



Release de resultados

1T26



Videoconferência de Resultados

Data: 06/05/2026 (Português/Inglês)

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

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

Destaques

Receita líquida de vestuário cresce 6,2% no 1T26 e margem bruta de vestuário expande 0,9 p.p.



SSS¹ de Vestuário de 4,8% no 1T26 e aumento de 22,7% na receita líquida de vestuário no acumulado de dois anos



Vestuário encerra o trimestre com + 0,9 p.p. margem bruta vs. 1T25 e margem de mercadorias expande 2,3 p.p. na mesma base de comparação



Aumento de **15,9%** na receita líquida de **Beleza** vs. 1T25



+29,2% na receita do canal digital, alcançando 7,0% de participação na receita



Redução de 4,3 p.p. no **NPL** do C&A Pay vs. 1T25



Investimentos de **R\$ 61,2 milhões** em **Capex** +51,5% vs. 1T25



Aumento de 77,7% no Lucro líquido ajustado pré IFRS-16², que atinge **R\$12,6 milhões**



20,9% no **ROIC³** do 1T26, +2,8 p.p. vs. 1T25

(1) SSS: Same Store Sales - 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) Recuperação de créditos fiscais; e (iii) programa de incentivo de longo prazo, líquido de impostos.

(3) ROIC calculado com base no lucro líquido ajustado dos últimos quatro trimestres.



Destques

Resultados Consolidados

Indicadores (R\$ Milhões)	1T26	1T25	Δ%
Receita líquida consolidada	1.619,6	1.612,1	0,5%
Receita líquida de vestuário	1.449,1	1.364,1	6,2%
Vendas em mesmas lojas - vestuário (SSS) ¹ (%)	4,8%	15,0%	-10,2 p.p.
Vendas em mesmas lojas - mercadorias (SSS) ¹ (%)	0,8%	13,0%	-12,2 p.p.

(R\$ Milhões)	1T26	1T25	Δ%
Lucro bruto consolidado	901,2	872,0	3,3%
Margem bruta consolidada (%)	55,6%	54,1%	1,6 p.p.
Margem bruta - vestuário (%)	55,5%	54,6%	0,9 p.p.
Margem bruta - mercadorias (%)	54,9%	52,5%	2,3 p.p.
Despesas operacionais pós IFRS-16 ²	(641,4)	(615,2)	4,3%
Despesas operacionais pós IFRS-16 / receita líquida consolidada	39,6%	38,2%	1,4 p.p.
Despesas operacionais pré IFRS-16 ²	(769,7)	(735,6)	4,6%
Despesas operacionais pré IFRS-16 / receita líquida consolidada	47,5%	45,6%	1,9 p.p.

(R\$ Milhões)	1T26	1T25	Δ%
EBITDA ajustado ³ (pós-IFRS16)	244,6	244,5	0,1%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS16) (%)	15,1%	15,2%	-0,1 p.p.
EBITDA ajustado ³ (pré-IFRS16)	116,3	124,1	-6,3%
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS16) (%)	7,2%	7,7%	-0,5 p.p.

(R\$ Milhões)	1T26	1T25	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	1,7	4,1	-59,1%
Lucro (prejuízo) líquido ajustado pós IFRS-16 ⁴	8,0	2,5	218,7%
Lucro (prejuízo) líquido ajustado pré IFRS-16 ⁴	12,6	7,1	77,7%
Investimentos	61,2	40,4	51,5%

(1) SSS: Same Store Sales - 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). Nas vendas de mercadorias, é importante lembrar que houve a descontinuação dos quiosques de telefonia.

(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 financeiras 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

A C&A iniciou 2026 com uma boa execução da transição de coleção e do reequilíbrio do mix de produtos, o que se traduziu em crescimento gradual da receita líquida de vestuário ao longo do trimestre, alcançando 6,2% vs. 1T25 e de 22,7% no acumulado de dois anos (1T26 vs. 1T24), o que reforça a consistência do crescimento da Companhia.

O trimestre foi marcado por um Carnaval mais cedo, o que gerou antecipação da demanda por produtos de meia-estação. Nos preparamos para esse momento ao adiantar o recebimento das mercadorias que apresentaram boa performance. Essa ação, combinada à atuação da Precificação Dinâmica e do Hub de Inteligência Comercial, contribuíram para uma expansão de 0,9 p.p. na margem bruta de vestuário.

Seguimos com os investimentos da Companhia, que totalizaram R\$61,2 milhões no trimestre – 51,5% acima do 1T25 –, com as obras de quatro novas lojas e 12 reformas no modelo Energia. Ao mesmo tempo, avançamos nos sistemas do Hub de Inteligência Comercial por meio de investimentos no Sortimento Dinâmico e na Estratégia Logística com o início dos investimentos no CD do Nordeste e avanço em automatizações.

Mesmo com esse ritmo de execução, encerramos o trimestre com alavancagem financeira de 0,1x (dívida líquida/EBITDA ajustado pré-IFRS), reforçando a solidez da nossa estrutura de capital e a capacidade de continuar investindo em nossas alavancas de crescimento do plano estratégico Energia C&A.

Seguimos com a implementação das iniciativas testadas em 2024 e 2025, no contexto do Energia C&A. Continuamos atuando nas mini áreas com foco nas categorias-chave da Companhia, elevando a assertividade do sortimento, com velocidade de reação e uso crescente de tecnologia como parte fundamental desse processo.

Em marca, reforçamos de forma consistente o nosso posicionamento, garantindo coerência entre nossos produtos, comunicação e experiência, aprofundando ainda mais a conexão emocional com as nossas clientes.

No canal digital, a receita cresceu 29,2% vs. 1T25, com a participação do e-commerce avançando 1,5 p.p., alcançando 7,0% da receita de mercadorias. A evolução da experiência de compra – com foco em navegação mais fluida e evolução do checkout – tem contribuído para o aumento de sessões, conversão e MAU.

O C&A Pay segue como instrumento de relacionamento e fidelização da cliente. Encerramos o trimestre com sua participação atingindo 26,7% nas vendas do varejo (+2,5 p.p. vs. 1T25), com 9,4 milhões de cartões digitais emitidos e uma contínua melhora nos índices de inadimplência.

Com objetivo de otimizar a estrutura de capital da Companhia e gerar valor adicional aos acionistas, comunicamos o 4º programa de recompra de ações, totalizando 10 milhões de ações, aproximadamente 5% das ações em circulação.

Em 2026, a C&A celebra 50 anos no Brasil – e é neste contexto que a estratégia Energia C&A entra em seu último ano de implementação. Seguimos focados em gerar valor no longo prazo, continuando a trajetória de aumento nas vendas por m², com um plano de expansão de lojas em execução, fortalecimento dos times criativos e evolução da inteligência comercial como plataforma de conexão com as clientes. Ao longo dessa jornada, avançamos de forma consistente na disciplina de alocação de capital, com o ROIC LTM atingindo 20,9%.

Administração C&A Modas S.A.



Desempenho Financeiro

Receita líquida

Receita líquida (R\$ Milhões)	1T26	1T25	Δ%
Vestuário	1.449,1	1.364,1	6,2%
Receita líquida de mercadorias	1.541,7	1.509,7	2,1%
Outras receitas ¹	1,4	5,9	-75,9%
Receita de serviços financeiros ²	76,4	96,5	-20,8%
Receita líquida consolidada	1.619,6	1.612,1	0,5%

Desempenho das vendas em mesmas lojas (SSS) ² (%)	1T26	1T25	Δ%
Vestuário	4,8%	15,0%	-10,2 p.p.
Vendas em mesmas lojas - mercadorias (SSS)³ (%)	0,8%	13,0%	-12,2 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*). Nas vendas de mercadorias, é importante lembrar que houve a descontinuação dos quiosques de telefonia.



Receita líquida

Vestuário

O 1T26 foi caracterizado como um trimestre de transição. Desde o final do 4T25, a Companhia seguiu ajustando o equilíbrio da sua pirâmide de produtos em um processo conduzido de forma gradual, ao longo de todo o trimestre.

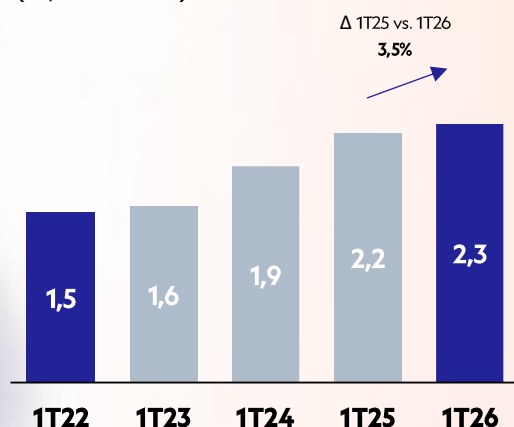
Adicionalmente, o ciclo de renovação das coleções, que naturalmente ocorre na transição para o outono, foi antecipado. O calendário do Carnaval, que neste ano aconteceu em meados de fevereiro, contribuiu para acelerar esse movimento, favorecendo a introdução de novos produtos de meia-estação.

Como resultado desse processo, a Companhia encerrou o 1T26 com um sortimento mais equilibrado e com seus níveis de ruptura em níveis normalizados, em comparação ao que foi observado no 4T25, o que também resultou em um crescimento progressivo nas vendas dentro do trimestre.

Assim, a receita líquida de vestuário do trimestre totalizou R\$1.449,1 milhões, o que representa um aumento de 6,2% comparado ao 1T25, com destaque para o feminino e infantil. Na comparação de dois anos acumulado, esse crescimento representou um aumento de 22,7% (1T26 vs. 1T24). No trimestre, as vendas em mesmas lojas (SSS) atingiram 4,8%.



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



Receita líquida

Mercadorias

A C&A segue avançando na consolidação de Beleza, óculos e relógios como uma vertical de crescimento importante em seu portfólio, alinhada à estratégia de crescimento e ampliação da sua proposta de valor.

Como resultado, a categoria de Beleza apresentou um crescimento de 15,9% vs. 1T25. Ao mesmo tempo, vale destacar que em função do encerramento dos quiosques de telefonia ao longo do 3T25, não houve vendas de telefonia ao longo do 1T26.

Como resultado dessa dinâmica, a receita líquida de mercadorias no trimestre foi de R\$ 1.541,7 milhões, um aumento de 2,1% na base de comparação anual.

Outras receitas

No trimestre, a linha de outras receitas, que resulta principalmente da cobrança de fretes das vendas realizadas via e-commerce, totalizou R\$1,4 milhão.



Receita líquida

Site e App

No 1T26, a receita líquida de mercadorias do site e do aplicativo totalizou aproximadamente R\$108,6 milhões, representando um importante crescimento de 29,2% em relação ao 1T25. Com esse desempenho, a participação do e-commerce na receita de mercadorias avançou 1,5 p.p. na comparação anual, alcançando cerca de 7,0%, refletindo a evolução consistente do canal dentro da estratégia omnicanal da Companhia.

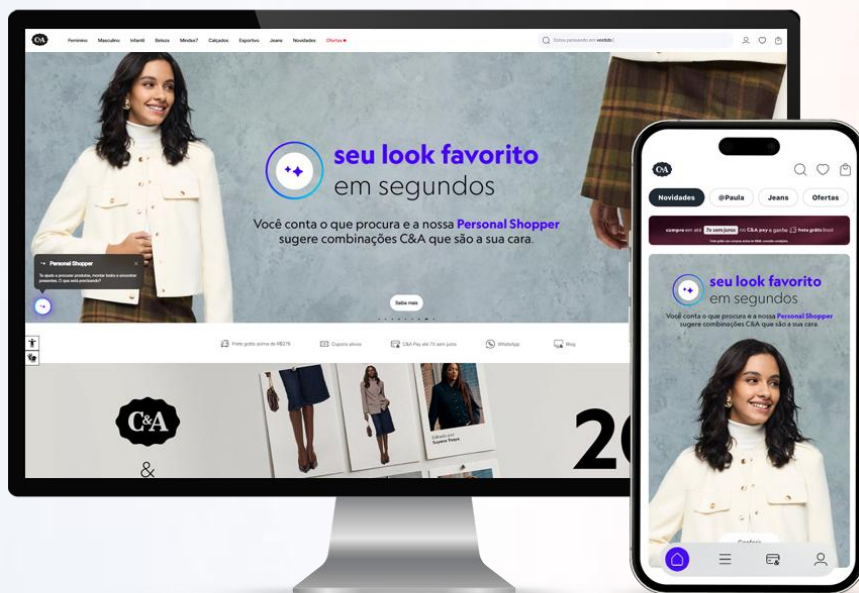
A C&A segue com foco na experiência do usuário, com o objetivo de tornar a jornada cada vez mais fluida, conversacional e com a utilização de agentes autônomos. Além disso, a Companhia também iniciou seu processo de evolução para aprimorar a experiência de pagamento no site e aplicativo (checkout), que deve contribuir para uma jornada mais ágil e fluida no digital.

Como resultado desses avanços, o número de seções, bem como a conversão e o MAU do trimestre apresentaram um evolução vs. 1T25.

Site & App (R\$ Milhões)	1T26	1T25	Δ%
Receita líquida de mercadorias (site + app)	108,6	84,0	29,2%
Receita líquida de mercadorias (site + app) / receita de mercadorias (%)	7,0%	5,6%	1,5 p.p.

Serviços financeiros

No trimestre, a receita de serviços financeiros apresentou uma redução de 17,8% comparado ao 1T25, principalmente em função do encerramento da parceria com Bradescard no 2T25. Além disso, a menor participação do plano de parcelado com juros contribuiu por uma redução de 5,0% na receita líquida do C&A Pay que atingiu R\$87,3 milhões.



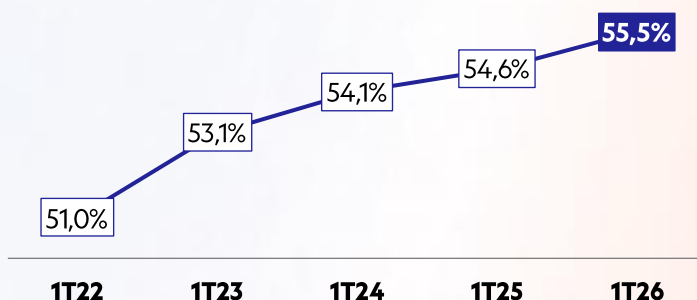
Lucro bruto e margem bruta

Lucro bruto e margem bruta (R\$ Milhões e %)	1T26	1T25	Δ%
Vestuário	804,9	745,2	8,0%
Margem bruta (%)	55,5%	54,6%	0,9 p.p.
Lucro bruto de mercadorias	845,7	793,0	6,6%
Margem bruta de mercadorias (%)	54,9%	52,5%	2,3 p.p.
Outras ¹	(20,9)	(17,3)	20,6%
Serviços financeiros	76,4	96,3	-20,7%
Lucro bruto consolidado	901,2	872,0	3,3%
Margem bruta consolidada (%)	55,6%	54,1%	1,6 p.p.

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



Evolução da margem bruta de vestuário (em %)



No trimestre, a Companhia avançou 0,9 p.p. na margem bruta de vestuário, atingindo 55,5%, refletindo uma gestão comercial tática e disciplinada ao longo do período.

As iniciativas promocionais foram conduzidas de forma estratégica para garantir a renovação dos estoques de forma eficiente, com auxílio da precificação dinâmica e do Hub de Inteligência Comercial.

O trimestre também contou com um componente de renovação das coleções, apoiado pela metodologia de Test & Learn resultando em uma maior assertividade dos produtos e maior venda a preço cheio.

Por fim, o encerramento da operação de telefonia e da maior representatividade de Beleza no portfólio da Companhia, a margem bruta de mercadorias apresentou uma expansão de 2,3 p.p.

Despesas operacionais

Despesas operacionais (R\$ Milhões)	pós IFRS 16			pré IFRS 16		
	1T26	1T25	Δ%	1T26	1T25	Δ%
Despesas com vendas	(469,3)	(454,3)	3,3%	(589,2)	(567,2)	3,9%
Despesas gerais e administrativas	(172,1)	(160,9)	7,0%	(180,6)	(168,5)	7,2%
Despesas operacionais¹	(641,4)	(615,2)	4,3%	(769,7)	(735,6)	4,6%
Outras receitas (despesas) operacionais	(1,6)	16,4	-	(2,7)	9,1	-
Despesas operacionais totais²	(643,0)	(598,8)	7,4%	(772,5)	(726,6)	6,3%
%	1T26	1T25	Δ%	1T26	1T25	Δ%
Despesas com vendas / receita líquida consolidada	29,0%	28,2%	0,8 p.p.	36,4%	35,2%	1,2 p.p.
Despesas G&A / receita líquida consolidada	10,6%	10,0%	0,6 p.p.	11,1%	10,5%	0,7 p.p.
Despesas operacionais / receita líquida consolidada	39,6%	38,2%	1,4 p.p.	47,5%	45,6%	1,9 p.p.

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

(2) Inclui Outras (despesas) receitas operacionais.

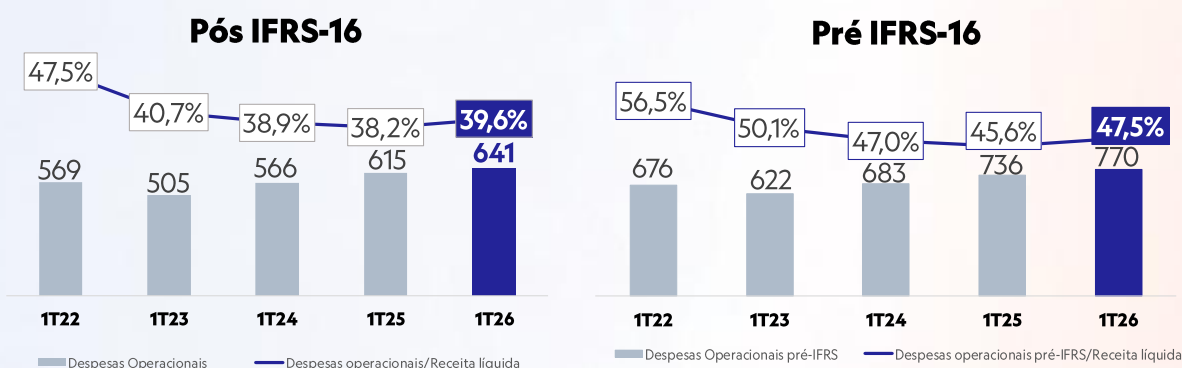
As despesas com vendas pré IFRS-16 totalizaram R\$589,2 milhões no 1T26, aumento de 3,9% em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse crescimento reflete, principalmente, o maior custo de ocupação em função das novas aberturas de lojas realizadas principalmente no 4T25. Como percentual da receita, as despesas com vendas apresentaram um aumento de 1,2 p.p.. Na visão pós IFRS-16, as despesas com vendas totalizaram R\$469,3 milhões, um aumento de 0,8 p.p. como percentual da receita.

As despesas gerais e administrativas alcançaram R\$180,6 milhões no 1T26, aumento de 7,2% em comparação ao 1T25 em função do maior volume de peças processadas no trimestre. Como percentual da receita líquida, G&A representou 11,1%, alta de 0,7 p.p. comparado ao 1T25. Na visão pós IFRS-16, o aumento foi de 0,6p.p. na mesma base de comparação.

Como resultado dessa dinâmica, as despesas operacionais apresentaram um crescimento em linha com a inflação, atingindo R\$769,7 milhões, 4,6% superior ao 1T25. Como percentual da receita, houve um aumento de 1,9 p.p..

Desconsiderando os efeitos da desmobilização da telefonia e da menor receita de serviços financeiros em função do encerramento da parceria com o Bradescard que devem apresentar efeito de base comparável apenas no segundo semestre do ano, haveria diluição de 0,4 p.p. no trimestre.

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



Serviços financeiros

R\$ Milhões	C&A Pay			Bradescard			Serviços Financeiros		
	1T26	1T25	Δ%	1T26	1T25	Δ%	1T26	1T25	Δ%
Receita líquida de impostos	87,3	91,9	-5,0%	0,0	14,3	-	87,3	106,2	-17,8%
Custo de captação	(8,4)	(6,7)	26,9%	0,0	(0,2)	-	(8,4)	(6,8)	23,9%
Lucro bruto	78,9	85,3	-7,5%	0,0	14,1	-	78,9	99,4	-20,6%
Despesas com vendas	(25,8)	(34,5)	-25,4%	0,0	(0,8)	-	(25,8)	(35,4)	-27,2%
Despesas gerais e administrativas	(2,6)	(1,8)	50,2%	0,0	(0,0)	-	(2,6)	(1,8)	48,3%
Perdas de crédito líquidas de recuperações	(27,7)	(29,6)	-6,6%	0,0	-	-	(27,7)	(29,6)	-6,6%
Outras receitas (despesas) operacionais	0,0	0,0	-	0,0	0,0	-	0,0	0,0	-
(=) Resultado de serviços financeiros	22,8	19,4	17,9%	0,0	13,3	-	22,8	32,6	-30,1%

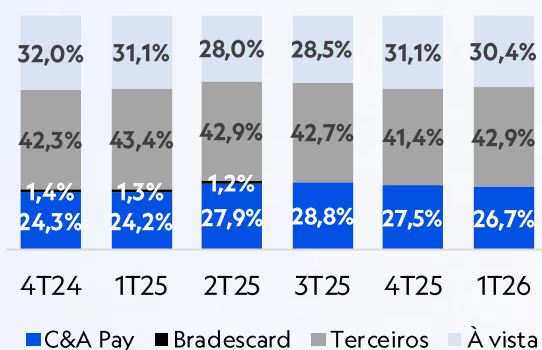
O C&A Pay segue com foco na maximização do valor da base ativa, por meio do aumento da recorrência e do ticket médio das clientes.

Dessa forma, a receita líquida da operação totalizou R\$87,3 milhões, uma redução de 5% em função de uma menor participação dos planos de parcelado com juros durante o período. Ao mesmo tempo, a estrutura flexível de despesas do C&A Pay, combinada à otimização da estratégia de cobrança trouxe uma redução de 25,4% nas despesas com vendas do trimestre, que somaram R\$25,8 milhões.

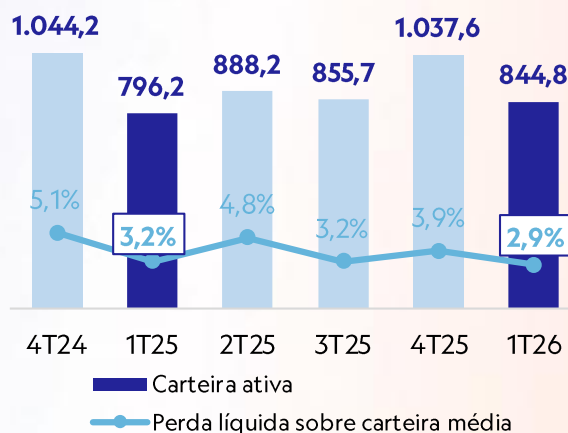
A qualidade da carteira de crédito da operação segue saudável. Adicionalmente, também houve a cessão parcial de carteira vencida acima de 720 dias no montante total de R\$72 milhões, resultando em uma recuperação de crédito de R\$4,0 milhões que impactou de forma positiva a perda líquida. Como consequência, a perda líquida atingiu R\$27,7 milhões, reduzindo 6,6%. A relação da perda líquida sobre a carteira média atingiu 2,9%, uma redução de 0,3 p.p. comparado ao 1T25, período em que também houve cessão.

O posicionamento do C&A Pay, combinado a manutenção de uma política conservadora para concessão de crédito, possibilitou a geração de R\$22,8 milhões de lucro operacional no trimestre, um aumento de 17,9% em relação ao 1T25.

Modalidade de pagamento¹



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



Nota 1: Pagamentos à vista consideram pagamentos em dinheiro, cartão de débito e pix

Serviços financeiros

C&A Pay	1T26	1T25	Δ%
Carteira ativa 720 dias	1.016,7	982,6	3,5%
Carteira ativa 360 dias	844,8	796,2	6,1%
Participação na venda do varejo	26,7%	24,2%	2,5 p.p.
Cartões novos (mil)	368,0	350,0	5,1%
Cartões emitidos (mil)	9.422,2	7.545,0	24,9%
Índices de cobertura¹			
sobre vencidos > 91 e 720 dias	102,8%	102,8%	0,0 p.p.
sobre vencidos > 91 e 360 dias	110,5%	109,4%	1,1 p.p.

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

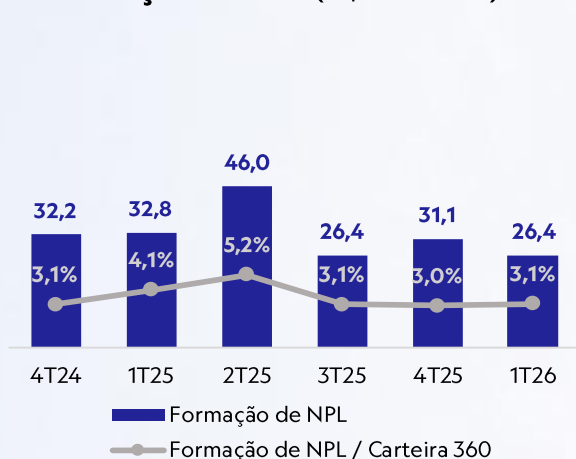
O C&A Pay segue avançando em sua jornada com disciplina na concessão de crédito e com foco no aumento da intensidade de consumo da sua base ativa de clientes. No 1T26, a carteira até 360 dias apresentou um crescimento de 6,1% e a carteira até 720 dias aumentou 3,5%.

Além disso, o C&A Pay continua atuando como uma ferramenta de comunicação e relacionamento com as clientes da Companhia. Como resultado, a sua participação como meio de pagamento no varejo alcançou 26,7%, um aumento de 2,5 p.p. na penetração do trimestre.

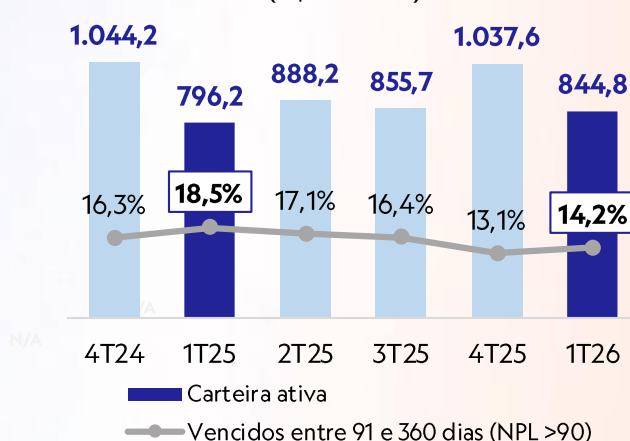
A seletividade do modelo de crédito se reflete na melhora consistente dos indicadores de inadimplência. A formação do NPL 90, representado pelos saldos vencidos entre 90 e 360 dias, continua reduzindo na comparação anual como consequência do desempenho das novas safras e rolagens. Assim, a formação do NPL 90 atingiu a marca de 3,1% sobre a carteira 360 dias, 1,0 p.p. menor que o mesmo período do ano passado. Como resultado, o NPL 90 reduziu 4,3 p.p., atingindo 14,2% sobre a carteira 360.

Por fim, a cobertura dos saldos vencidos entre 91 e 360 dias segue em patamares confortáveis, com nível de cobertura alcançando 110,5%.

Formação de NPL (R\$ Milhões)



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



EBITDA Ajustado

EBITDA Ajustado consolidado

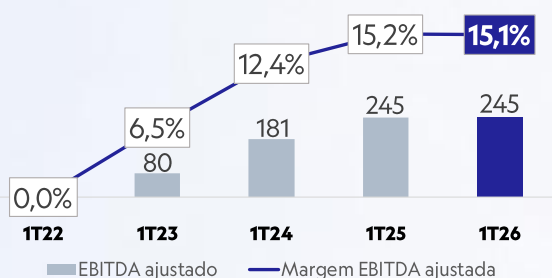
R\$ Milhões e %	1T26	1T25	Δ%
Lucro líquido	1,7	4,1	-59,1%
(+) Impostos sobre o lucro	(10,0)	(7,5)	34,3%
(+/-) Resultado financeiro líquido	59,2	77,1	-23,3%
(+) Depreciação e amortização	179,7	169,8	5,8%
EBITDA (pós-IFRS 16)	230,5	243,6	-5,4%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais	2,7	(8,7)	-
(+) Receita financeira de fornecedores	4,7	0,9	418,2%
(-) Recuperação de créditos fiscais	(1,1)	(7,7)	-86,0%
(+) Incentivo de longo prazo	7,8	16,4	-52,4%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)	244,6	244,5	0,1%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) (%)	15,1%	15,2%	-0,1 p.p.
EBITDA (pré-IFRS 16)	101,0	115,8	-12,8%
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)	116,3	124,1	-6,3%
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS 16) (%)	7,2%	7,7%	-0,5 p.p.

O EBITDA ajustado pré IFRS-16 totalizou R\$116,3 milhões no trimestre, um resultado 6,3% menor que o registrado no 1T25. Esse desempenho reflete a desmobilização de telefonia e o encerramento da parceria com o Bradescard, que limitaram a diluição de despesas operacionais. Como consequência, a margem atingiu 7,2%, uma redução de 0,5p.p..

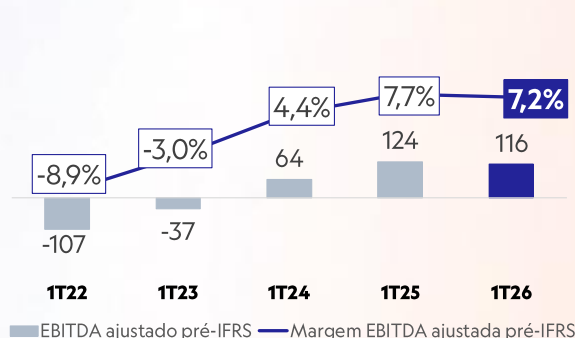
Na visão pós IFRS-16, o EBITDA ajustado foi de R\$244,6milhões, com margem de 15,1%.

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

Pós IFRS-16



Pré IFRS-16



EBITDA Ajustado

EBITDA Ajustado da operação de Varejo

R\$ Milhões e %	1T26	1T25	Δ%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)	244,6	244,5	0,1%
(+/-) Resultado de serviços financeiros ¹	(31,3)	(39,3)	-20,4%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16) da operação de varejo	213,4	205,2	4,0%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) da operação de varejo	13,8%	13,5%	0,3 p.p.
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)	116,3	124,1	-6,3%
(+/-) Resultado de serviços financeiros ¹	(31,3)	(39,3)	-20,4%
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16) da operação de varejo	85,0	84,8	0,3%
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS 16) da operação de varejo	5,5%	5,6%	-0,1 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 totalizou R\$85 milhões, com margem de 5,5%, uma redução de 0,1 p.p. frente ao mesmo período do ano anterior. Na visão pós IFRS-16, o EBITDA ajustado do Varejo alcançou R\$213,4 milhões com margem de 13,8%.



Resultado financeiro

R\$ Milhões	1T26	1T25	Δ%
Variação cambial	2,4	2,2	6,4%
Despesas financeiras	(121,5)	(145,7)	-16,6%
Juros sobre empréstimos	(35,1)	(48,8)	-28,0%
Juros sobre arrendamentos	(46,5)	(43,4)	7,2%
AVP de juros com fornecedores	(33,0)	(26,1)	26,5%
Juros com fornecedores - Bradescard	0,0	(20,7)	-100,0%
Juros sobre impostos e contingências	(5,2)	(5,0)	4,0%
Outras despesas financeiras	(1,6)	(1,8)	-8,2%
Receitas financeiras	59,9	66,4	-9,7%
Atualização monetária sobre créditos tributários	17,9	24,5	-27,0%
Juros sobre aplicações financeiras	18,4	31,2	-41,0%
Resultado com títulos e valores mobiliários	12,4	9,7	27,1%
Outras receitas financeiras	11,2	0,9	1134,5%
Resultado financeiro líquido	(59,2)	(77,1)	-23,3%

No trimestre, a Companhia apresentou uma despesa financeira líquida de R\$ 59,2 milhões, resultado 23,3% melhor que no 1T25.

As despesas financeiras totalizaram R\$121,5 milhões, uma redução de 16,6% decorrente de uma queda de 34,8% na dívida bruta do trimestre e da redução do custo médio da dívida. Ao mesmo tempo, o encerramento da parceria com o Bradescard cessou o reconhecimento de juros na linha de fornecedores-Bradescard, que foi parcialmente compensado pelo aumento de 26,5% na linha de AVP de juros com fornecedores em função do processo de desmobilização de telefonia, que possuía prazos médios de pagamento de fornecedores menores e, por consequência, um menor ajuste ao valor presente quando comparados ao prazo de vestuário.

Do lado das receitas financeiras, a redução reflete a menor posição de caixa e o menor volume de atualização monetária de créditos extemporâneos no período, parcialmente compensada por uma gestão de caixa mais eficiente, que elevou a rentabilidade das aplicações.

Lucro líquido

Lucro (prejuízo) líquido (R\$ Milhões)	1T26	1T25	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	1,7	4,1	-59,1%
Margem líquida (%)	0,1%	0,3%	-0,1 p.p.
Lucro (prejuízo) líquido ajustado ¹	8,0	2,5	218,7%
Margem líquida ajustada (%)	0,5%	0,2%	0,3 p.p.

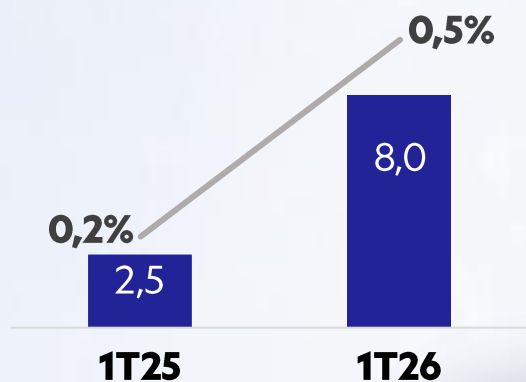
(1) Lucro líquido pós-IFRS (2) Ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Receitas financeiras de fornecedores; (iii) Recuperação de créditos fiscais; e (iv) encargos sociais referentes ao programa de incentivo de longo prazo pago

No 1T26, o lucro líquido ajustado, somou R\$8,0 milhões, representando um expressivo aumento de 218,7% em relação ao 1T25. A margem líquida atingiu 0,5%, uma expansão de 0,3 p.p..

O lucro líquido reportado pós IFRS-16 totalizou R\$1,7 milhões, uma redução de 59,1% na mesma base de comparação.

Na visão pré IFRS-16, o lucro líquido ajustado foi de R\$12,6 milhões, um aumento de 77,7%, com margem de 0,8%.

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



Endividamento

R\$ Milhões	1T26	1T25	Δ%
Dívida de curto prazo	126,9	599,7	-78,8%
Dívida de longo prazo	821,5	854,5	-3,9%
Dívida bruta	948,3	1.454,2	-34,8%
Compromisso Bradescard	0,0	629,2	-100,0%
Dívida bruta total	948,3	2.083,5	-54,5%
(-) Caixa, equivalentes de caixa e aplicações financeiras	805,7	1.520,8	-47,0%
(=) Dívida líquida	(142,6)	(562,6)	-74,7%
EBITDA Ajustado pré-IFRS16 (LTM)	1.072,1	1.036,3	3,5%
Alavancagem¹	0,1x	0,5x	-0,4x

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

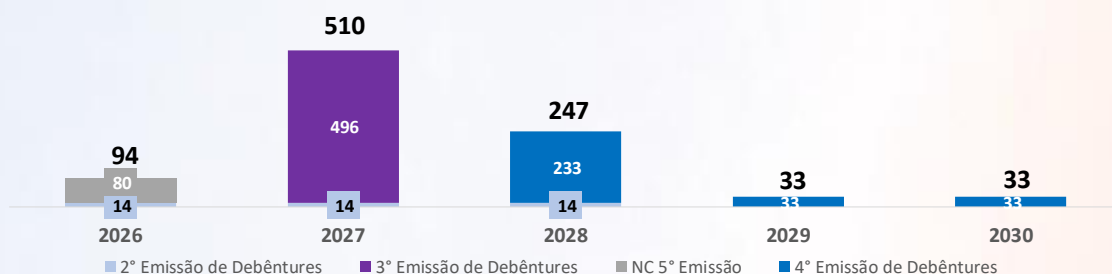
Em função do processo de otimização da estrutura de capital e da redução do seu custo médio da dívida, a Companhia apresentou redução da alavancagem no 1T26, que atingiu 0,1x, comparado a 0,5x no 1T25.

A Companhia encerrou o trimestre com uma robusta posição de caixa, equivalente a 6,4 vezes o endividamento de curto prazo, refletindo uma redução de 78,8% da dívida de curto prazo em relação ao 1T25.

Além disso, o perfil de amortização permanece sólido, com baixo volume de vencimentos concentrados em 2026, reforçando a solidez financeira e a flexibilidade de capital da Companhia.

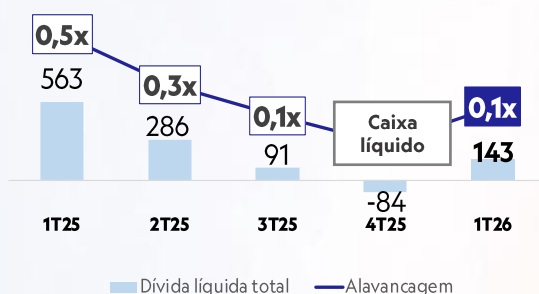
Abaixo, segue cronograma de amortização da dívida :

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	1T26	1T25	Δ%
Lucro (prejuízo) pré-IFRS16 antes do IR/CSLL	(2,7)	(3,8)	-30,8%
Depreciação e amortização	91,0	85,8	6,1%
(+/-) Outros	90,1	108,6	-17,0%
Ajustes sem efeito caixa	181,1	194,3	-6,8%
Imposto de renda e contribuição social pagos	(27,0)	(43,1)	-37,3%
Capital de giro	(162,0)	68,3	-
Contas a receber	536,7	633,5	-15,3%
Estoques	(197,7)	(173,3)	14,1%
Fornecedores	(329,9)	(261,7)	26,1%
Outros	(171,1)	(130,2)	31,5%
Caixa originado (aplicado) pelas atividades operacionais	(10,6)	215,7	-
Fluxo de caixa originado (aplicado) em atividades de investimentos	(162,0)	(134,8)	20,2%
(=) Fluxo de caixa livre ajustado	(172,6)	80,9	-
(Consumo) Geração de caixa em atividades de financiamento	(65,1)	(132,6)	-50,9%
(Uso) Geração de caixa	(237,6)	(51,7)	359,5%

No 1T26, o capital de giro apresentou um consumo de R\$162,0 milhões, revertendo a geração positiva de R\$68,3 milhões registrada no 1T25. Esse movimento se reflete no ciclo de conversão de caixa, que aumentou 8 dias frente ao 1T25.

Esse movimento é explicado, em grande parte, pelo desempenho de vendas do 4T25 e pela dinâmica de recuperação gradual das vendas ao longo do 1T26. Embora o prazo médio de recebimento tenha melhorado dois dias, o saldo de contas a receber do trimestre foi menor como reflexo do menor volume de recebimentos ao longo do trimestre tendo em vista que 30% das vendas realizadas pela Companhia são à vista e a maior parte das vendas realizadas no quarto trimestre refletem no fluxo de caixa apenas no primeiro trimestre do ano seguinte.

Ao mesmo tempo em que a antecipação do recebimento dos produtos de inverno também contribuíram para um aumento do ciclo do estoque e na conta de fornecedores. Como resultado, dessa dinâmica, houve um consumo de R\$162,0 milhões no capital de giro do trimestre.

Com isso, a Companhia encerrou o trimestre com um caixa operacional aplicado de R\$10,6 milhões.

O fluxo de caixa utilizado em atividades de investimentos no trimestre somaram R\$162 milhões, um aumento de 20,2%. Assim, o fluxo de caixa livre resultou em um consumo de R\$172,6 milhões, em comparação a uma geração de caixa de R\$80,9 milhões no 1T25.

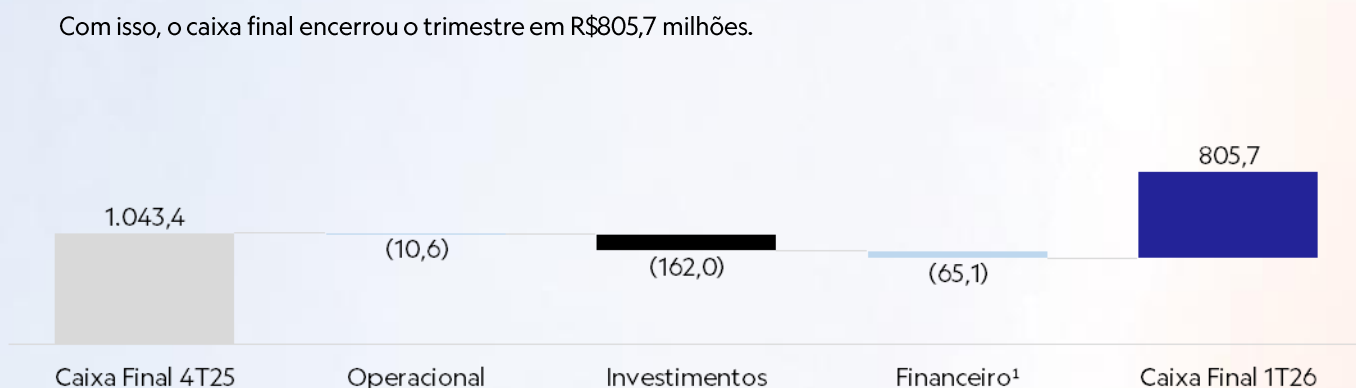
Fluxo de Caixa

Movimentação de caixa ajustado (R\$ milhões)

Ao término do 1T26, o caixa e equivalentes de caixa registraram uma redução de R\$237,6 milhões em comparação ao 4T25, impactado pelos investimentos realizados no período, que totalizaram R\$162,0 milhões.

No trimestre, o fluxo de caixa operacional apresentou redução de R\$10,6 milhões, enquanto o fluxo de caixa financeiro caiu R\$65,1 milhões.

Com isso, o caixa final encerrou o trimestre em R\$805,7 milhões.



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



Investimentos

Investimentos (R\$ Milhões)	1T26	1T25	Δ%
Novas lojas	7,9	9,1	-13,6%
Reformas e modelagens	16,5	12,0	36,8%
Cadeia de suprimentos	13,9	1,3	1010,0%
Digital e tecnologia	22,9	17,9	27,6%
Total	61,2	40,4	51,5%

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\$61,2 milhões no 1T26, um aumento de 51,5% em relação ao 1T25. Esse crescimento foi impulsionado, principalmente, pela cadeia de suprimento, com o início dos investimentos no CD do Nordeste, dos processos de automatização dos CDs de São Paulo e Santa Catarina, bem como pelo início dos investimentos de novas reformas.

Em tecnologia, a Companhia segue com os avanços do Hub de Inteligência Comercial, com o início do processo de estruturação dos sistemas para suportar o sortimento dinâmico. Assim, os investimentos nessa linha totalizaram R\$22,9 milhões.





Anexo

EBITDA Ajustado Total

(Pré-IFRS 16)

R\$ Milhões e %	1T26	1T25	Δ%
Lucro líquido	1,7	4,1	-59,1%
(+) Impostos sobre o lucro	(10,0)	(7,5)	34,3%
(+/-) Resultado financeiro líquido	59,2	77,1	-23,3%
(+) Depreciação e amortização	179,7	169,8	5,8%
EBITDA (pós-IFRS 16)	230,5	243,6	-5,4%
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais	2,7	(8,7)	-
(+) Receita financeira de fornecedores	4,7	0,9	418,2%
(-) Recuperação de créditos fiscais	(1,1)	(7,7)	-86,0%
(+) Incentivo de longo prazo	7,8	16,4	-52,4%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)	244,6	244,5	0,1%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) (%)	15,1%	15,2%	-0,1 p.p.
EBITDA (pré-IFRS 16)	101,0	115,8	-12,8%
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)	116,3	124,1	-6,3%
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS 16) (%)	7,2%	7,7%	-0,5 p.p.



Balanço Patrimonial

R\$ Milhões	1T26	4T25
Ativo total	8.629,8	9.318,6
Ativo circulante	4.015,4	4.559,8
Caixa e equivalentes de caixa	445,1	774,5
Títulos e valores mobiliários	360,6	268,9
Contas a receber	1.194,3	1.753,3
Estoques	1.320,8	1.154,9
Tributos a recuperar	623,0	460,2
Derivativos	0,0	2,6
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	19,1	109,3
Outros ativos	52,3	36,2
Ativo não circulante	4.614,4	4.758,8
Aplicações Financeiras	0,0	0,0
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	16,3	0,0
Tributos a recuperar	568,7	791,4
Tributos diferidos	552,8	489,7
Depósitos judiciais	93,2	91,4
Derivativos - LP	0,0	0,0
Outros ativos	4,2	4,6
Investimentos	(0,0)	0,0
Imobilizado	1.048,9	1.057,4
Direito de uso - arrendamento mercantil	1.502,6	1.474,5
Intangível	827,7	849,7
Total do passivo e patrimônio líquido	8.629,8	9.318,6
Passivo circulante	2.406,1	3.116,2
Arrendamento mercantil	371,1	372,7
Fornecedores	1.082,0	1.324,8
Dividendos e juros sobre capital próprio a pagar	139,8	139,8
Obrigações de risco sacado	240,5	421,2
Fornecedores ref. recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	0,0	0,0
Empréstimos	115,9	139,8
Derivativos	10,9	1,8
Obrigações trabalhistas	289,8	293,6
Tributos a recolher	78,8	283,5
Imposto de renda e contribuição social a recolher	48,9	102,5
Outros passivos	28,2	36,5
Passivo não circulante	2.520,9	2.495,4
Arrendamento mercantil	1.442,2	1.407,5
Fornecedores	0,0	0,0
Fornecedores ref. recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	0,0	0,0
Empréstimos	821,5	820,7
Derivativos - LP	0,0	0,0
Obrigações trabalhistas	12,6	16,2
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	189,8	186,6
Tributos a recolher	4,2	14,3
Outros passivos	50,7	50,2
Patrimônio líquido	3.702,8	3.701,1
Capital social	1.847,2	1.847,2
Ações em tesouraria	(54,3)	(48,2)
Reserva de capital	45,2	39,2
Lucros (prejuízo) acumulados	1,7	0,0
Reserva de lucros	1.868,2	1.868,2
Resultados abrangentes	(5,1)	0,6

DRE

R\$ Milhões	1T26	1T25	Δ%
Receita operacional líquida	1.619,6	1.612,1	0,5%
Vestuário	1.449,1	1.364,1	6,2%
Eletrônicos e Beleza	92,6	145,6	-36,4%
Receita líquida de mercadorias	1.541,7	1.509,7	2,1%
Outras receitas	1,4	5,9	-75,9%
Receita varejo	1.543,2	1.515,6	1,8%
Serviços financeiros	76,4	96,5	-20,8%
Custo de mercadorias/serviços	(718,4)	(740,1)	-2,9%
Lucro bruto	901,2	872,0	3,3%
Vestuário	804,9	745,2	8,0%
Eletrônicos e beleza	40,8	47,8	-14,6%
Lucro bruto de mercadorias	845,7	793,0	6,6%
Lucro bruto outras	(20,9)	(17,3)	20,6%
Lucro bruto varejo	824,8	775,7	6,3%
Lucro bruto de serviços financeiros	76,4	96,3	-20,7%
(Despesas) e receitas operacionais	(850,4)	(798,3)	6,5%
Gerais e administrativas	(172,1)	(160,9)	7,0%
Vendas	(469,3)	(454,3)	3,3%
Depreciação e amortização	(179,7)	(169,8)	5,8%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(1,6)	16,4	-109,8%
Perdas em créditos, líquidas	(27,7)	(29,6)	-6,6%
Lucro antes das receitas e despesas financeiras	50,8	73,7	-31,1%
Resultado financeiro	(59,2)	(77,1)	-23,3%
Variação cambial	2,4	2,2	6,4%
Total despesas financeiras	(121,5)	(145,7)	-16,6%
Total receitas financeiras	59,9	66,4	-9,7%
Resultado com títulos e valores mobiliários	12,4	9,7	27,1%
Lucro antes dos impostos	(8,4)	(3,4)	146,4%
Impostos sobre o lucro	10,0	7,5	34,3%
Lucro líquido (prejuízo) do exercício	1,7	4,1	-59,1%

R\$ Milhões	1T26	1T25
Atividades operacionais		
Lucro antes dos impostos sobre a renda	(8,4)	(3,4)
Ajuste para reconciliar o resultado antes dos impostos com o fluxo de caixa:		
Constituição (reversão) de provisão para perdas de crédito esperadas	28,1	32,0
Ajuste ao valor presente do contas a receber e fornecedores	0,0	0,0
Despesas com remuneração baseada em ações	0,0	0,0
Constituição de provisão para perda nos estoques	32,9	20,1
Ganho/Reconhecimento de processos tributários, incluindo atualização monetária	(14,1)	(17,9)
Depreciação e amortização	91,0	85,8
Constituição (reversão) de provisão para redução ao valor recuperável do imobilizado, intangível e direito de uso	0,0	0,0
Perda na venda ou baixa do imobilizado e intangível	0,0	0,0
Amortização do direito de uso	97,2	92,1
Juros sobre arrendamentos	0,0	0,0
Juros sobre empréstimos - partes relacionadas	0,0	0,0
Despesas com empréstimos e debentures	0,0	0,0
Juros com fornecedores	0,0	0,0
Variação cambial sobre empréstimos	0,0	0,0
Constituição (reversão) de provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	12,6	10,6
Derivativos	0,0	0,0
Atualização de depósitos judiciais	0,0	0,0
Rendimento de aplicação em títulos e valores mobiliários	0,0	0,0
Variações nos ativos e passivos:		
Contas a receber de clientes	541,5	633,5
Estoques	(197,7)	(173,3)
Tributos a recuperar	147,9	136,0
Outros créditos	(15,7)	(8,0)
Títulos e valores mobiliários	(79,6)	(148,9)
Depósitos judiciais	1,1	17,8
Fornecedores	(149,2)	(101,9)
Fornecedor Bradescard	0,0	0,0
Obrigações de risco sacado	(180,7)	(159,8)
Obrigações trabalhistas	(7,4)	12,4
Outros passivos	(8,3)	(2,9)
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(9,4)	(21,4)
Tributos a pagar	(291,5)	(273,8)
Impostos de renda e contribuição social pagos	(27,0)	(43,1)
Fluxo de caixa originado das atividades operacionais	(36,8)	85,9
Aquisição de imobilizado	(117,0)	(92,4)
Aquisição de intangível	(45,0)	(42,5)
Recebimento por vendas de ativos imobilizados	0,0	0,0
Fluxo de caixa aplicado em atividades de investimento	(162,0)	(134,8)
Novos empréstimos e emissão de debêntures	0,0	0,0
Custos de transação de empréstimos/debêntures	0,0	(0,1)
Pagamento do principal dos empréstimos	0,0	(40,2)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(59,0)	(56,2)
Pagamento do principal e juros de arrendamentos	(141,1)	(132,3)
Recuperação de ações	(6,1)	(36,0)
Fluxo de caixa (consumido pelas) atividades de financiamento	(206,2)	(264,9)
Aumento (redução) líquido(a) de caixa e equivalentes de caixa	(329,4)	(210,3)

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 26,7% das vendas no varejo.



Earnings Release

1Q26



Earnings Call

Date: 05/06/2026 (Portuguese/English)
Brasília: 11am | New York: 10am | London: 3pm
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

Highlights

Net revenue from apparel grew 6.2% in 1Q26, and gross margin for apparel expanded 0.9 p.p.



The **apparel segment delivered SSS¹** growth of **4.8%** in 1Q26, alongside a 22.7% increase in apparel net revenue over a two-year period.



The **apparel segment reached +0.9 p.p. gross margin** expansion vs 1Q25, while merchandise margin increased by 2.3 p.p. under the same comparison base.



Beauty segment net revenue increased by **15.9%** compared to 1Q25.



+29.2% in net revenue from digital, reaching a 7.0% share of total revenue



C&A Pay **NPL decreased** by **4.3 p.p.** vs 1Q25.



Investments totaled **R\$61.2 million**, representing a 51.5% increase compared to 1Q25.



77.7% increase in adjusted net income pre-IFRS 16², reaching **R\$12.6 million**



20.9% in **ROIC³** for 1Q26, +2.8 p.p. vs. 1Q25

(1) SSS: Same Store Sales – Sales growth in comparable stores. It is calculated based on the sales of stores that have been operating for more than 13 months compared to the same period of the previous year, including e-commerce and all its sales and delivery modalities (100% online, direct sales, Ship from Store, and Click & Collect).

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

(3) ROIC calculated based on adjusted net income of the past last four quarters.



Highlights

Consolidated Results

KPI's (R\$ Million)	1Q26	1Q25	Δ%
Consolidated net revenue	1,619.6	1,612.1	0.5%
Apparel net revenue	1,449.1	1,364.1	6.2%
Same store sales - apparel (SSS) ¹ (%)	4.8%	15.0%	-10.2 p.p.
Same store sales - merchandise (SSS) ¹ (%)	0.8%	13.0%	-12.2 p.p.

(R\$ Million)	1Q26	1Q25	Δ%
Consolidated gross profit	901.2	872.0	3.3%
Consolidated gross margin (%)	55.6%	54.1%	1.6 p.p.
Apparel gross margin (%)	55.5%	54.6%	0.9 p.p.
Gross merchandise margin (%)	54.9%	52.5%	2.3 p.p.
Operating expenses ²	(641.4)	(615.2)	4.3%
Operating expenses / consolidated net revenue	39.6%	38.2%	1.4 p.p.
Operating expenses ²	(769.7)	(735.6)	4.6%
Operating expenses pre-IFRS 16 / consolidated net revenue	47.5%	45.6%	1.9 p.p.

(R\$ Million)	1Q26	1Q25	Δ%
Adjusted EBITDA ³ (post-IFRS16)	244.6	244.5	0.1%
Adjusted EBITDA margin (post-IFRS16) (%)	15.1%	15.2%	-0.1 p.p.
Adjusted EBITDA ³ (pre-IFRS16)	116.3	124.1	-6.3%
Adjusted EBITDA margin (pre-IFRS16) (%)	7.2%	7.7%	-0.5 p.p.

(R\$ Million)	1Q26	1Q25	Δ%
Net income (loss)	1.7	4.1	-59.1%
Adjusted net income (loss) post IFRS-16 ⁴	8.0	2.5	218.7%
Adjusted net income (loss) pre IFRS-16 ⁴	12.6	7.1	77.7%
Investments	61.2	40.4	51.5%

(1) SSS: Same Store Sales – Growth in sales at comparable stores. It consists of the sales of stores that have been operating for more than 13 months compared to the same period of the previous year, including e-commerce and all its sales and delivery modalities (100% online, direct sales, Ship from Store, and Click and Collect). Regarding merchandise sales, it is important to note that the telecommunications kiosks were discontinued;

(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

C&A began 2026 with strong execution in the collection transition and in rebuilding its product mix. As a result, we achieved gradual growth in net apparel revenue throughout the quarter, reaching 6.2% versus 1Q25 and 22.7% on a two-year cumulative basis (1Q26 versus 1Q24) – reinforcing the consistency of the company's growth trajectory.

The quarter was marked by an earlier Carnival, which brought forward demand for transitional-season products. The Company prepared for this by advancing merchandise receipts. A solid read of these categories, combined with Dynamic Pricing from the Commercial Intelligence Hub, contributed to a 0.9 p.p. expansion in apparel gross margin.

We continued the Company's investments, which totaled R\$ 61.2 million in the quarter—51.5% higher than in 1Q25—with the start of construction of four new stores and 12 renovations under the Energia model. At the same time, we made progress in the Commercial Intelligence Hub systems through investments in dynamic assortment and in the Logistics Strategy, with the commencement of investments in the Northeast distribution center and new automation initiatives.

Even with this execution pace, we ended the quarter with financial leverage of 0.1x (net debt / adjusted pre-IFRS EBITDA), reinforcing the strength of our capital structure and our ability to continue investing in the Energia C&A strategic plan.

We continue implementing the initiatives tested in 2024 and 2025, within the context of Energia C&A. We remain focused on mini-areas centered on the Company's key categories, increasing assortment accuracy through faster reaction times and the use of technology as a fundamental part of this process.

In terms of brand, we consistently strengthened our positioning, ensuring alignment across our products, communication, and experience, further deepening the emotional connection with our customers.

In the digital channel, revenue grew 29.2% versus 1Q25, with e-commerce penetration increasing by 1.5 p.p. reaching 7.0% of merchandise revenue. Improvements in the shopping experience – focused on smoother navigation and checkout enhancements – have contributed to increased sessions, conversion, and MAU.

C&A Pay continues to be a relationship tool. It ended the quarter with a 26.7% share of retail sales (+2.5 p.p. versus 1Q25), 9.4 million digital cards issued, and continuous improvement in delinquency indicators.

In line with this discipline and with the objective of optimizing the Company's capital structure, we announced the 4th share repurchase program, totaling 10 million shares, representing approximately 5% of the shares outstanding.

In 2026, C&A will celebrate 50 years in Brazil—and it is in this context that the Energia C&A strategy enters its final year of implementation. We remain focused on generating long-term value, continuing the trajectory of increasing sales per square meter, with a store expansion plan underway, strengthening of creative teams, and the evolution of commercial intelligence as a platform for connection with customers. Throughout this journey, we have made consistent progress in capital allocation discipline, with LTM ROIC reaching 20.9%.

C&A Modas S.A. Management





Financial Performance

Net Revenue

Net revenue (R\$ Million)	1Q26	1Q25	Δ%
Apparel	1,449.1	1,364.1	6.2%
Merchandise net revenue	1,541.7	1,509.7	2.1%
Other revenues ¹	1.4	5.9	-75.9%
Financial services revenues ²	76.4	96.5	-20.8%
Consolidated net revenue	1,619.6	1,612.1	0.5%

Same store sales performance ² (%)	1Q26	1Q25	Δ%
Apparel	4.8%	15.0%	-10.2 p.p.
Same store sales - merchandise (SSS)³ (%)	0.8%	13.0%	-12.2 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 sales at comparable stores. It consists of the sales of stores that have been operating for more than 13 months compared to the same period of the previous year, including e-commerce and all its sales and delivery modalities (100% online, direct sales, Ship from Store, and Click and Collect). Regarding merchandise sales, it is important to note that the telecommunications kiosks were discontinued.



Net Revenue

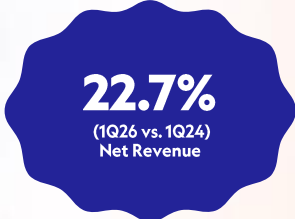
Apparel

1Q26 was characterized as a transition quarter. Since the end of 4Q25, the Company has continued to adjust the balance of its product pyramid in a gradual process carried out throughout the quarter.

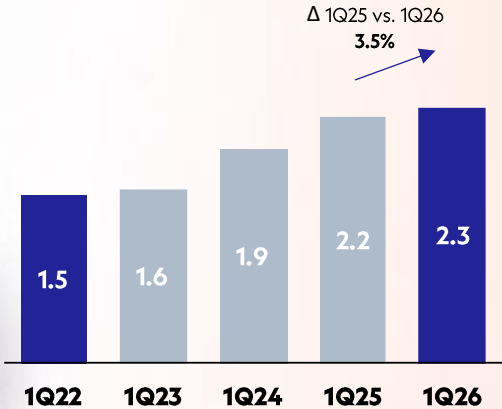
In addition, the collection renewal cycle – which naturally takes place during the transition into fall – was brought forward. The Carnival calendar, which this year took place in mid-February, helped accelerate this movement, supporting the earlier introduction of new transitional-season products.

As a result of this process, the Company ended 1Q26 with a more balanced assortment and normalized stock-out levels compared to those observed in 4Q25, which also led to progressive sales growth throughout the quarter.

Accordingly, net apparel revenue for the quarter totaled R\$ 1,449.1 million, representing an increase of 6.2% compared to 1Q25, with emphasis on the women's and children's segments. On a cumulative two-year basis, this growth represented a 22.7% increase (1Q26 vs. 1Q24). In the quarter, same-store sales (SSS) reached 4.8%.



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



Net Revenue

Merchandise

C&A continues to advance in consolidating Beauty, eyewear and watches as an important growth vertical within its portfolio, aligned with its growth strategy and the expansion of its value proposition.

In this context, the Beauty category recorded growth of 15.9% compared to 1Q25. At the same time, it is worth noting that due to the closure of telecommunications kiosks throughout 3Q25, there were no cellphones sales in 1Q26.

As a result, net merchandise revenue in 1Q26 totaled R\$ 1,541.7 million, representing a 2.1% year-over-year increase.

Other Revenue

During the quarter, other revenue, which mainly results from freight charges on e-commerce sales, totaled R\$ 1.4 million.



Net Revenue

Site & App

In 1Q26, net merchandise revenue from the website and mobile app totaled approximately R\$ 108.6 million, representing a strong 29.2% increase compared to 1Q25. With this performance, e-commerce penetration in merchandise revenue increased by 1.5 p.p. year over year, reaching approximately 7.0%, reflecting the channel's consistent evolution within the Company's omnichannel strategy.

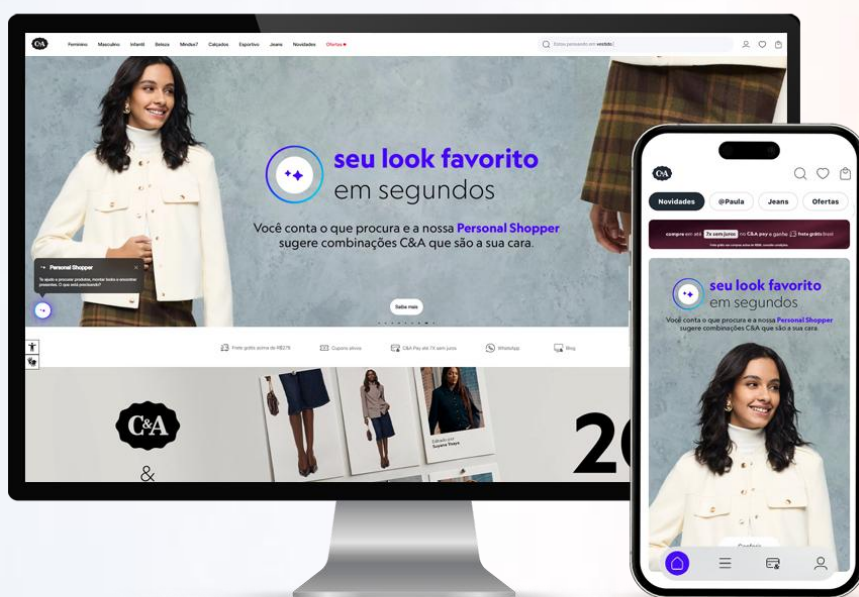
C&A remains focused on user experience, aiming to make the customer journey increasingly seamless, conversational, and supported by autonomous agents. In addition, the Company has begun an evolution process to enhance the payment experience on the website and app (checkout), which is expected to contribute to a faster and smoother digital journey.

As a result of these improvements, the number of sessions, as well as conversion rates and quarterly MAU, evolution compared to 1Q25.

Site & App (R\$ Million)	1Q26	1Q25	Δ%
Merchandise net revenue (site + app)	108.6	84.0	29.2%
Merchandise net revenue (site + app) / merchandise net revenue (%)	7.0%	5.6%	1.5 p.p.

Financial Services

During the quarter, financial services revenue declined by 17.8% compared to 1Q25, mainly due to the termination of the partnership with Bradescard in 2Q25. In addition, the lower share of the interest-bearing installment plan contributed to a 5.0% reduction in C&A Pay net revenue, which totaled R\$ 87.3 million.



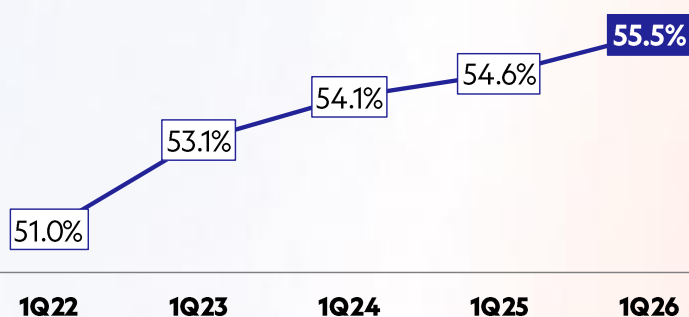
Gross Profit & Gross Margin

Gross profit & gross margin (R\$ Million & %)	1Q26	1Q25	Δ%
Apparel	804.9	745.2	8.0%
Gross margin (%)	55.5%	54.6%	0.9 p.p.
Merchandise gross profit	845.7	793.0	6.6%
Merchandise gross margin (%)	54.9%	52.5%	2.3 p.p.
Other ¹	(20.9)	(17.3)	20.6%
Financial services	76.4	96.3	-20.7%
Consolidated gross profit	901.2	872.0	3.3%
Consolidated gross margin (%)	55.6%	54.1%	1.6 p.p.

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



Evolution of merchandise gross margin (in %)



During the quarter, the Company expanded apparel gross margin by 0.9 p.p., reaching 55.5%, reflecting tactical and disciplined commercial management throughout the period.

Promotional initiatives were carried out strategically to ensure efficient inventory turnover, supported by dynamic pricing and the Commercial Intelligence Hub.

The quarter also included a collection renewal component, supported by the Test & Learn methodology, resulting in greater product accuracy and higher full-price sales.

Finally, following the shutdown of the mobile phone operation and the higher representation of Beauty within the Company's portfolio, merchandise gross margin expanded by 2.3 p.p.

Operating Expenses

Operating expenses (R\$ Million)	post IFRS 16			pre IFRS 16		
	1Q26	1Q25	Δ%	1Q26	1Q25	Δ%
Selling expenses	(469.3)	(454.3)	3.3%	(589.2)	(567.2)	3.9%
General and administrative expenses	(172.1)	(160.9)	7.0%	(180.6)	(168.5)	7.2%
Operating expenses¹	(641.4)	(615.2)	4.3%	(769.7)	(735.6)	4.6%
Other operating income (expenses)	(1.6)	16.4	-	(2.7)	9.1	-
Total operating expenses²	(643.0)	(598.8)	7.4%	(772.5)	(726.6)	6.3%
%	1Q26	1Q25	Δ%	1Q26	1Q25	Δ%
Selling expenses / consolidated net revenue	29.0%	28.2%	0.8 p.p.	36.4%	35.2%	1.2 p.p.
General and administrative expenses / net revenue	10.6%	10.0%	0.6 p.p.	11.1%	10.5%	0.7 p.p.
Operating expenses / consolidated net revenue	39.6%	38.2%	1.4 p.p.	47.5%	45.6%	1.9 p.p.

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

(2) Includes other operating income (expenses).

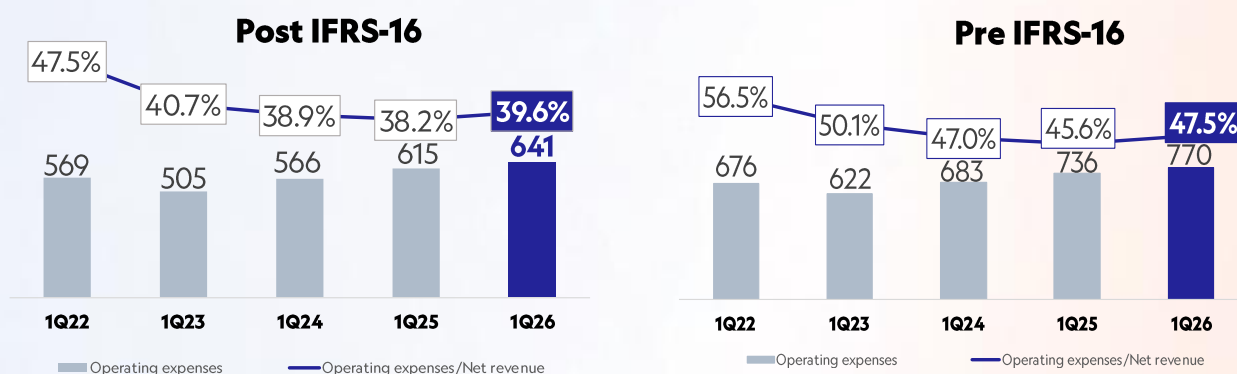
Pre-IFRS 16 selling expenses totaled R\$ 589.2 million in 1Q26, representing a 3.9% increase compared to the same period of the previous year. This growth mainly reflects higher occupancy costs, driven by new store openings carried out primarily in 4Q25. As a percentage of revenue, selling expenses increased by 1.2 p.p. On a post-IFRS 16 basis, selling expenses totaled R\$ 469.3 million, representing an increase of 0.8 p.p. as a percentage of revenue.

General and administrative expenses reached R\$ 180.6 million in 1Q26, a 7.2% increase compared to 1Q25, driven by the higher volume of items processed during the quarter. As a percentage of net revenue, G&A represented 11.1%, an increase of 0.7 p.p. versus 1Q25. On a post-IFRS 16 basis, the increase was 0.6 p.p. over the same comparison.

As a result of this dynamic, operating expenses grew in line with inflation, reaching R\$ 769.7 million, 4.6% higher than in 1Q25. As a percentage of revenue, this represented an increase of 1.9 p.p..

Excluding the effects of the discontinuation of the mobile phone operation and the lower financial services revenue resulting from the termination of the partnership with Bradescard—which will only have a comparable base effect in the second half of the year—there would have been a 0.4 p.p. dilution in the quarter.

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



Financial Services

R\$ Million	C&A Pay			Bradescard			Serviços Financeiros		
	1Q26	1Q25	Δ%	1Q26	1Q25	Δ%	1Q26	1Q25	Δ%
Net revenue from taxes	87.3	91.9	-5.0%	0.0	14.3	-	87.3	106.2	-17.8%
Cost of funding	(8.4)	(6.7)	26.9%	0.0	(0.2)	-	(8.4)	(6.8)	23.9%
Gross profit	78.9	85.3	-7.5%	0.0	14.1	-	78.9	99.4	-20.6%
Selling expenses	(25.8)	(34.5)	-25.4%	0.1	(0.8)	-	(25.7)	(35.4)	-27.3%
General & administrative expenses	(2.6)	(1.8)	50.2%	0.0	(0.0)	-	(2.7)	(1.8)	50.0%
Credit losses, net of recoveries	(27.7)	(29.6)	-6.6%	0.0	-	-	(27.7)	(29.6)	-6.6%
Other operating income (expenses)	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-
Financial services results	22.8	19.4	17.9%	0.0	13.3	-99.8%	22.8	32.6	-30.0%

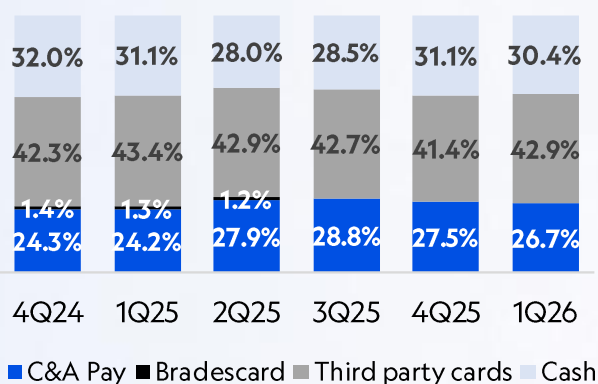
C&A Pay remains focused on maximizing the value of its active customer base by increasing repeat usage and average ticket size.

As a result, net revenue from the operation totaled R\$ 87.3 million, representing a 5% decrease, due to the lower share of interest-bearing installment plans during the period. At the same time, C&A Pay's flexible cost structure, combined with the optimization of its collection strategy, led to a 25.4% reduction in selling expenses in the quarter, which totaled R\$ 25.8 million.

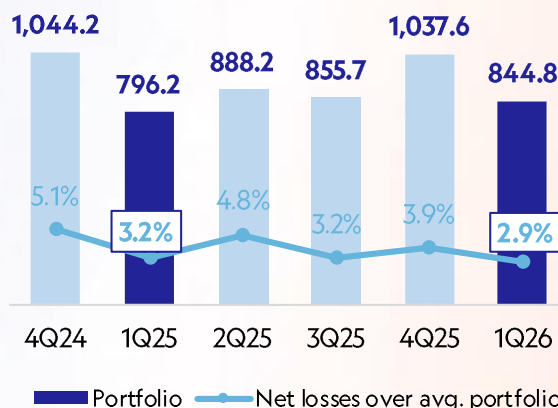
The quality of the credit portfolio remains healthy. In addition, there was a partial assignment of overdue receivables above 720 days, totaling R\$ 72 million, resulting in a credit recovery of R\$ 4.0 million, which had a positive impact on net losses. Consequently, net losses totaled R\$ 27.7 million, a 6.6% reduction. The net loss-to-average portfolio ratio reached 2.9%, a 0.3 p.p. decrease compared to 1Q25, a period that also included a portfolio assignment.

C&A Pay's positioning, combined with the maintenance of a conservative credit underwriting policy, enabled the generation of R\$ 22.8 million in operating profit during the quarter, representing a 17.9% increase compared to 1Q25.

Payment Method¹



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



Note 1: Cash payments include payments made in cash, debit card, and Pix.



Financial Services

C&A Pay	1Q26	1Q25	Δ%
Portfolio 720	1,016.7	982.6	3.5%
Portfolio 360	844.8	796.2	6.1%
Share on retail sales	26.7%	24.2%	2.5 p.p.
New digital cards ('000)	368.0	350.0	5.1%
Total digital cards ('000)	9,422.2	7,545.0	24.9%
Coverage index¹			
over past due > 91 - 720 days	102.8%	102.8%	0.0 p.p.
over past due > 91 - 360 days	110.5%	109.4%	1.1 p.p.

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

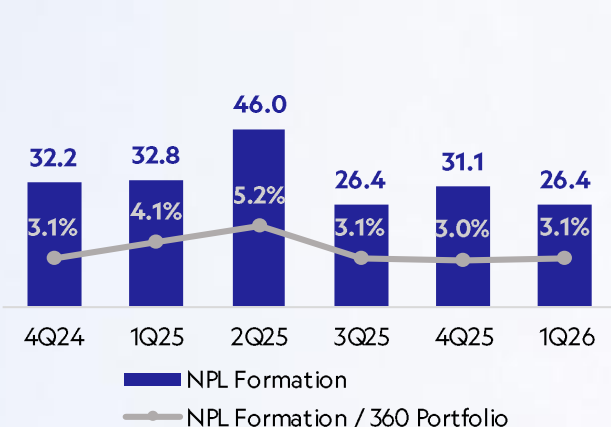
C&A Pay continues to advance on its journey with discipline in credit underwriting and a focus on increasing consumption intensity within its active customer base. In 1Q26, the portfolio up to 360 days grew 6.1%, while the portfolio up to 720 days increased 3.5%.

In addition, it continues to serve as a communication and relationship tool with the Company's customers. As a result, its share as a payment method in retail reached 26.7%, an increase of 2.5 p.p. in penetration during the quarter.

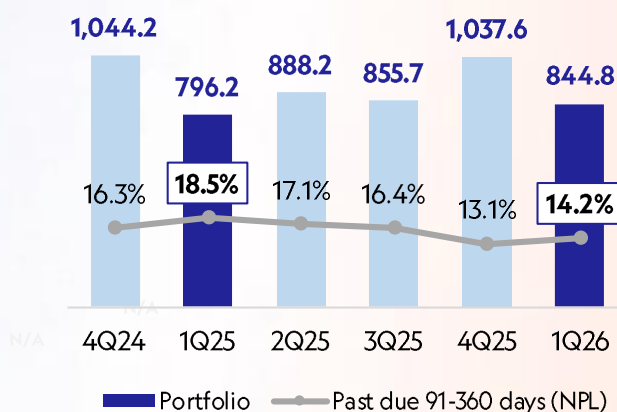
The selectivity of the credit model is reflected in the consistent improvement of delinquency indicators. The formation of NPL 90, represented by past-due balances between 90 and 360 days, continues to decline year over year as a result of the performance of newer vintages and rollover activity. As such, NPL 90 reached 3.1% of the 360-day portfolio, 1.0 p.p. lower than in the same period last year. As a result, NPL 90 decreased by 4.3 p.p., reaching 14.2% of the 360 portfolio.

Finally, coverage of past-due balances between 91 and 360 days remains at comfortable levels, with the coverage ratio reaching 110.5%.

NPL Formation (R\$ Million)



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



Adjusted EBITDA

Consolidated Adjusted EBITDA

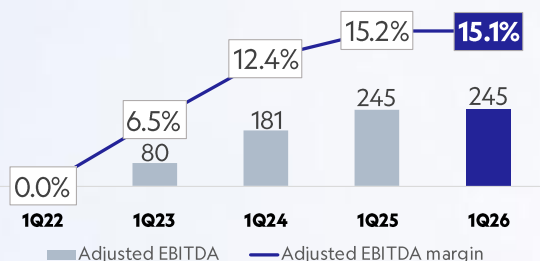
R\$ Million & %	1Q26	1Q25	Δ%
Net income	1.7	4.1	-59.1%
(+) Income taxes	(10.0)	(7.5)	34.3%
(+/-) Financial results, net	59.2	77.1	-23.3%
(+) Depreciation & amortization	179.7	169.8	5.8%
EBITDA (post-IFRS 16)	230.5	243.6	-5.4%
(+) Other operating income (expenses)	2.7	(8.7)	-
(+) Financial income from suppliers	4.7	0.9	418.2%
(-) Recovery of tax credits	(1.1)	(7.7)	-86.0%
(+) Long term incentive	7.8	16.4	-52.4%
Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	244.6	244.5	0.1%
Adjusted EBITDA margin (post-IFRS 16) (%)	15.1%	15.2%	-0.1 p.p.
EBITDA (pre-IFRS 16)	101.0	115.8	-12.8%
Adjusted EBITDA (pre-IFRS 16)	116.3	124.1	-6.3%
Adjusted EBITDA margin (pré-IFRS 16) (%)	7.2%	7.7%	-0.5 p.p.

Adjusted EBITDA pre-IFRS 16 totaled R\$ 116.3 million in the quarter, representing a 6.3% decline compared to the result recorded in 1Q25. This performance reflects the phase-out of the mobile phone operation and the termination of the partnership with Bradescard, which limited the dilution of operating expenses. As a result, the margin reached 7.2%, a 0.5 p.p. reduction.

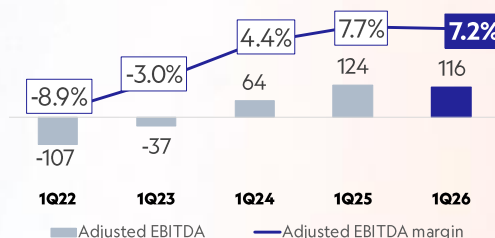
On a post-IFRS 16 basis, adjusted EBITDA amounted to R\$ 244.6 million, with a 15.1% margin.

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

Post IFRS-16



Pre IFRS-16



Adjusted EBITDA

Retail Adjusted EBITDA

R\$ Million & %	1Q26	1Q25	Δ%
Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	244.6	244.5	0.1%
(+/-) Financial services results ¹	(31.3)	(39.3)	-20.4%
Retail Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	213.4	205.2	4.0%
Retail Adjusted EBITDA margin (post-IFRS 16)	13.8%	13.5%	0.3 p.p.
Adjusted EBITDA (pre-IFRS 16)	116.3	124.1	-6.3%
(+/-) Financial services results ¹	(31.3)	(39.3)	-20.4%
Retail Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	85.0	84.8	0.3%
Retail Adjusted EBITDA margin (post-IFRS 16)	5.5%	5.6%	-0.1 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.

During the quarter, adjusted EBITDA pre-IFRS 16 from the Retail operation totaled R\$ 85.0 million, with a 5.5% margin, representing a 0.1 p.p. decrease compared to the same period of the previous year. On a post-IFRS 16 basis, Retail adjusted EBITDA reached R\$ 213.4 million, with a 13.8% margin.



Financial Results

R\$ Million	1Q26	1Q25	Δ%
Exchange rate variation	2.4	2.2	6.4%
Financial expenses	(121.5)	(145.7)	-16.6%
Interest expenses	(35.1)	(48.8)	-28.0%
Leasing interest expenses	(46.5)	(43.4)	7.2%
PVA on suppliers	(33.0)	(26.1)	26.5%
Interest expenses over suppliers - Bradescard	0.0	(20.7)	-100.0%
Interest expenses on taxes and contingencies	(5.2)	(5.0)	4.0%
Other financial expenses	(1.6)	(1.8)	-8.2%
Financial income	59.9	66.4	-9.7%
Monetary correction of tax credits	17.9	24.5	-27.0%
Interest on financial investments	18.4	31.2	-41.0%
Earnings from Bonds and Securities	12.4	9.7	27.1%
Other financial income	11.2	0.9	1134.5%
Financial results, net	(59.2)	(77.1)	-23.3%

During the quarter, the Company reported net financial expenses of R\$ 59.2 million, representing a 23.3% improvement compared to 1Q25.

Financial expenses totaled R\$ 121.5 million, a 16.6% reduction, driven by a 34.8% decrease in gross debt during the quarter and a lower average cost of debt. At the same time, the termination of the partnership with Bradescard led to the cessation of interest recognition in the Bradescard suppliers line, which was partially offset by a 26.5% increase in the present value adjustment (PVA) line related to interest with suppliers, driven by the telecommunications phase-out process. This business had shorter average supplier payment terms and, consequently, a lower present value adjustment when compared to apparel payment terms.

On the financial income side, the decrease reflects a lower cash position and a reduced volume of monetary adjustments on tax credits in the period, partially offset by more efficient cash management, which increased the return on financial investments.

Net Income

Net income (loss) (R\$ Million)	1Q26	1Q25	Δ%
Net income (loss)	1.7	4.1	-59.1%
Net margin (%)	0.1%	0.3%	-0.1 p.p.
Adjusted net income (loss)	8.0	2.5	218.7%
Adjusted net margin (%)	0.5%	0.2%	0.3 p.p.

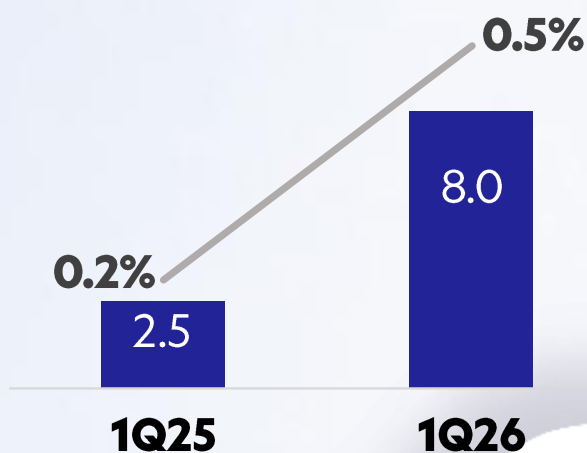
(1) Net income (post-IFRS) (2) Adjustments include: (i) Other net operating revenue (expenses), (ii) Supplier financial income, (iii) Recovery of tax credits and (iv) Social charges from long-term incentives paid to employees.

In 1Q26, adjusted net income totaled R\$8.0 million, representing a significant increase of 218.7% compared to 1Q25. Net margin reached 0.5%, an expansion of 0.3 p.p.

Reported net income under IFRS 16 amounted to R\$1.7 million, a decrease of 59.1% on a year-over-year basis.

On a pre-IFRS 16 basis, adjusted net income was R\$12.6 million, an increase of 77.7%, with a margin of 0.8%.

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



Indebtedness

R\$ Million	1Q26	1Q25	Δ%
Short-term debt	126.9	599.7	-78.8%
Long-term debt	821.5	854.5	-3.9%
Gross debt	948.3	1,454.2	-34.8%
Buying back the right to offer credit products and financial services (Bradescard)	0.0	629.2	-100.0%
Total gross debt	948.3	2,083.5	-54.5%
(-) Cash, cash equivalents & short-term investments¹	805.7	1,520.8	-47.0%
(=) Debt cash	(142.6)	(562.6)	-74.7%
LTM Adjusted EBITDA pre-IFRS16	1,072.1	1,036.3	3.5%
Leverage¹	0.1x	0.5x	-0.4x

Note: Short-term and long-term debt, net of derivatives
 (1) Measured by the net debt/EBITDA ratio

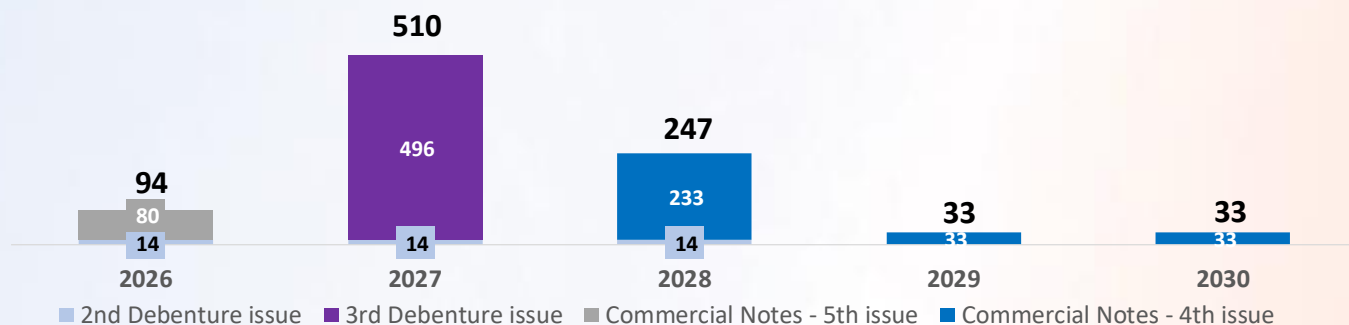
As a result of its capital structure optimization process and the reduction in its average cost of debt, the Company reported a decrease in leverage in 1Q26, reaching 0.1x, compared to 0.5x in 1Q25.

The Company ended the quarter with a robust cash position, equivalent to 6.4 times short-term debt, reflecting a 78.8% reduction in short-term debt compared to 1Q25.

In addition, the debt amortization profile remains solid, with a low volume of maturities concentrated in 2026, reinforcing the Company's financial strength and capital flexibility.

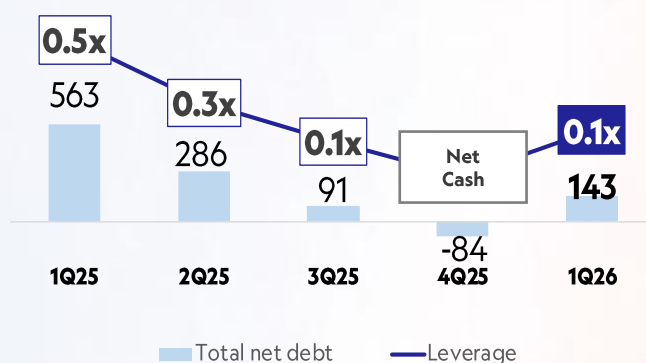
Below is the debt amortization schedule:

Debt Amortization Schedule (R\$ million)



Total Net Debt and Leverage (R\$ million)

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



Cash Flow

Adjusted cash flow

R\$ Million	1Q26	1Q25	Δ%
Pre-IFRS16 net income (losses) before Income Taxes and Social Contribution	(2.7)	(3.8)	-30.8%
Depreciation and amortization	91.0	85.8	6.1%
(+/-) Other	90.1	108.6	-17.0%
Adjustments with no impact on cash	181.1	194.3	-6.8%
Income Tax and Social Contribution paid	(27.0)	(43.1)	-37.3%
Working capital	(162.0)	68.3	-
Accounts receivable	536.7	633.5	-15.3%
Inventory	(197.7)	(173.3)	14.1%
Suppliers	(329.9)	(261.7)	26.1%
Other	(171.1)	(130.2)	31.5%
Cash from (used in) operating activities	(10.6)	215.7	-
Cash flow from investing activities	(162.0)	(134.8)	20.2%
(=) Adjusted free cash flow	(172.6)	80.9	-
Cash flow generated (used) in financing activities	(65.1)	(132.6)	-50.9%
(Use) Cash generation	(237.6)	(51.7)	359.5%

In 1Q26, working capital consumed R\$ 162.0 million, reversing the positive generation of R\$ 68.3 million recorded in 1Q25. This movement is reflected in the cash conversion cycle, which increased by 8 days compared to 1Q25.

This change is largely explained by the sales performance in 4Q25 and the dynamics of the gradual recovery in sales throughout 1Q26. Although the average collection period improved by two days, the quarter-end accounts receivable balance was lower as a result of lower collection volumes during the quarter, given that 30% of the Company's sales are cash sales and that most sales made in the fourth quarter are reflected in cash flow only in the first quarter of the following year.

At the same time, the early receipt of winter products also contributed to an increase in the inventory cycle and in accounts payable. As a result of this dynamic, there was a working capital consumption of R\$ 162.0 million in the quarter.

As a result, the Company ended the quarter with applied operating cash of R\$ 10.6 million.

Cash flow used in investing activities totaled R\$ 162.0 million in the quarter, an increase of 20.2%. Consequently, free cash flow resulted in a consumption of R\$ 172.6 million, compared to a cash generation of R\$ 80.9 million in 1Q25.

Cash Flow

Adjusted Cash Flow (R\$ million)

At the end of 1Q26, cash and cash equivalents recorded a decrease of R\$237.6 million compared to 4Q25, impacted by investments made during the period, which totaled R\$162.0 million.

In the quarter, operating cash flow decreased by R\$10.6 million, while financing cash flow declined by R\$65.1 million.

As a result, the ending cash balance amounted to R\$805.7 million.



Note: Operating cash flow excludes lease interest and principal payments; the ending cash position includes marketable securities.



Investments

Investments (R\$ Million)	1Q26	1Q25	Δ%
New stores	7.9	9.1	-13.6%
Revamps and remodeling	16.5	12.0	36.8%
Supply chain	13.9	1.3	1010.0%
Digital and technology	22.9	17.9	27.6%
Total	61.2	40.4	51.5%

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\$61.2 million in 1Q26, representing an increase of 51.5% compared to 1Q25. This growth was mainly driven by supply chain initiatives, including the start of investments in the Northeast distribution center, the automation projects at the São Paulo and Santa Catarina distribution centers, as well as the launch of renovation projects.

In Digital and technology, the Company continued to advance its Commercial Intelligence Hub, initiating the structuring of systems to support dynamic assortment. Investments in this front totaled R\$22.9 million during the quarter.





Appendix

Total Adjusted EBITDA

(Pre IFRS 16)

R\$ Million & %	1Q26	1Q25	Δ%
Net income	1.7	4.1	-59.1%
(+) Income taxes	(10.0)	(7.5)	34.3%
(+/-) Financial results, net	59.2	77.1	-23.3%
(+) Depreciation & amortization	179.7	169.8	5.8%
EBITDA (post-IFRS 16)	230.5	243.6	-5.4%
(+) Other operating income (expenses)	2.7	(8.7)	-
(+) Financial income from suppliers	4.7	0.9	418.2%
(-) Recovery of tax credits	(1.1)	(7.7)	-86.0%
(+) Long term incentive	7.8	16.4	-52.4%
Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	244.6	244.5	0.1%
Adjusted EBITDA margin (post-IFRS 16) (%)	15.1%	15.2%	-0.1 p.p.
EBITDA (pre-IFRS 16)	101.0	115.8	-12.8%
Adjusted EBITDA (pre-IFRS 16)	116.3	124.1	-6.3%
Adjusted EBITDA margin (pré-IFRS 16) (%)	7.2%	7.7%	-0.5 p.p.



Balance Sheet

R\$ million	1Q26	4Q25
Total assets	8,629.8	9,318.6
Current assets	4,015.4	4,559.8
Cash and cash equivalents	445.1	774.5
Bonds and securities	360.6	268.9
Trade receivables	1,194.3	1,753.3
Inventory	1,320.8	1,154.9
Taxes recoverable	623.0	460.2
Derivatives	0.0	2.6
Income tax and social contribution recoverable	19.1	109.3
Other Assets	52.3	36.2
Non-Current Assets	4,614.4	4,758.8
Aplicações Financeiras	0.0	0.0
Income tax and social contribution recoverable	16.3	0.0
Taxes recoverable	568.7	791.4
Deferred taxes	552.8	489.7
Judicial deposits	93.2	91.4
Derivatives - LT	0.0	0.0
Other assets	4.2	4.6
Investments	(0.0)	0.0
Properties and equipment	1,048.9	1,057.4
Right-of-use assets - leases	1,502.6	1,474.5
Intangible assets	827.7	849.7
Total liabilities and shareholder's equity	8,629.8	9,318.6
Current liabilities	2,406.1	3,116.2
Lease liabilities	371.1	372.7
Suppliers	1,082.0	1,324.8
Dividends and IOC	139.8	139.8
Drawee risk liabilities	240.5	421.2
Suppliers buying back the right to offer credit (Bradescard)	0.0	0.0
Loans	115.9	139.8
Derivatives	10.9	1.8
Labor liabilities	289.8	293.6
Taxes payable	78.8	283.5
Income tax and social contribution recoverable	48.9	102.5
Other liabilities	28.2	36.5
Non-current liabilities	2,520.9	2,495.4
Lease liabilities	1,442.2	1,407.5
Suppliers	0.0	0.0
Suppliers buying back the right to offer credit (Bradescard)	0.0	0.0
Loans	821.5	820.7
Derivatives - LT	0.0	0.0
Labor liabilities	12.6	16.2
Provisions for tax, civil, and labor risks	189.8	186.6
Taxes payable	4.2	14.3
Other liabilities	50.7	50.2
Shareholder's equity	3,702.8	3,707.1
Share capital	1,847.2	1,847.2
Shares in Treasury	(54.3)	(48.2)
Capital reserve	45.2	39.2

Income Statement

R\$ Million	1Q26	1Q25	Δ%
Net operating revenue	1,619.6	1,612.1	0.5%
Apparel	1,449.1	1,364.1	6.2%
Fashiontronics and Beauty	92.6	145.6	-36.4%
Net revenue from goods	1,541.7	1,509.7	2.1%
Other revenue	1.4	5.9	-75.9%
Retail revenue	1,543.2	1,515.6	1.8%
Financial services	76.4	96.5	-20.8%
Cost of goods/services	(718.4)	(740.1)	-2.9%
Gross profit	901.2	872.0	3.3%
Apparel	804.9	745.2	8.0%
Fashiontronics and Beauty	40.8	47.8	-14.6%
Gross profit from goods	845.7	793.0	6.6%
Other gross profit	(20.9)	(17.3)	20.6%
Gross profit from retail	824.8	775.7	6.3%
Gross profit from financial services	76.4	96.3	-20.7%
Operating (expenses) and revenue	(850.4)	(798.3)	6.5%
General and administrative	(172.1)	(160.9)	7.0%
Selling expenses	(469.3)	(454.3)	3.3%
Depreciation and amortization	(179.7)	(169.8)	5.8%
Other net operating income (expenses)	(1.6)	16.4	-109.8%
Net credit losses	(27.7)	(29.6)	-6.6%
Profit before Financial Revenue and Expenses	50.8	73.7	-31.1%
Finance results	(59.2)	(77.1)	-23.3%
Exchange variation	2.4	2.2	6.4%
Finance expenses	(121.5)	(145.7)	-16.6%
Finance income	59.9	66.4	-9.7%
Earnings from bonds and securities	12.4	9.7	27.1%
Profit before taxes	(8.4)	(3.4)	146.4%
Income taxes	10.0	7.5	34.3%
Net income (losses) for the period	1.7	4.1	-59.1%

Cash Flow Statement

R\$ Million	1Q26	1Q25
Operating activities		
Allowance for expected credit losses	(8.4)	(3.4)
Adjustments to reconcile income before income taxes to net cash flows:		
Allowance (reversal) for expected credit losses	28.1	32.0
Adjustment to present value of accounts receivables and suppliers	0.0	0.0
Expenses with stock-based compensation	0.0	0.0
Provisions for inventory losses	32.9	20.1
Gains/Recognition of tax claims, including monetary correction	(14.1)	(17.9)
Depreciation and amortization	91.0	85.8
Impairment (Reversal) of provisions for property and equipment, intangibles, and right-of-use assets	0.0	0.0
Losses from the sale or disposal of property and equipment and intangible assets	0.0	0.0
Right-of-use amortization	97.2	92.1
Interest on leases	0.0	0.0
Juros sobre empréstimos – partes relacionadas	0.0	0.0
Expenses with loans and debentures	0.0	0.0
Interest on suppliers	0.0	0.0
Foreign exchange variation on loans	0.0	0.0
Provisions (reversal) for tax, civil and labor risks	12.6	10.6
Derivatives	0.0	0.0
Update of judicial deposits	0.0	0.0
Yield from investments in bonds and securities	0.0	0.0
Variations in assets and liabilities:		
Trade receivables	541.5	633.5
Inventory	(197.7)	(173.3)
Taxes recoverable	147.9	136.0
Other credits	(15.7)	(8.0)
Bonds and securities	(79.6)	(148.9)
Judicial deposits	1.1	17.8
Suppliers	(149.2)	(101.9)
Fornecedor Bradescard	0.0	0.0
Drawee risk liabilities	(180.7)	(159.8)
Labor liabilities	(7.4)	12.4
Other liabilities	(8.3)	(2.9)
Provisions for tax, civil and labor risks	(9.4)	(21.4)
Taxes payable	(291.5)	(273.8)
Income Tax and Social Contribution paid	(27.0)	(43.1)
Cash flow originating (invested in) operating activities	(36.8)	85.9
Purchase of property and equipment	(117.0)	(92.4)
Purchase of intangible assets	(45.0)	(42.5)
Receivables from the sale of property and equipment	0.0	0.0
Cash flow used in investment activities	(162.0)	(134.8)
New loans and debentures issued	0.0	0.0
Loan/debenture transaction costs	0.0	(0.1)
Repayment of loans (principal)	0.0	(40.2)
Interest paid on loans	(59.0)	(56.2)
Repayments and interest paid on leases	(141.1)	(132.3)
Share buy-back	(6.1)	(36.0)
Net cash flows originating from (used by) financing activities	(206.2)	(264.9)
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents	(329.4)	(210.3)

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 26.7% of retail sales.