,1%
Total	145,8	81,2	79,6%



Redução de 9 dias no ciclo de conversão de caixa, com melhora em 7 dias de estoque

81,7% do CAPEX dedicado ao **Energia** no trimestre

Início **Estratégia Logística**

Investimentos em reformas **2,2 vezes** maior vs. 3T24

ROIC

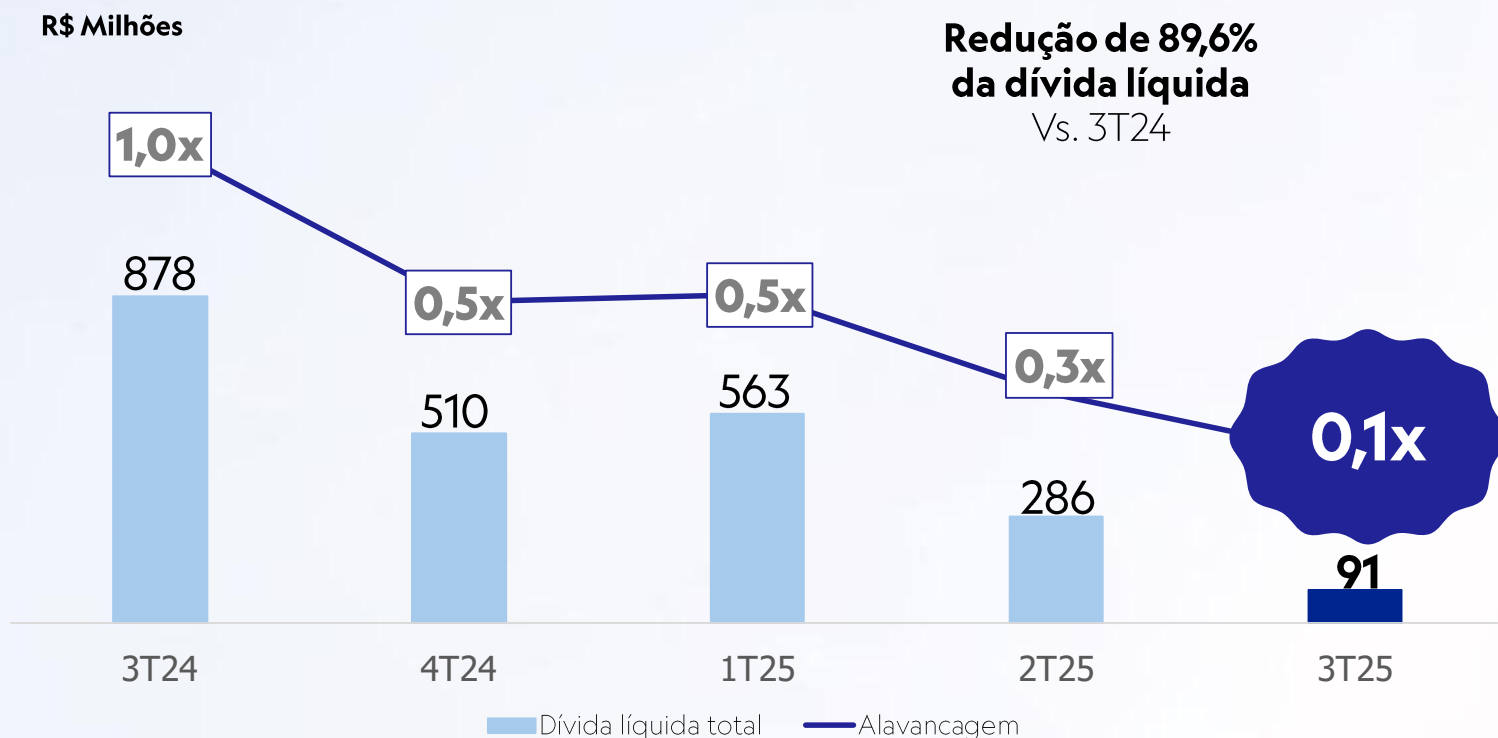
3T25 LTM

21,7%



Liability Management

Aumento da geração de caixa, com redução da alavancagem



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

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



Destques e reconhecimento



2025 Programa
train&e

○ **futuro
da moda**
é **você** quem faz



#1 GPTW
Varejo de moda



**Prêmio Valor
Inovação 2025**

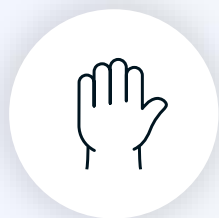


Presença da
marca na
COP 30

Perguntas & respostas

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

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



Raise Hand



Q&A





Divulgação de resultados

3T25

Contatos:

Laurence Gomes | CFO e DRI

Rogério Ueno

Pedro Abe

João Felipe

Luanna Tomé

ri@cea.com.br

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

A photograph of three diverse women laughing joyfully on a rooftop. They are wearing casual, stylish clothing. The background shows a clear blue sky and the facade of a tall city building.

Earnings Call

3Q25



+29.1%

Apparel net Revenue vs. 3Q23
and **+1.3 p.p gross margin**, in
the last two years



3Q25 Highlights



+8.9%

Net Revenue +8.1%
apparel SSS¹ in 3Q25



+1.9 p.p.

Merchandise gross margin
vs. 3Q24 and +0.3 p.p. in
apparel



10.9%

Adjusted retail EBITDA margin² pre
IFRS-16 in 3Q25, +0.9 p.p. increase



+41.7%

in adjusted net income
vs. 3Q24



R\$243 M

Free cash flow generation
and an **improvement of 9 days**
in the cash conversion cycle



0.1x

Net Debt³/EBITDA in
3Q25 and a decrease in net
debt of 89.6% vs. 3Q24



+8.2 p.p.

in **NPS** for 3Q25 vs. 3Q24



21.7%

ROIC 3Q25 LTM

(1) SSS: Same Store Sales - Growth in same store sales; (2) Adjustments include: (i) Other net operating revenues (expenses); (ii) Trade financial revenue; (iii) Recovery of tax credits; and (iv) Long-term incentives; (3) Adjustments include: (i) Other net operating revenue (expenses); (ii) Recovery of tax credits; (iii) Long-term incentives for employees, after taxes; and (iv) debt with Bradescard is included in 2Q24.



Execution

C&A Energia Strategy

energia C&A

Product



Rollout of initiatives of products

Highlighting the kids, beauty and shoes



New categories in the **dynamic assortment**

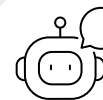


50.9% growth in Beauty's net revenue vs. 3Q24



Test & Learn

Over a thousand tests this year



Use of AI

in the creation of new collections



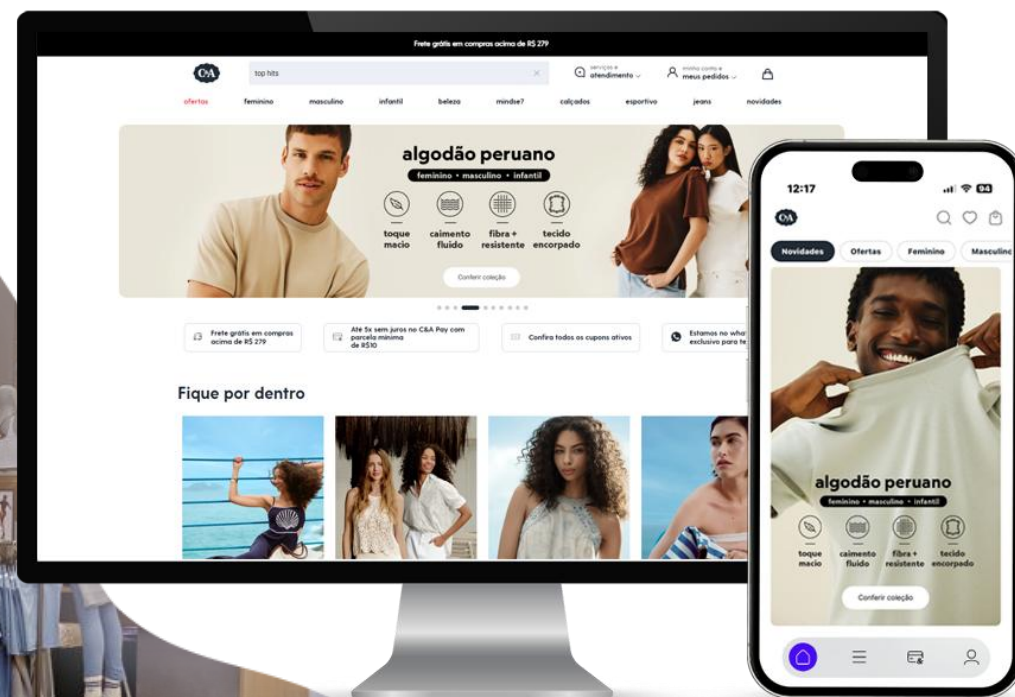
Higher customer perceived value

Quality and raw materials

energia C&A

Omni Journey

Offline & Online



energia C&A

Offline Journey

We continue to
advance the **in-store
experience**



7 renovations

A total of **14** for the year

- Shopping Metrô Itaquera/SP
- Shopping Suzano/SP
- Park Shopping Campo Grande/RJ
- Shopping Palladium/PR
- Amazonas Shopping/AM
- Rio Mar Shopping Fortaleza/CE
- Shopping Jardins/SE



Dispersão

A total of **43** for the year

22 stores

(5th wave)



New stores

A total of **3** for the year

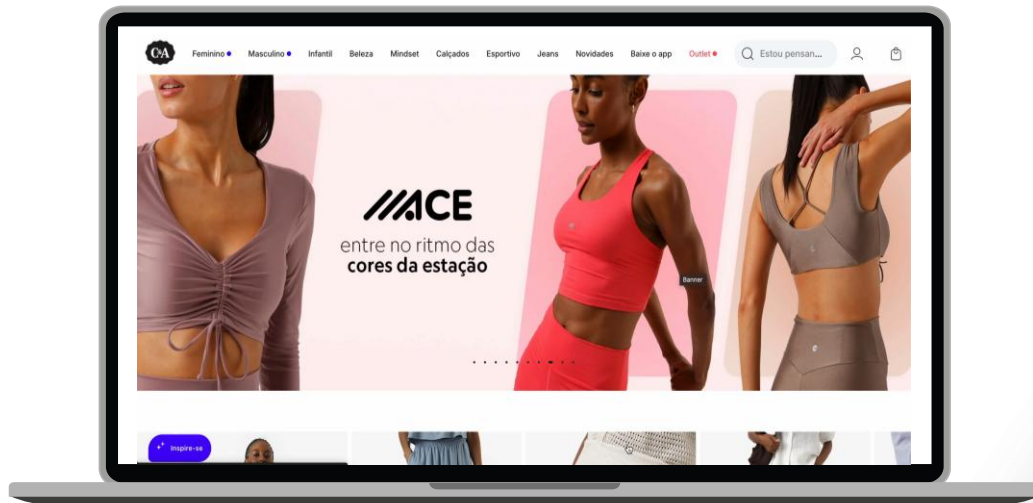
7 new stores

in progress

energia C&A Online Journey

+18.6% in net revenue from the website and app
Evolution of the website and expansion of AI Personal Shopper to the app

Site



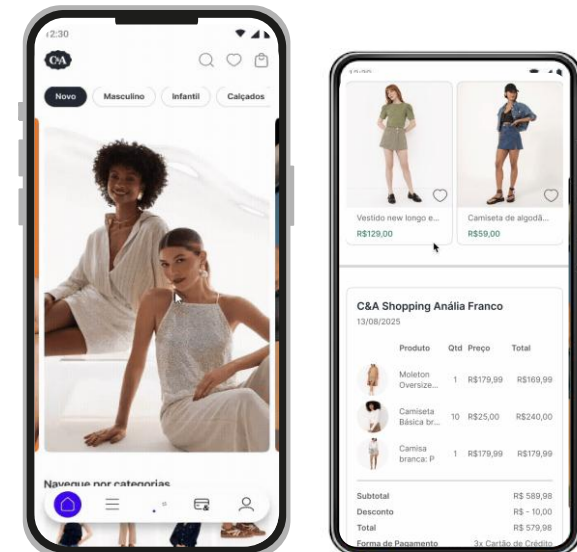
New payment methods

Google Pay e Apple Pay

Shopping cart integration

Evolution on the new website

App



IA Personal Shopper

energia C&A

Strengthening the brand
and relationship



**“Who finds the
look, feels”**



**Jeans
campaign**



energia C&A

~ 60% of the strategy implemented

2024

- Creation of new key category areas
- Expansion of assortment and allocation through technology
- Beauty category expansion
- New supplier management systems
- Brand positioning review
- Creation of the dispersion program
- Resumption of store openings and renovations
- Development of CRM and C&A Pay
- Faster improvements on Website & App

2025

- Roll-out of key category areas
- Development of dynamic assortment
- Phase-out of telephony
- Ongoing improvements in product and supplier management
- Opening of new stores and renovations
- Launch of the new “Energia” store model
- Greater investments in brand and CRM
- Design of the new logistics network and DC automation
- New AI-powered features for Website & App



energia C&A

New Energia store model

Results:



Materialization
of Energia



Initial results
above
expectations



Two more **stores**
of the new Energia
format are currently
underway



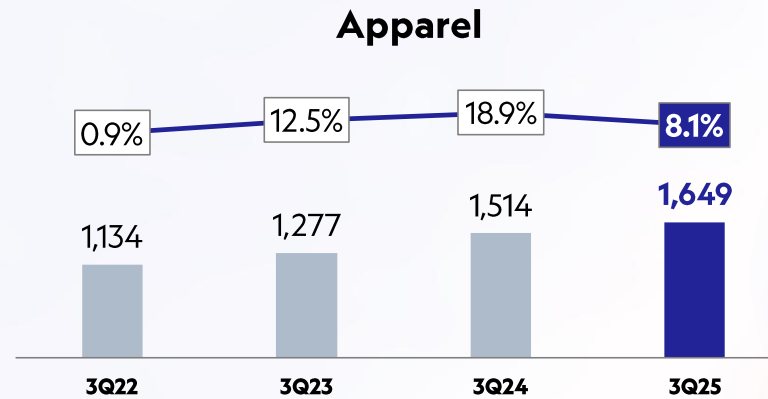
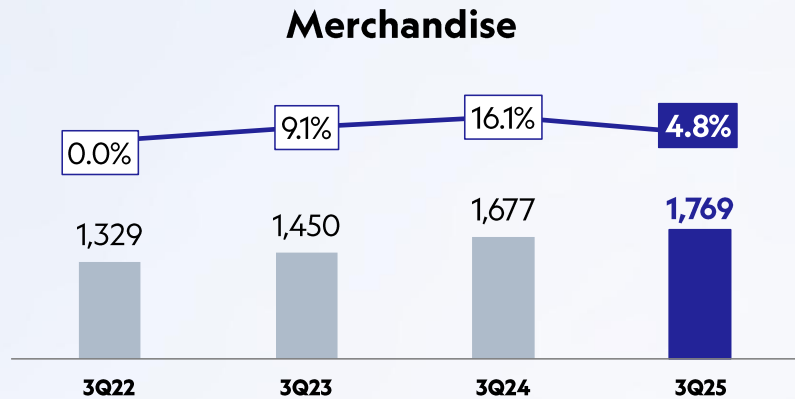


Financial
Performance

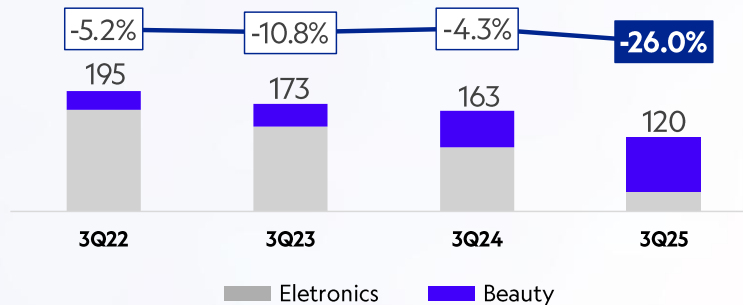
Merchandise revenue

R\$ Million & %

Net revenue growth in apparel and SSS of 8.1%, highlighting the lingerie, ACE and jeans categories



Electronics & Beauty



+50.9%
in Beauty net
revenue

Conclusion of the
telephone service
discontinuation process

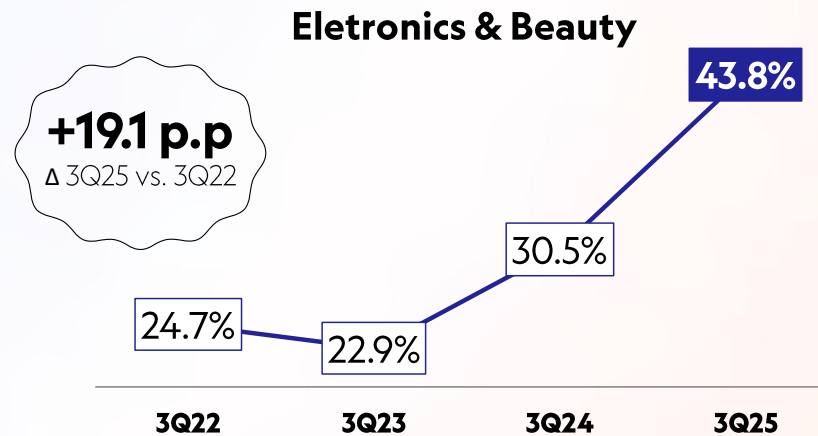
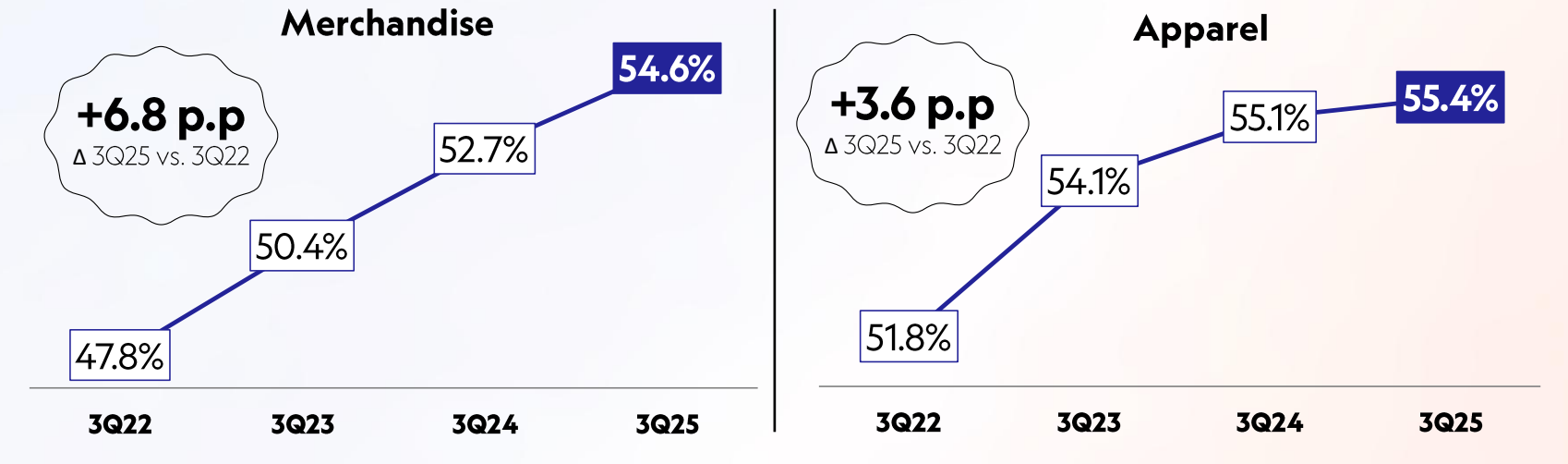
Net revenue Same store sales



Merchandise gross margin

Figures in %

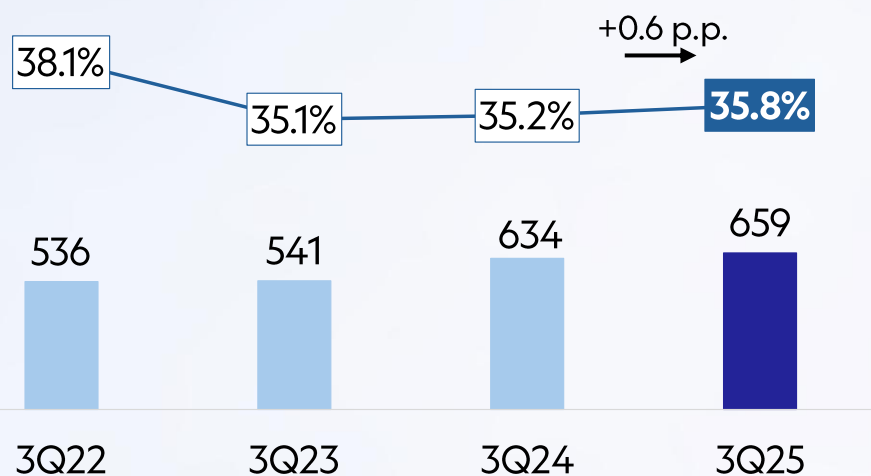
A 1.9 p.p. increase in the gross margin for merchandise and a 0.3 p.p. increase in apparel vs. 3Q24



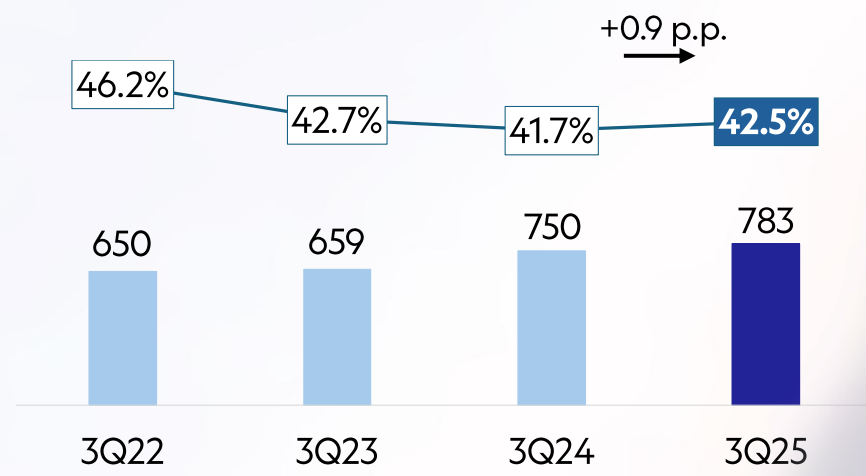
Evolution in the management of **operating expenses**¹

R\$ Million & %

Operating Expenses post IFRS-16



Operating Expenses pre IFRS 16



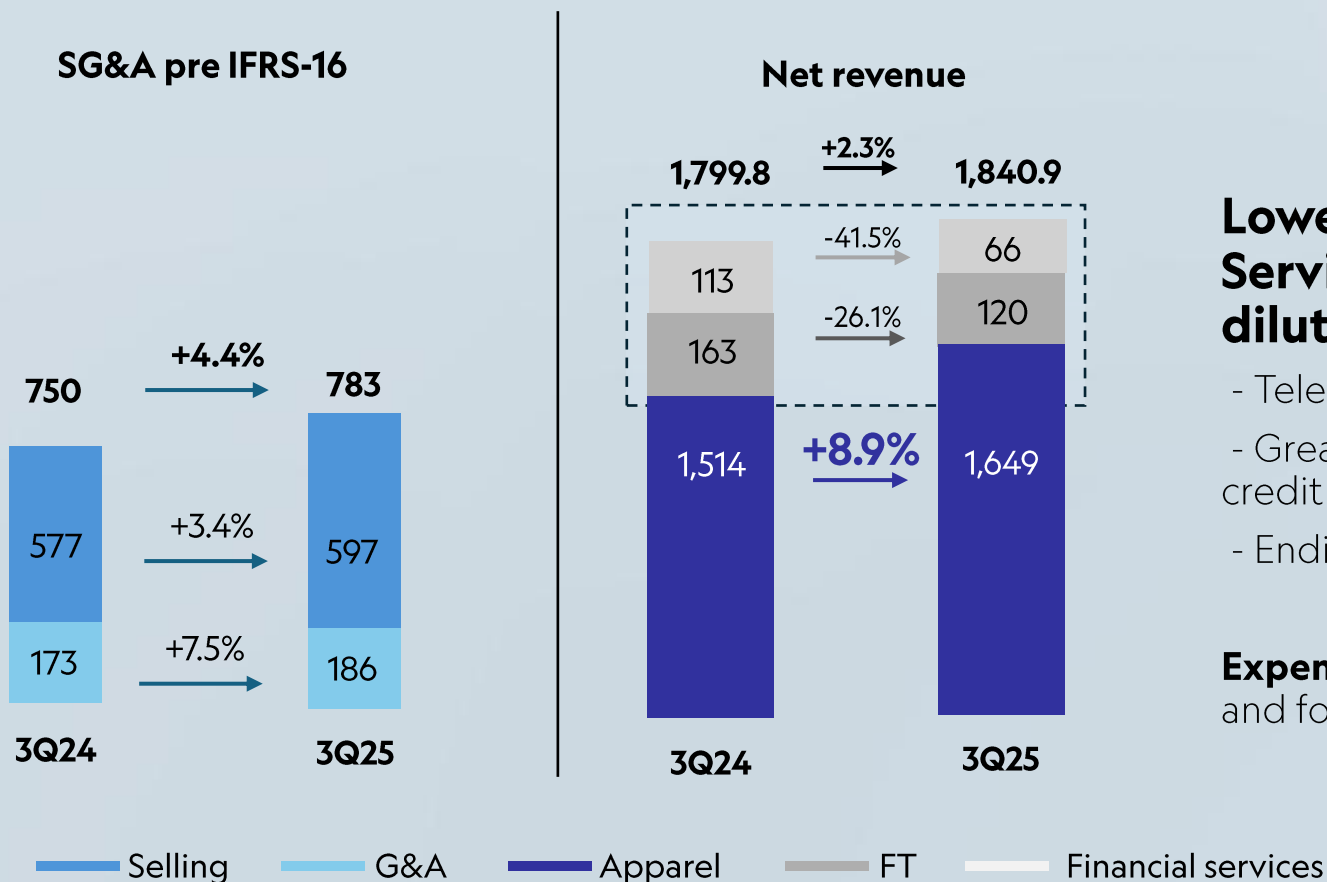
■ Operating Expenses — Operating Expenses / net revenue

(1) Expenses include the impact of lease payments, in accordance with IFRS 16 accounting standards, but exclude Depreciation and Amortization expenses, Right-of-Use Depreciation (Lease), as well as expenses related to net credit losses and other operating (expenses) income



Evolution in the management of **operating expenses**¹

R\$ Million & %



Lower FT and Financial Services revenue impacts dilution:

- Telephony decommissioning
- Greater selectivity in offering credit through C&A Pay
- Ending of Bradescard partnership

Expense management discipline and focus on C&A Energy initiatives



(1) Expenses include the impact of lease payments, in accordance with IFRS 16 accounting standards, but exclude Depreciation and Amortization expenses, Right-of-Use Depreciation (Lease), as well as expenses related to net credit losses and other operating (expenses) income

Conclusion of telephony decommissioning in 3Q25



- 26% drop in FT net revenue
- Increase of 13 p.p. in FT gross margin
- 6% increase in FT gross profit
- Negative impact on retail SG&A dilution
- Improvement in cash cycle (Reduction in average collection period)

(1) Expenses include the impact of lease payments, in accordance with IFRS 16 accounting standards, but exclude Depreciation and Amortization expenses, Right-of-Use Depreciation (Lease), as well as expenses related to net credit losses and other operating (expenses) income





28.8%
Penetração nas **vendas**
do varejo, +3,5 p.p. vs. 3T24

16.4%
in **NPL 90**, -3.3 p.p.
vs 3Q24

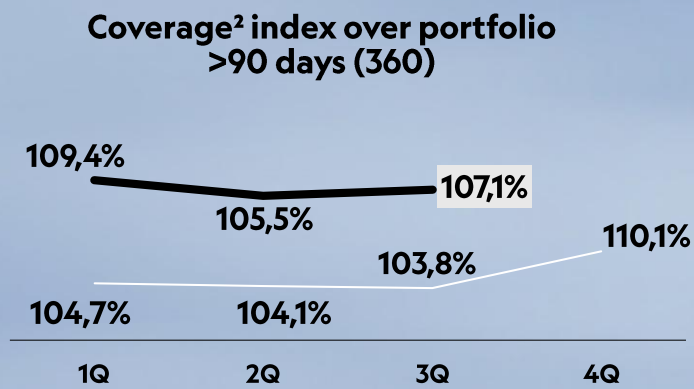
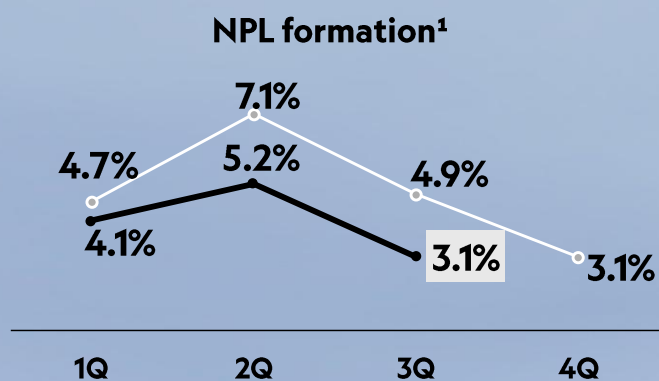
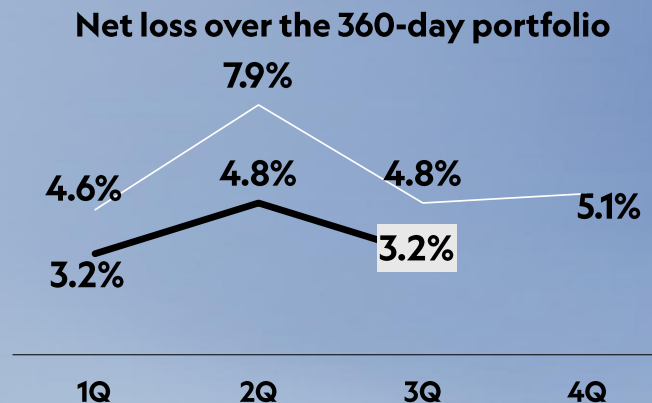
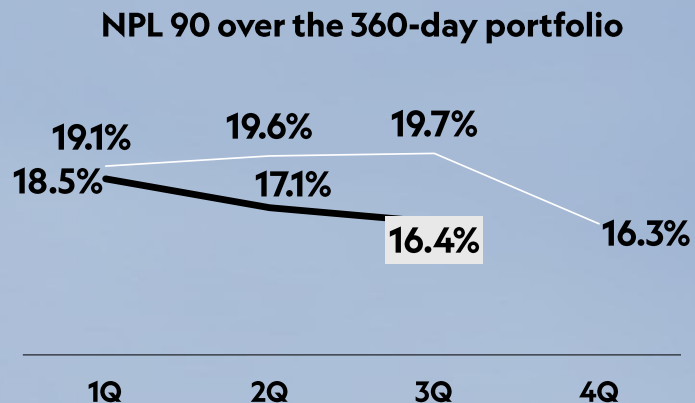
3.2%
in **net losses/**
portfolio 360, -1.6 p.p.
vs 3Q24

-20.2%
In **SG&A** vs. 3Q24

R\$ 855.7 M
Portfolio overdue up to 360 days
at the end of 3Q25 (-3.5% vs. 3Q24)

R\$ 7.9 M
of **operating results**, 56.0% lower
vs. 3Q24

Evolution in delinquency indicators



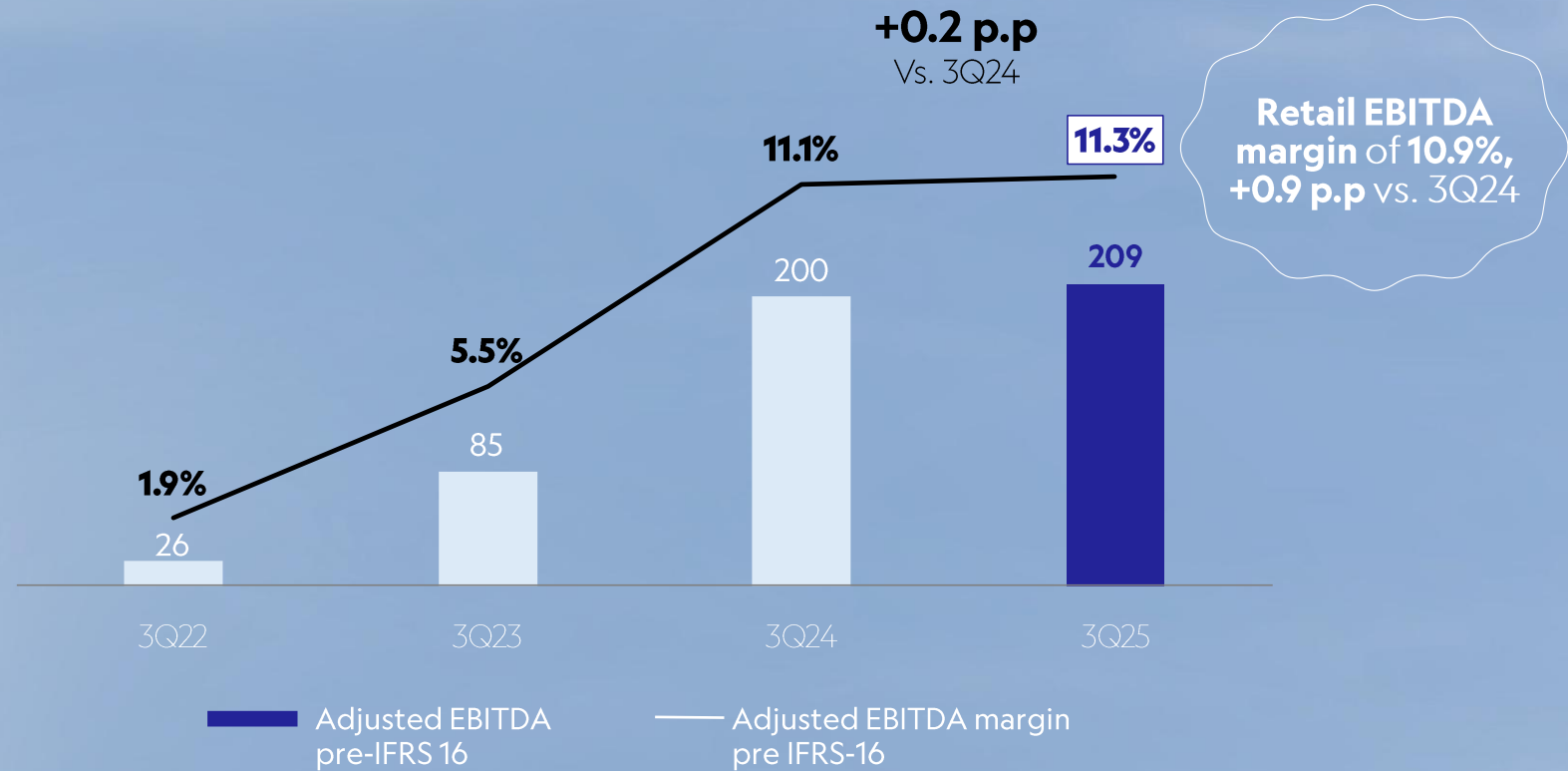
— 2025 — 2024

Notes: 1) NPL formation considers variation of accounts overdue between 90-360 days; 2) Coverage calculated as a ratio of total estimated loss to stage-3 overdue portfolio (IFRS-9), over 90 days values covered by BACEN resolution 4966



Evolution of adjusted EBITDA¹ with **margin expansion**

R\$ Million & %

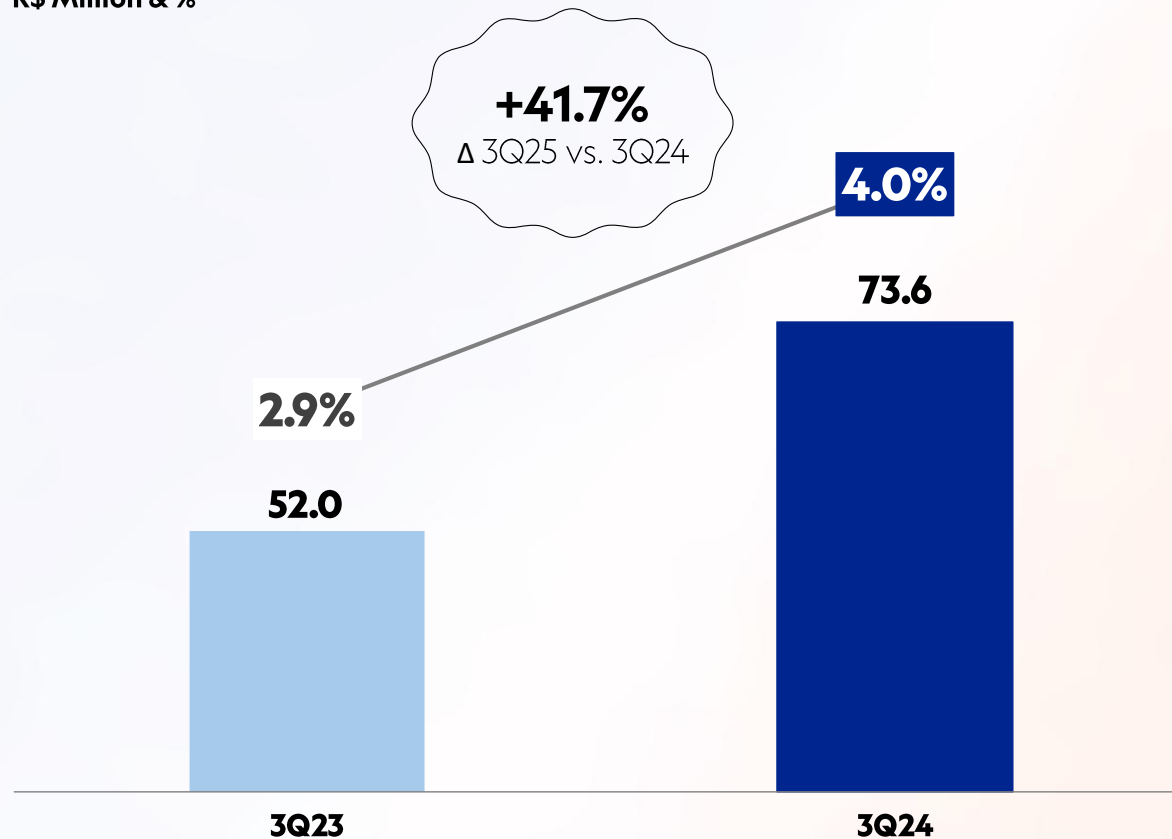


(1) Pre-IFRS 16 EBITDA adjusted by: (i) net other operating income (expenses); (ii) supplier financial income; (iii) tax credit recovery; and (iv) long-term incentive program.

Adjusted net income¹

With margin expansion of 1.1 p.p vs. 3Q24

R\$ Million & %



(1) 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

Investments and capital allocation

Focusing on C&A Energia

Discipline in capital allocation

	3Q25	3Q24	Δ%
Renovations	89.9	41.5	116.6%
Digital and technology	30.4	32.4	-6.2%
New openings	9.0	4.1	118.5%
Supply chain	16.4	3.1	422.1%
Total	145.8	81.2	79.6%

81.7% of CAPEX was invested in **Energia** in quarter

Beginning of the **Logistics Strategy**

Renovation **investments 2.2 times** higher vs. 3Q24



A **9 day reduction** in the **cash conversion cycle**, with a **7 day improvement** in **inventory**

ROIC

3Q25 LTM

21.7%

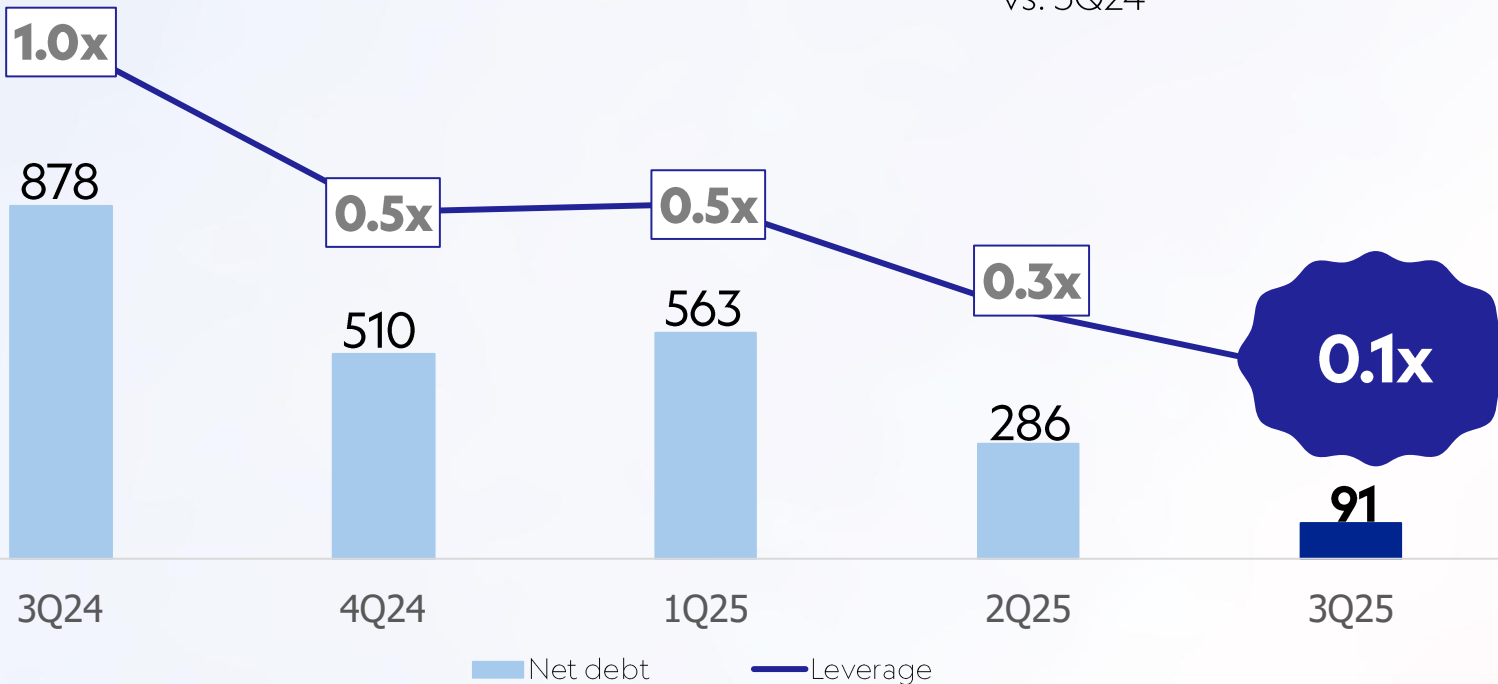


Liability Management

Increased cash generation, with a significant reduction in leverage

R\$ Million

A 89.6% reduction
of net debt
vs. 3Q24



Note 1: total net debt, includes debt with Bradescard

Note 2: measured by the ratio of net debt to adjusted EBITDA (pre IFRS-16)



Awards and recognition

2025 Programa
train&e

○ **futuro
da moda**
é **você** quem faz

C&A

**Great
Place
To
Work®**

#1 GPTW
Fashion retail

Prêmio
VALOR
INOVAÇÃO
Brasil 2025

Inovation 2025
Prêmio Valor

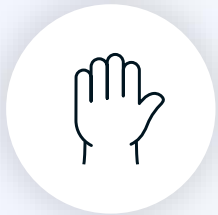
COP30
AMAZONIA

Brand
visibility at
COP 30

Questions & answers

To ask **live questions, raise your hand** and **wait to be called on**. When you hear your name, a prompt to turn on your microphone will appear on screen, please unmute to ask your questions. We recommend that all questions be asked at once.

Alternatively, you can **send your question directly through the Q&A icon** at the bottom of the screen.



Raise Hand



Q&A





Earnings Call

3Q25

Contact us:

Laurence Gomes | CFO e IRO

Rogério Ueno

Pedro Abe

João Felipe

Luanna Tomé

ri@cea.com.br

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