

Divulgação de resultados

2T25



Destques 2T25



+17%

SSS¹ em vestuário
no 2T25



+1,9 p.p.

Margem bruta de
mercadorias vs. 2T24



15,3%

Margem EBITDA ajustada²
pré IFRS-16 no 2T25, +2,1 p.p.
na margem EBITDA ajustada



+10,3 p.p.

No **NPS** do 2T25 vs. 2T24



+113,2%

De aumento no lucro líquido
ajustado vs. 2T24



R\$185 Mi

Geração de caixa livre
no trimestre



0,3x

Dívida líquida³/EBITDA no
2T25, reduzindo de 1,5x vs. 2T24



20,4%

ROIC LTM 2T25

+32,9%

Receita líquida de
vestuário e +2 p.p. na
margem bruta, no acumulado
dos últimos dois anos



(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 e (4) inclui o compromisso com Bradescard.

Execução
Estratégia
Energia C&A

energia C&A

Produto



Rollout das
iniciativas
+470 no trimestre



Sortimento dinâmico
Piloto em
8 categorias



+64,2%
receita líquida
Beleza vs. 2T24



Fashion design IA

Tecnologia e agilidade no processo de criação

energia C&A

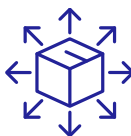
Estratégia logística



Malha mais regionalizada
(mais próxima da loja)



Hubs Urbanos



Distribuição Granular
(maximização do Push & Pull)



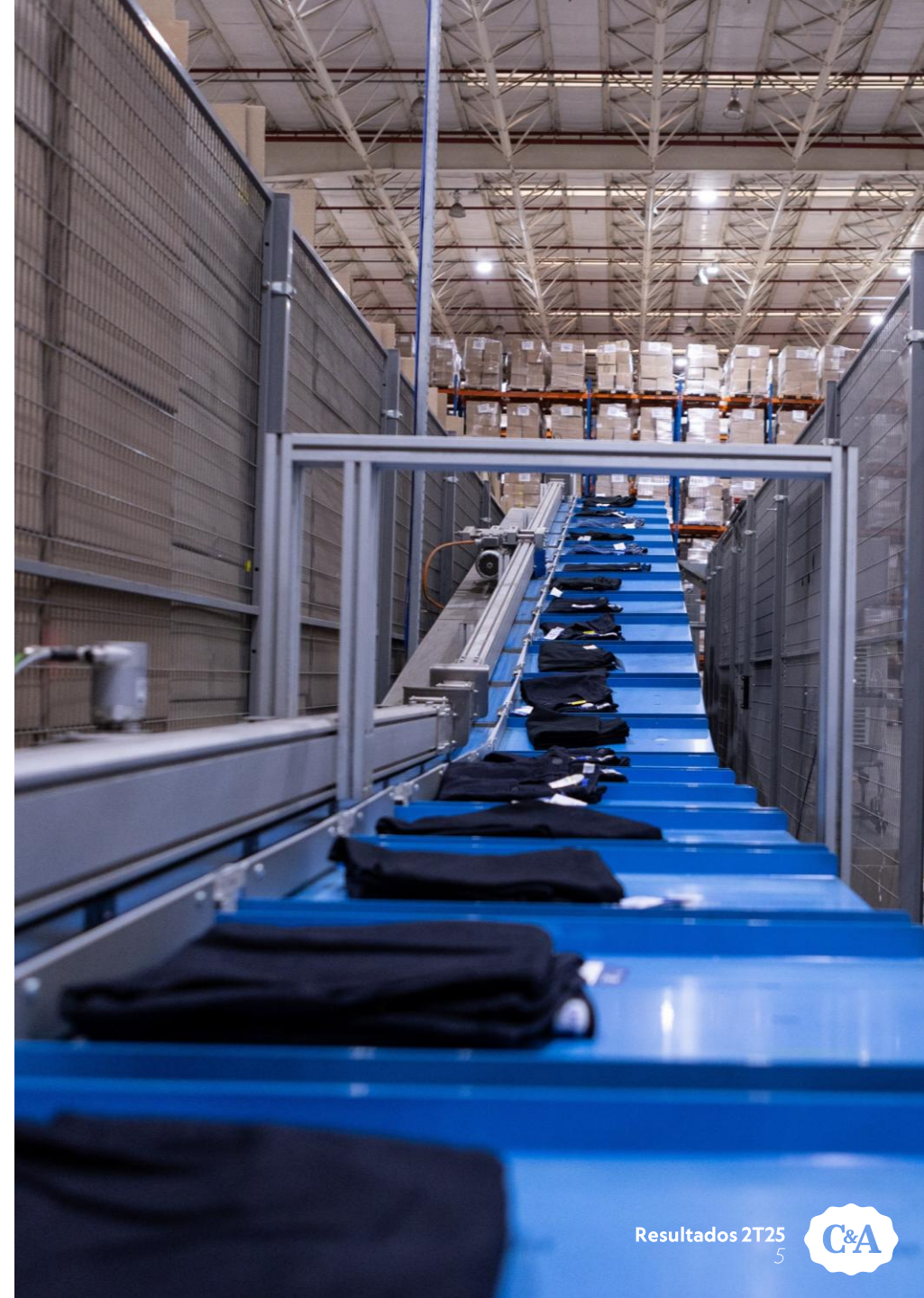
Automação na medida certa

Redução no tempo de abastecimento com maior capacidade de adaptação

Maior eficiência logística e agilidade operacional

Maior disponibilidade dos produtos e assertividade

Maior retorno sobre capital investido



energia C&A

Jornada Omni



OFFLINE



ONLINE

energia C&A

Jornada offline

Seguimos avançando na experiência em loja



Inauguração Valinhos/SP

3 aberturas
no 1S25

Chapecó/SC (1T25)
Jaraguá do Sul/SC (1T25)
Valinhos/SP (2T25)



Reformas

Shopping Aricanduva/SP
Shopping Internacional/SP
Shopping Metro Tatuapé/SP
Shopping Nova América/RJ
Nova Iguaçu Centro/RJ
Natal Shopping/RN
Continente Park Shopping/SC



Dispersão

21
Lojas
(4ª onda)



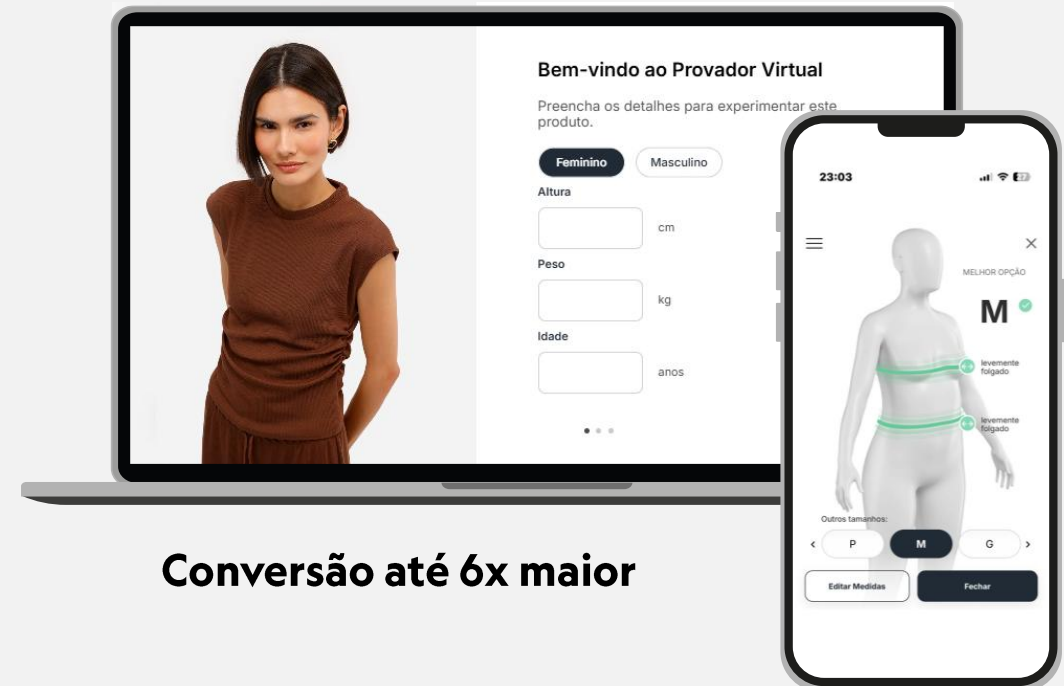
**Crescimento de 30,8% na receita líquida do site e aplicativo
(+ 0,7 p.p. no share da receita), com aumento de 8,4% na conversão**

AI Personal Shopper



Conversão até 4x maior

Provador virtual



Conversão até 6x maior

energia C&A

Marca e relacionamento



**Todo mundo no Rio
Lady Gaga**



Campanha de mães



Collab Stylists



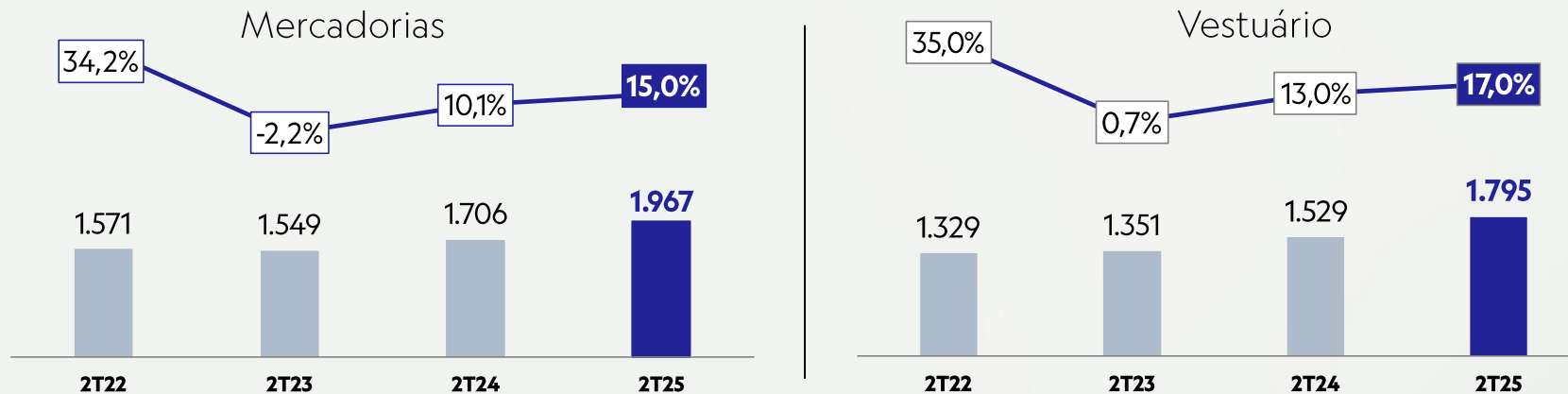
Desempenho **Financeiro**



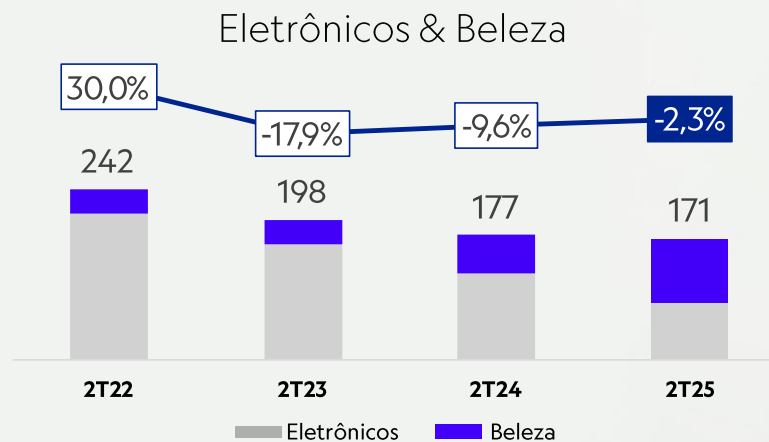
Receita de **mercadorias**

R\$ Milhões e %

Consistente desempenho em vestuário com SSS de 17% e destaque para as categorias do Feminino e ACE



+64,2%
na receita líquida
de beleza



Processo de descontinuação
de telefonia e **expansão** do
Beleza **bem sucedido**

- **Fechamento** de **66 quiosques** de eletrônicos no trimestre
- **47** até o fim do ano

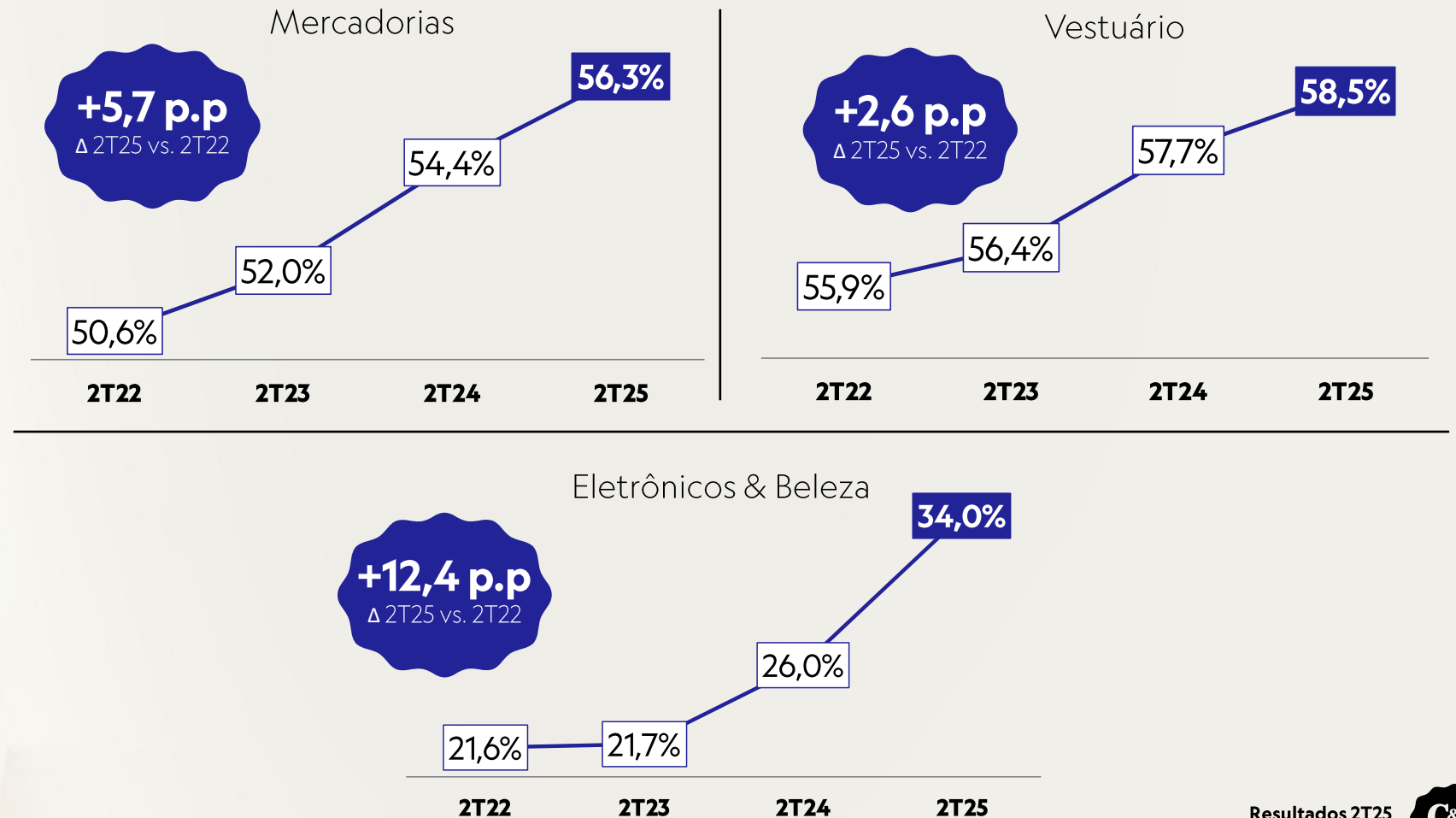
■ Receita líquida — Vendas mesmas lojas



Margem bruta **mercadorias**

Números em %

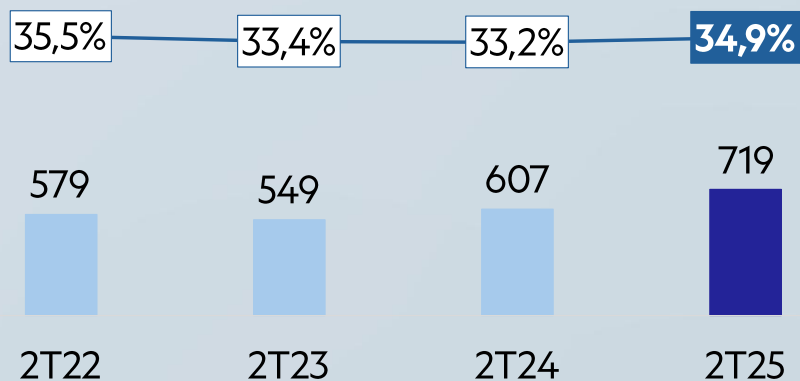
Aumento de 1,9 p.p. na margem bruta de mercadorias vs. 2T24



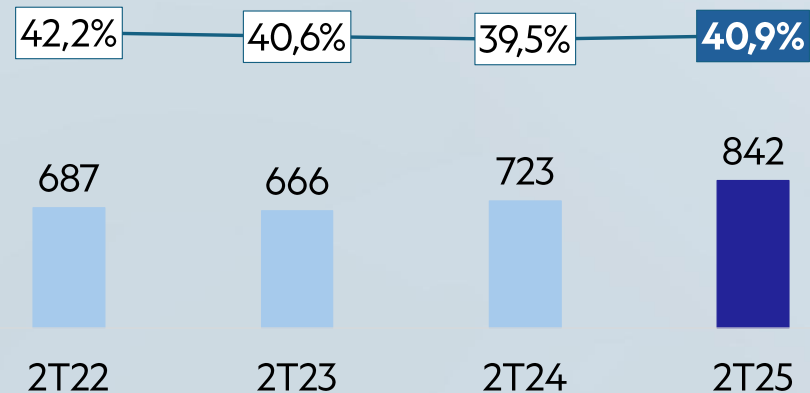
Evolução na gestão de despesas operacionais¹

R\$ Milhões e %

Despesas Operacionais pós IFRS-16



Despesas Operacionais pré IFRS 16



■ Despesas operacionais — Despesas operacionais / Receita líquida

(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.





27,9%
Penetração nas **vendas**
do varejo, +1,0p.p. vs. 2T24

Redução de
3,1 p.p.
nas **perdas líquidas/**
carteira 360 do 2T25,
vs. 2T24, atingindo 4,8%

R\$ 888,1 Mi
Carteira até 360 dias no final
do 2T25 (-2,9% vs. 2T24)

Redução de
2,5 p.p.
no **NPL 90** vs 2T24,
atingindo **17,1%**

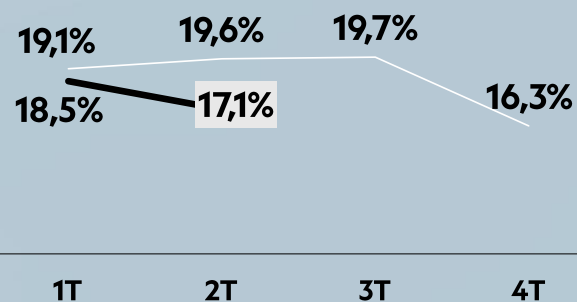
R\$ 0,3 Mi
De **resultado operacional**, 105,1%
maior que no 2T24

Encerramento
da parceria com
Bradescard

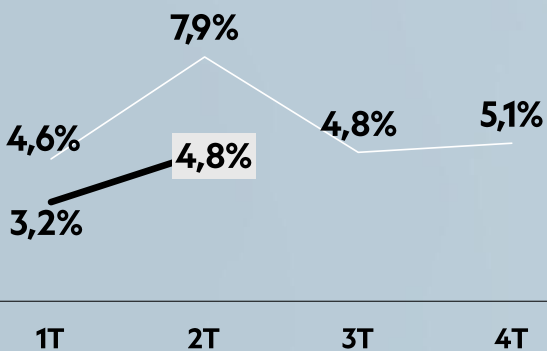


Evolução nos indicadores de inadimplência

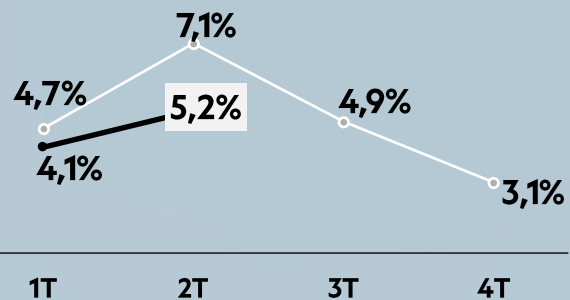
NPL 90 sobre a carteira 360



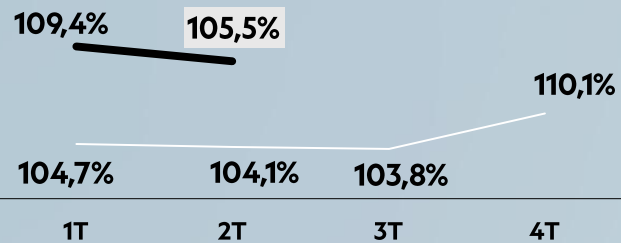
Perda líquida sobre a carteira 360



Formação de NPL¹



Cobertura² sobre vencidos acima de 90 dias (360)

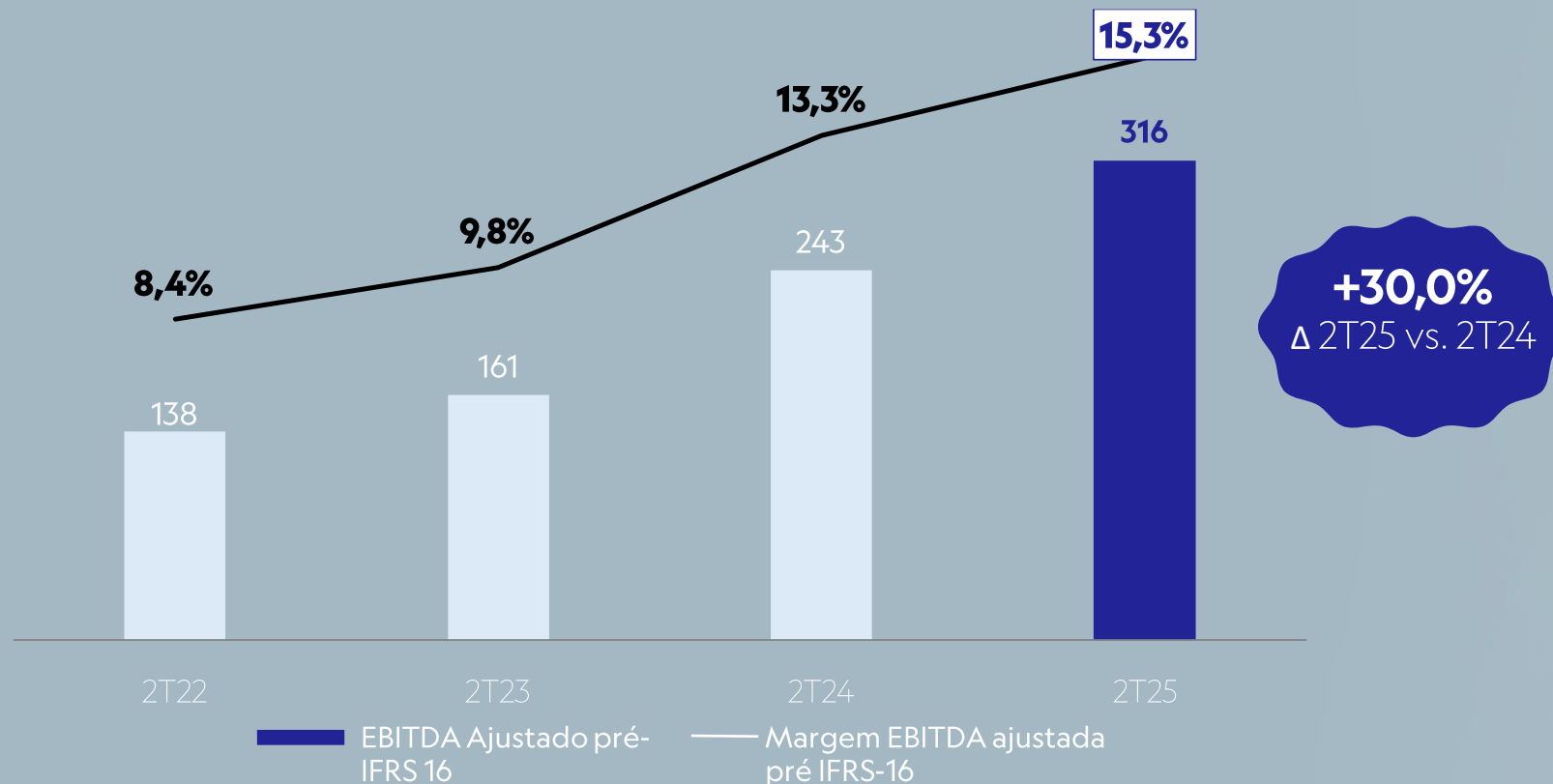


— 2025 — 2024

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 %



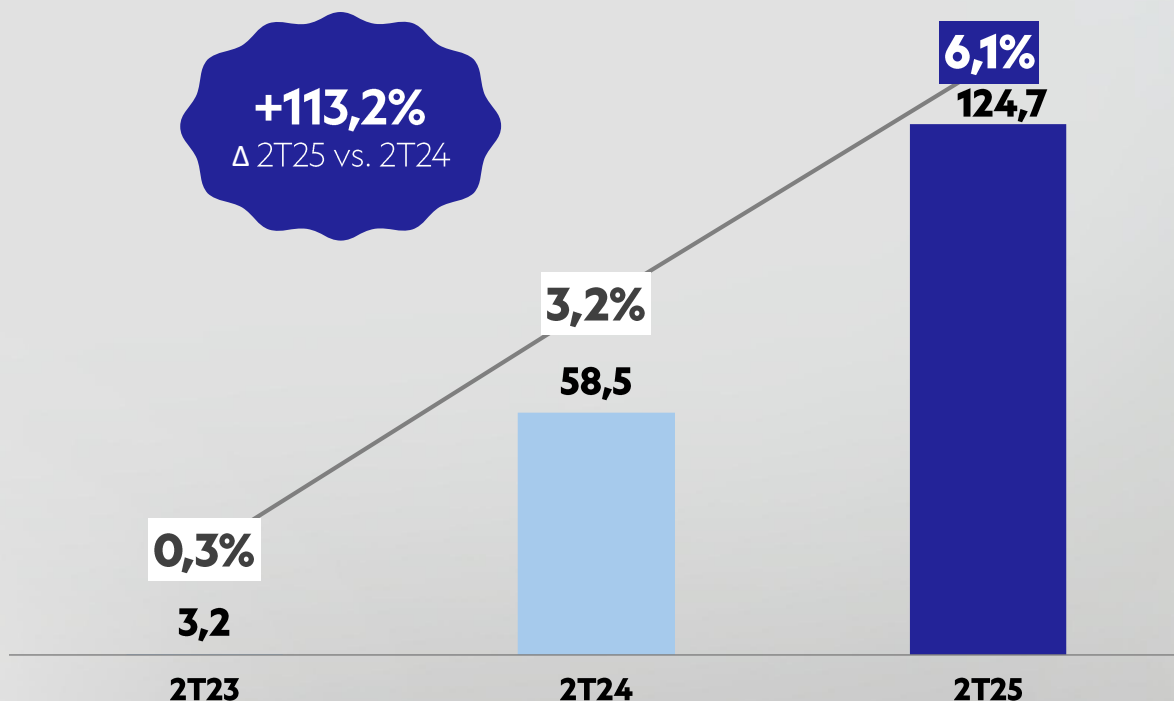
(1) EBITDA pré IFRS-16 ajustado por: (i) outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) receita financeira de fornecedores; (iii) recuperação de créditos fiscais e (iv) Programa de incentivo de longo prazo.



Lucro líquido ajustado¹

Com margem quase duas vezes superior ao 2T24

R\$ Milhões e %



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



Investimentos

Com foco no Energia C&A

Diligência contínua na alocação de capital e maximização do retorno

	2T25	2T24	Δ%
Reformas	62,0	16,6	273,2%
Digital e tecnologia	36,0	31,6	13,9%
Novas lojas	10,0	7,1	40,8%
Cadeia de suprimentos	3,0	1,9	59,7%
Total	111,0	57,2	94,0%

- **70,4%** do CAPEX dedicado ao **Energia** no trimestre, **+66,7%** vs. 2T24
- **Investimentos** em reformas **3,7 vezes** maior vs. 2T24

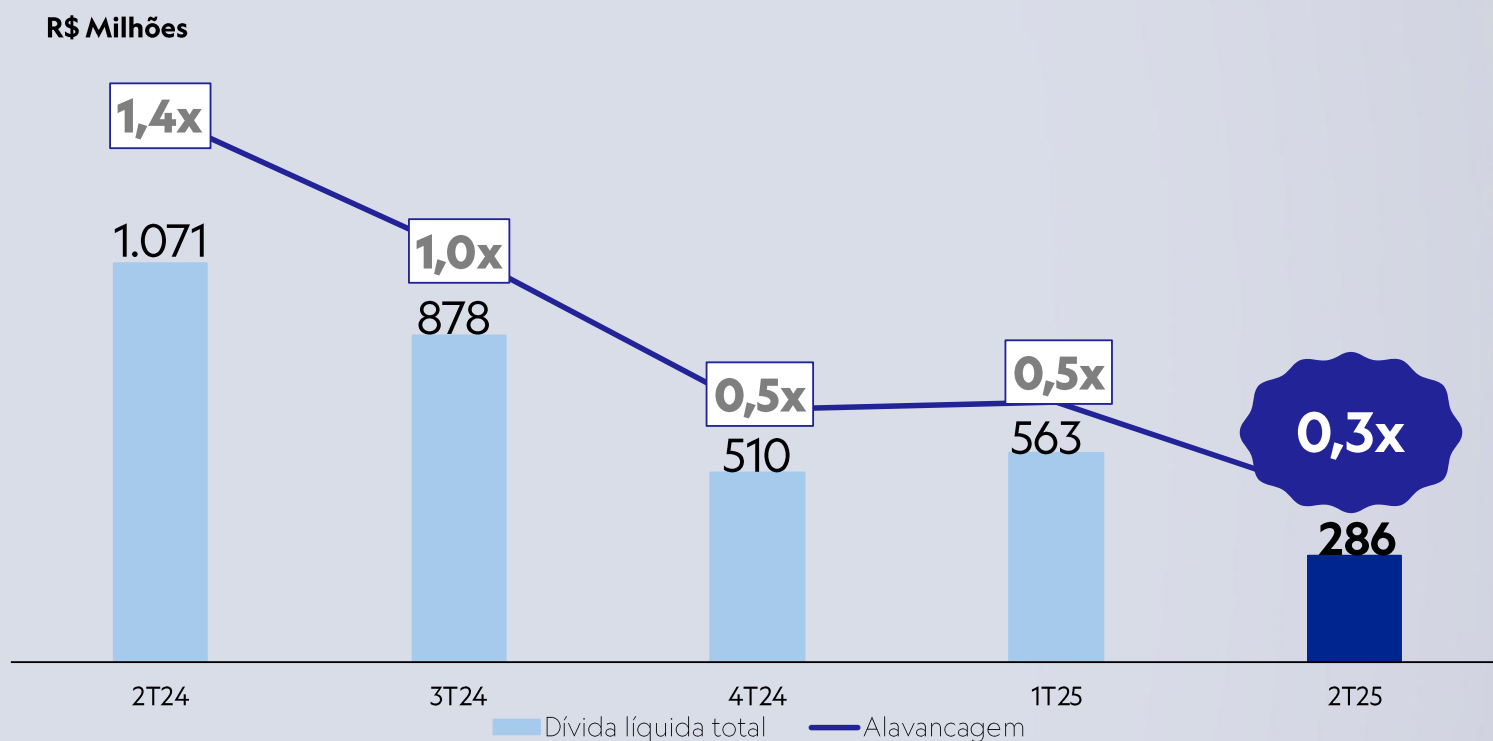


Redução no ciclo de
conversão de caixa

ROIC LTM 2T25
20,4%

Redução da Alavancagem

Forte geração de caixa com redução da dívida líquida



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 em ASG



Top 3 ranking “Melhores do ESG”

Principal premiação de sustentabilidade empresarial do Brasil



Rio2C

Patrocínio no maior encontro de criatividade e inovação da América Latina



Parceria ACNUR e ONU Mulheres

Contratação de mulheres refugiadas

Novo momento C&A



Consistência na execução e performance operacional



Crescimento nas **vendas**, com **expansão** de **margem bruta**



Redução da **alavancagem** para **0,3x**



Aceleração dos **investimentos** no **Energia C&A**, com caixa próprio



Rentabilidade sobre o **capital investido**



energia C&A - Novo conceito de loja



Perguntas & respostas

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

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



RaiseHand



Q&A





Divulgação de resultados

2T25

Contatos:

Laurence Gomes | CFO e DRI

Rogério Ueno

Pedro Abe

Luanna Tomé

ri@cea.com.br

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