



Release de resultados

3T25

Videoconferência de Resultados

Data: 05/11/2025 (Português/Inglês)

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

webcast: ri.cea.com.br

IBOVESPA B3

ISE B3

SMLL B3

CEAB
B3 LISTED NM

IGCT B3

ICO2 B3

IGC-NM B3

IGC B3

IBRA B3

ITAG B3

ICON B3

IGPTWB3

Destaques 3T25

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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



Inclusão das ações da Companhia (CEAB3) no IBOVESPA B3



Inauguração do novo modelo de **loja Energia**



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



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

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

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

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

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

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

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



Destaques 3T25

Resultados Consolidados

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

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

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

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

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

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

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

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

Mensagem da Administração

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Administração C&A Modas S.A.



Desempenho Financeiro

Receita líquida

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

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

(1) Considera principalmente o frete sobre vendas do site e aplicativo.
(2) Exclui a taxa de comissionamento que o C&A Pay recebe da C&A Modas, a qual contabilmente é tratada como uma receita intercompany.
(3) SSS: Same Store Sale - Crescimento de vendas nas mesmas lojas. É composto pelas vendas das lojas ativas há mais de 13 meses em relação ao mesmo período do ano anterior, incluindo o e-commerce e todas as suas modalidades de vendas e entrega (100% online, vendas diretas, Ship from Store e Clique e Retire).



Receita líquida

Vestuário

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

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

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

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

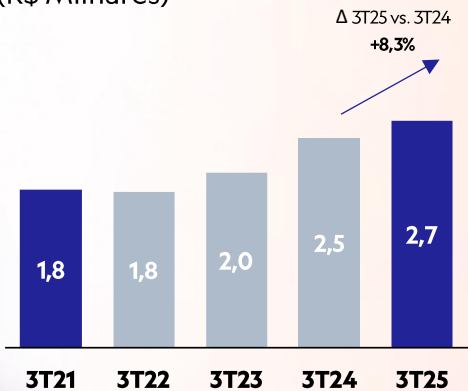
Como resultado, a receita líquida de vestuário totalizou R\$1.648,7 milhões no 3T25, representando um aumento de 8,9% em relação ao 3T24.

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

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



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



Receita líquida

Beleza

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

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

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

Eletrônicos

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

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

Mercadorias

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

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

Outras receitas

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



Receita líquida

Site e App

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

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

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

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

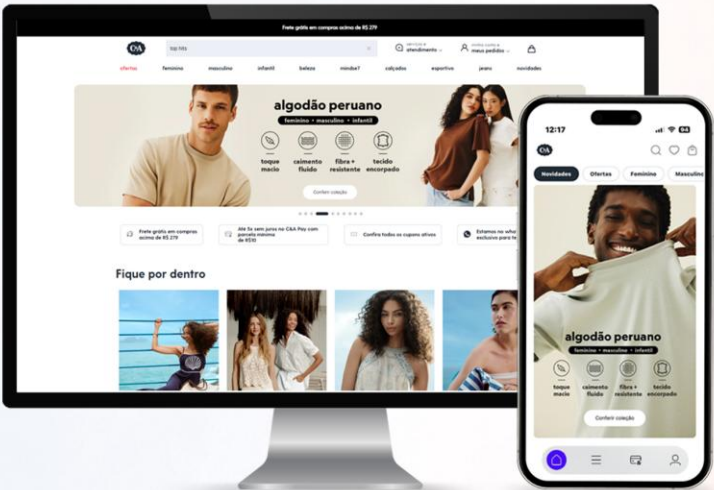
Site & App (R\$ Milhões)	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Receita líquida de mercadorias (site + app)	112,2	94,6	18,6%	311,9	250,9	24,3%
Receita líquida de mercadorias (site + app) / receita de mercadorias (%)	6,3%	5,6%	0,7 p.p.	5,9%	5,3%	0,6 p.p.

Serviços financeiros

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

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

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

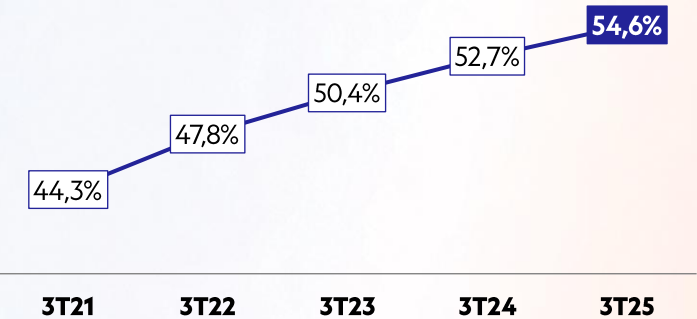


Lucro bruto e margem bruta

Lucro bruto e margem bruta (R\$ Milhões e %)	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Vestuário	912,7	833,9	9,5%	2.707,8	2.354,5	15,0%
Margem bruta (%)	55,4%	55,1%	0,3 p.p.	56,3%	55,7%	0,6 p.p.
Eletrônicos e Beleza	52,7	49,6	6,2%	158,7	131,1	21,0%
Margem bruta (%)	43,8%	30,5%	13,3 p.p.	36,3%	26,8%	9,5 p.p.
Lucro bruto de mercadorias	965,4	883,5	9,3%	2.866,5	2.485,7	15,3%
Margem bruta de mercadorias (%)	54,6%	52,7%	1,9 p.p.	54,6%	52,7%	1,9 p.p.
Outras¹	(25,4)	(17,5)	45,4%	(69,4)	(54,6)	27,0%
Serviços financeiros	65,9	112,5	-41,4%	247,8	343,6	-27,9%
Lucro bruto consolidado	1.005,9	978,5	2,8%	3.044,8	2.774,7	9,7%
Margem bruta consolidada (%)	54,6%	54,4%	0,3 p.p.	55,2%	54,6%	0,7 p.p.

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

Evolução da margem bruta de mercadorias (em %)



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

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

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

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

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

Despesas operacionais

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

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

(2) Inclui Outras (despesas) receitas operacionais.

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

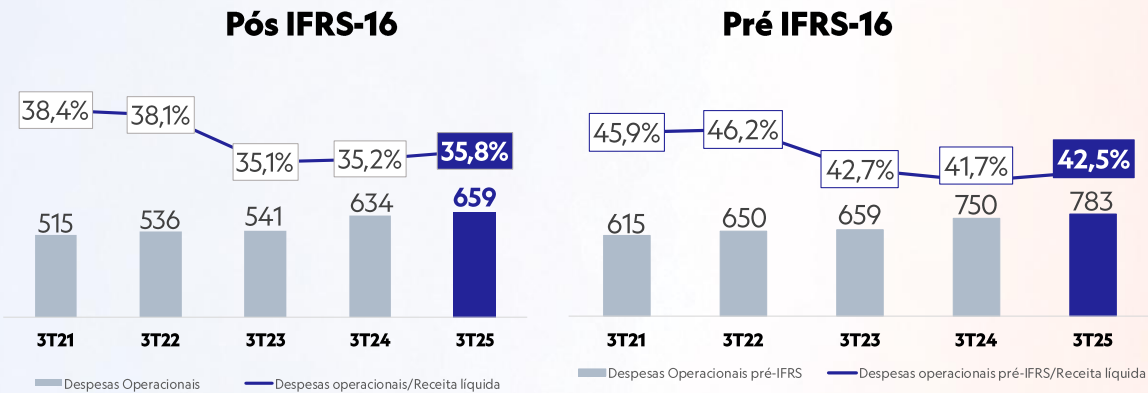
Na visão pré IFRS-16, as despesas com vendas somaram R\$596,7 milhões, o que representa um aumento de 3,4%. As despesas com marketing que reduziram 32,9% em relação ao 3T24 em função do maior nível de investimentos no ano passado (patrocínio do Rock in Rio). Na visão pós IFRS-16, as despesas ficaram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

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

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

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

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



Serviços financeiros

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

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

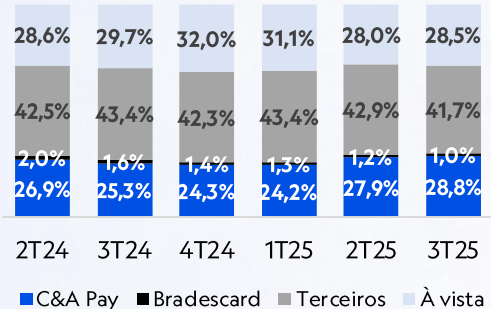
Além disso, essa postura mais conservadora também contribuiu para uma menor penetração do parcelado com juros, que reduziram sua participação na receita do Pay. Como resultado, a receita do trimestre foi 30,4% menor comparado ao 3T24.

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

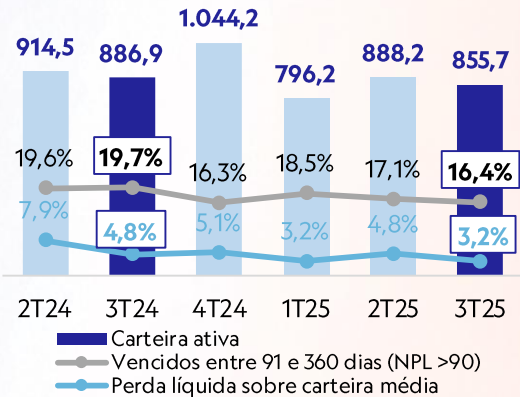
Em relação às despesas, a estrutura flexível da operação também contribuiu para uma redução nas despesas com vendas do trimestre, que atingiram R\$33,7 milhões, 18,7% inferior ao 3T24. Como resultado dessa dinâmica, mesmo com uma redução de 30,4% na receita do C&A Pay, o resultado operacional do trimestre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

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

Modalidade de pagamento



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



Serviços financeiros

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

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

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

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

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

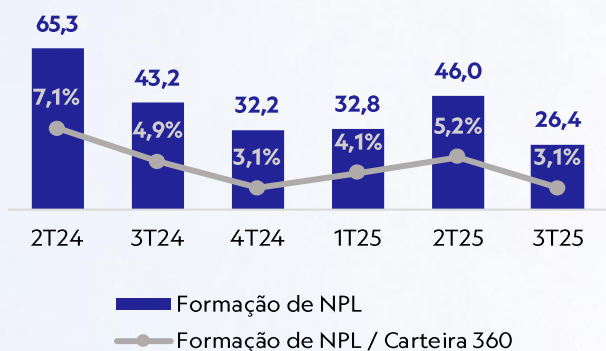
Além disso, a abordagem diligente quanto a seletividade da concessão de crédito, também implicou em uma originação de novos cartões que somou 490,6 mil, 0,9% superior montante do 3T24 e uma redução de 3,5% na carteira 360 dias, que atingiu R\$855,7 milhões.

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

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

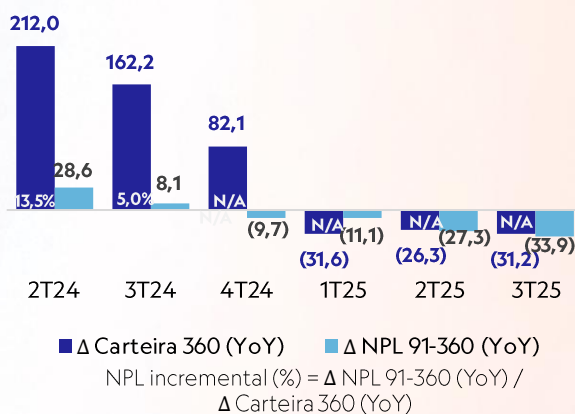
Por fim, a cobertura sobre vencidos entre 91 e 360 dias segue em patamares confortáveis e apresentou um aumento de 3,3 p.p., atingindo 107,1%. O nível de provisionamento da carteira entre 361 e 720 segue em patamares conservadores, com cobertura de 96,7%.

Formação de NPL (R\$ Milhões)



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

NPL Incremental² (R\$ Milhões)



EBITDA Ajustado

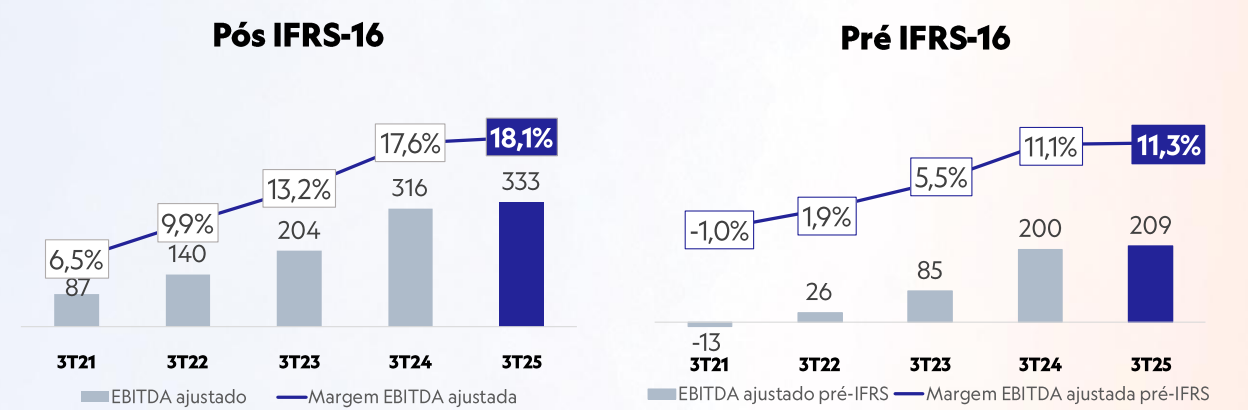
EBITDA Ajustado consolidado

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

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

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

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



Nota: gráfico considerando visão pós IFRS-16

EBITDA Ajustado

EBITDA Ajustado da operação de Varejo

R\$ Milhões e %	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)	333,3	316,0	5,5%	1.016,2	856,0	18,7%
(+/-) Resultado de serviços financeiros¹	(15,1)	(30,9)	-51,2%	(76,0)	(75,9)	0,1%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16) da operação de varejo	318,2	285,1	11,6%	940,2	780,1	20,5%
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) da operação de varejo	17,9%	17,0%	0,9 p.p.	17,9%	16,5%	1,4 p.p.
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)	208,8	200,0	4,4%	648,9	507,2	27,9%
(+/-) Resultado de serviços financeiros¹	(15,1)	(30,9)	-51,2%	(76,0)	(75,9)	0,1%
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16) da operação de varejo	193,7	169,1	14,6%	572,9	431,3	32,8%
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS 16) da operação de varejo	10,9%	10,0%	0,9 p.p.	10,9%	9,1%	1,8 p.p.

(1) Desconsidera o custo de captação da operação financeira, visto que este valor não impacta o resultado consolidado da companhia, mas é contabilizado como custo no C&A Pay.

No trimestre, o EBITDA ajustado pré IFRS-16 da operação de Varejo foi de R\$193,7 milhões, com margem de 10,9%, 0,9 p.p. acima do mesmo período do ano passado.

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



Resultado financeiro

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

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

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

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

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





Lucro líquido

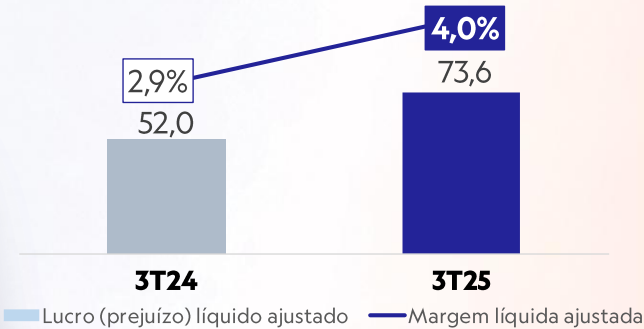
Lucro (prejuízo) líquido (R\$ Milhões)	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	69,5	42,8	62,2%	273,9	197,5	38,6%
Margem líquida (%)	3,8%	2,4%	1,4 p.p.	5,0%	3,9%	1,1 p.p.
Lucro (prejuízo) líquido ajustado¹	73,6	52,0	41,7%	200,9	48,7	312,3%
Margem líquida ajustada (%)	4,0%	2,9%	1,1 p.p.	3,6%	1,0%	2,7 p.p.

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

No 3T25, o lucro líquido reportado atingiu R\$69,5 milhões, representando um crescimento expressivo de 62,2% em relação ao 3T24. Esse desempenho reflete a evolução do resultado operacional, impulsionada pela expansão do EBITDA e pela redução da alavancagem.

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

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



Endividamento

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

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

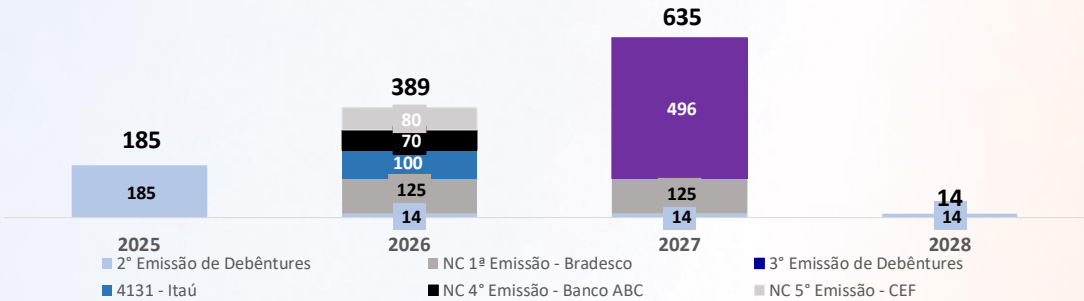
Neste trimestre, a Companhia reportou uma dívida bruta total de R\$1.271,9 milhões, uma redução de 37,2% vs. 3T24. Destaque, também, para a melhoria de 09 dias no ciclo de caixa da Companhia, que contribuiu para a geração de caixa do período e que permitiu a Companhia encerrar o trimestre com uma posição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

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

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

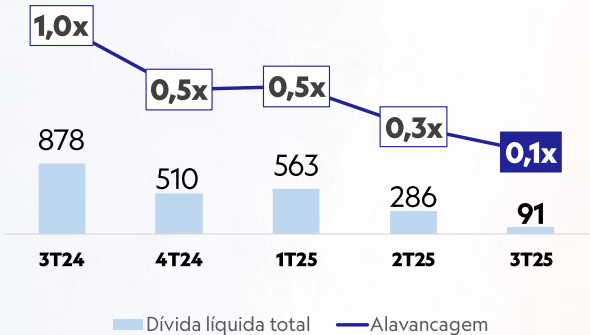
O fechamento da operação com taxas inferiores às inicialmente previstas reflete não apenas a atratividade do modelo de negócio da C&A, mas também seu atual cenário operacional e solidez financeira.

Cronograma de Amortização da Dívida (R\$ milhões)



Dívida líquida total e alavancagem (R\$ milhões)

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



Fluxo de Caixa

Fluxo de caixa ajustado

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

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

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

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

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

Fluxo de Caixa

Movimentação de caixa ajustado (R\$ milhões)

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

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

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



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



Investimentos

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

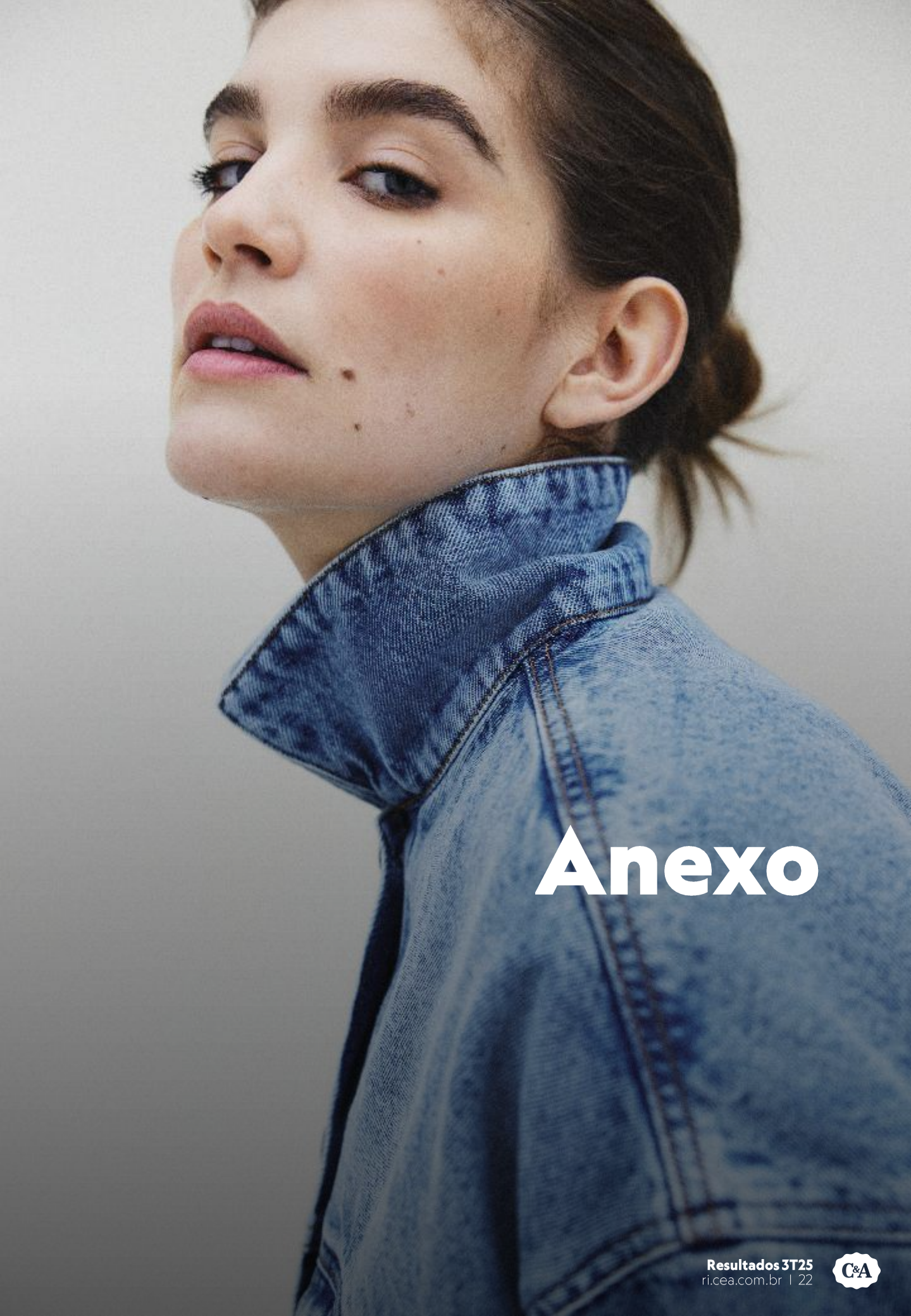
Nota: O valor do investimento corresponde aos investimentos adquiridos no período, mas não necessariamente pagos. O montante pago (saída de caixa) está informado no fluxo de caixa das atividades de investimentos.

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

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

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



A close-up, profile shot of a young woman with dark hair tied back, looking upwards and to the left. She is wearing a blue denim jacket with a high collar. The background is a plain, light-colored wall.

Anexo

EBITDA Ajustado Total

(Pré-IFRS 16)

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



Balanço Patrimonial

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



DRE

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

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

Glossário

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



Sobre a C&A

A C&A foi fundada em 1841 pelos irmãos holandeses Clemens e August e suas iniciais deram origem ao nome da marca. A C&A foi pioneira na confecção de roupas prontas para usar e hoje está entre as maiores cadeias varejistas de moda do mundo.

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

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

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

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

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

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