

A low-angle photograph of three diverse women laughing joyfully against a clear blue sky. In the background, a tall, modern skyscraper with many windows is visible. The woman on the left has long dark hair and is wearing a light blue sleeveless top. The woman in the middle has long dark hair and is wearing a light beige sleeveless top. The woman on the right has short dark hair and is wearing a blue denim sleeveless top and large gold hoop earrings. The overall mood is happy and energetic.

Divulgação de resultados

3T25



+29,1%

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



Destques 3T25



+8,9%

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



10,9%

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



R\$243 Mi

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



+8,2 p.p.

No **NPS** do 3T25 vs. 3T24



+1,9 p.p.

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



+41,7%

no lucro líquido
ajustado vs. 3T24



0,1x

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



21,7%

ROIC 3T25 LTM

(1) SSS: Same Store Sale - Crescimento de vendas em mesmas lojas; (2) Ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Receita financeira de fornecedores; (iii) Recuperação de créditos fiscais; e (iv) programa de incentivo de longo prazo; (3) Ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Recuperação de créditos fiscais; e (iii) programa de incentivo de longo prazo, líquido de impostos



Execução

Estratégia Energia C&A

energia C&A

Produto



Rollout das iniciativas de produtos

Destaque para kids, beleza e calçados



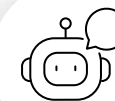
Novas categorias no **sortimento dinâmico**



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



Test & Learn
+ de mil testes no ano



Uso de IA
na criação de novas coleções

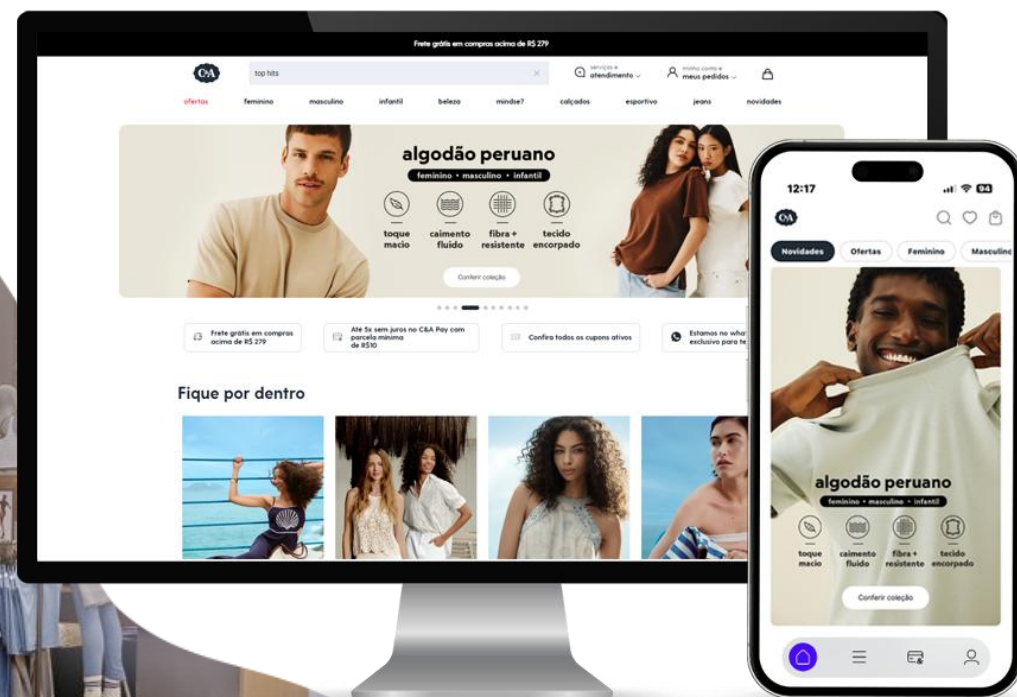


Maior valor Percebido
Qualidade e matéria prima

energia C&A

Jornada Omni

Offline & Online



energia C&A

Jornada offline

Avanços na experiência em loja



7 reformas

Totalizando **14** no ano

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



Dispersão

Totalizando **43** no ano

22 lojas

(5ª onda)



Novas lojas

Totalizando **3** no ano

7 novas lojas

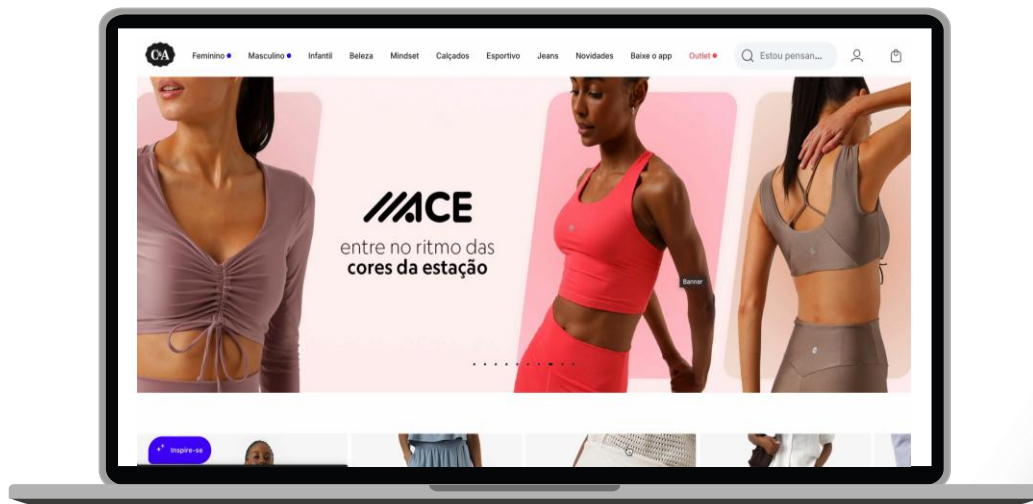
em andamento

energia **C&A** Jornada online

+18,6% na receita líquida do site e APP

Evolução do Site e expansão do AI Personal Shopper para o aplicativo

Site



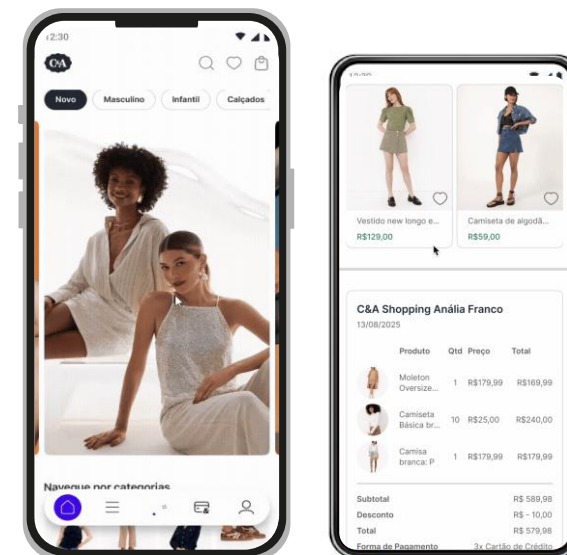
Novos meios de pagamento

Google Pay e Apple Pay

Integração sacola app, site e loja física

Evolução no novo site

App



IA Personal Shopper

energia C&A

Fortalecimento da marca
e relacionamento



**“Quem encontra
o look, sente”**



**Campanha
Jeans**



energia C&A

~60% da estratégia implementada

2024

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

2025

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

energia C&A

Novo modelo de loja Energia

Resultados:



Materialização
do Energia



Resultados
iniciais **acima das**
expectativas



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





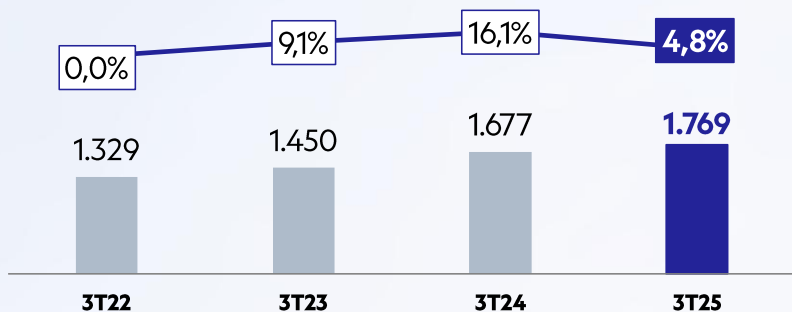
Desempenho
Financeiro

Receita de mercadorias

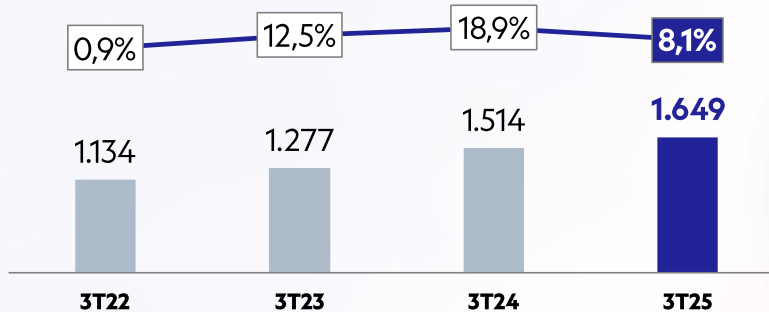
R\$ Milhões e %

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

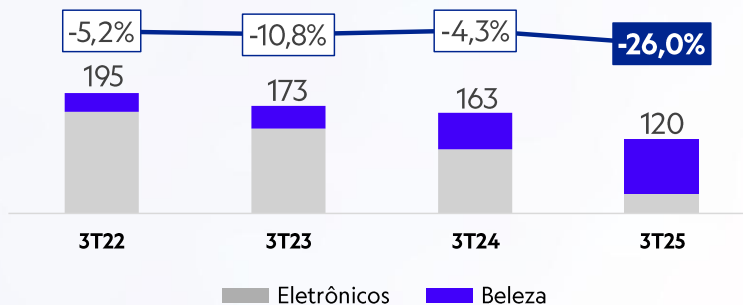
Mercadorias



Vestuário



Eletrônicos & Beleza



+50,9%
na receita líquida
de beleza

Conclusão do
processo de
descontinuação
da telefonia

Receita líquida — Vendas mesmas lojas



Margem bruta mercadorias

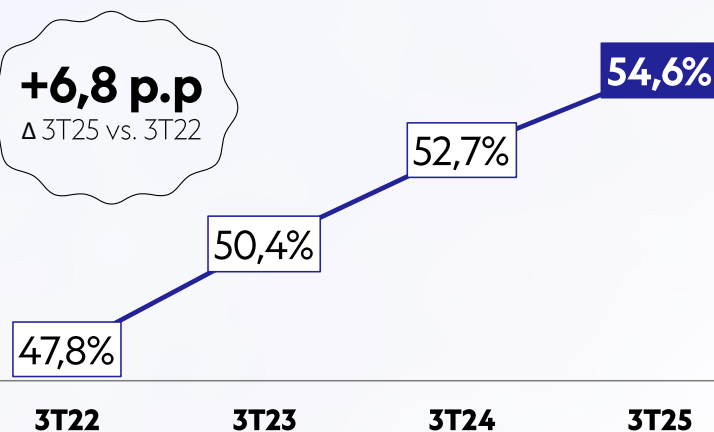
Números em %

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

Mercadorias

+6,8 p.p

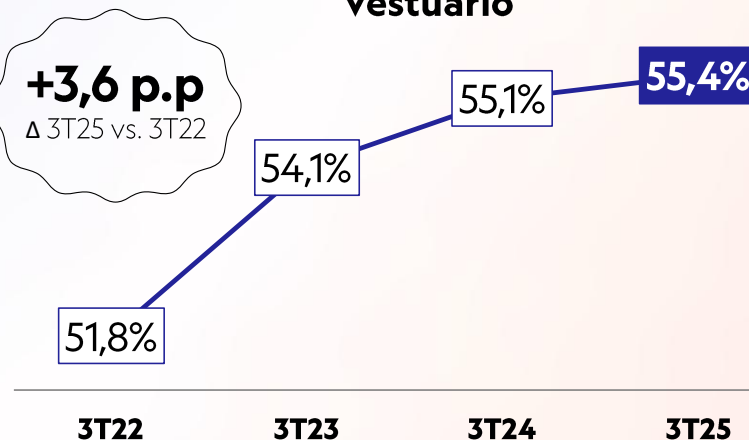
Δ 3T25 vs. 3T22



Vestuário

+3,6 p.p

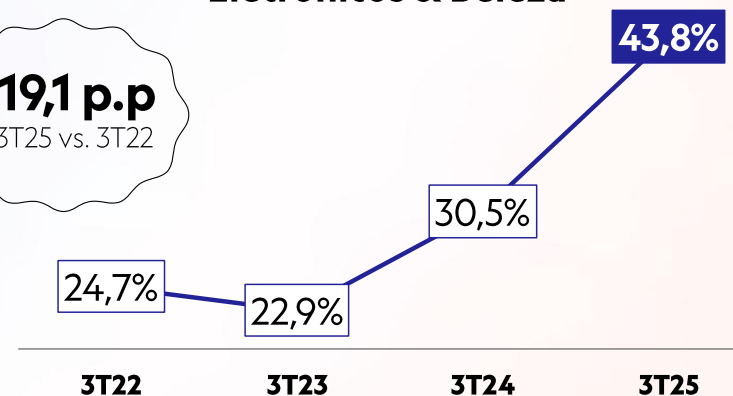
Δ 3T25 vs. 3T22



Eletrônicos & Beleza

+19,1 p.p

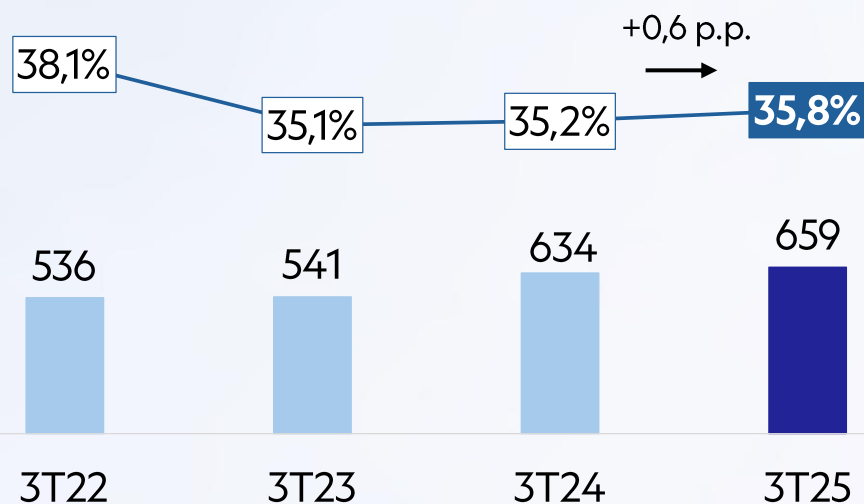
Δ 3T25 vs. 3T22



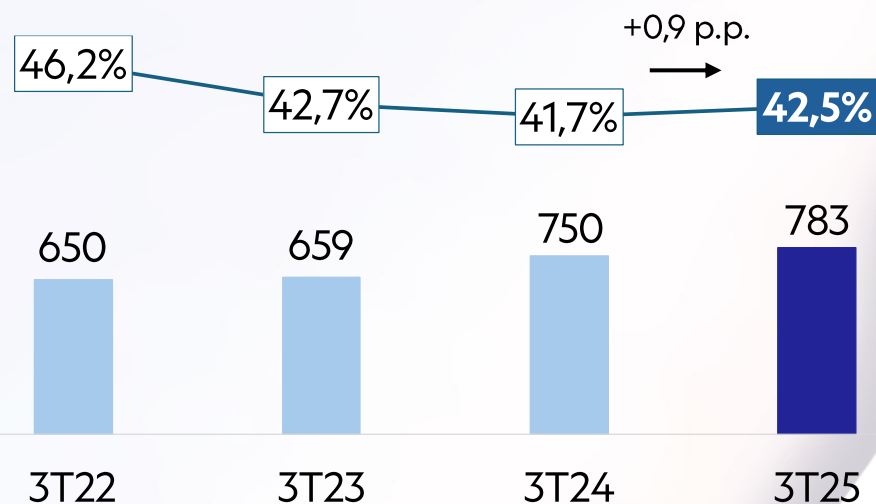
Gestão de **despesas operacionais**¹

R\$ Milhões e %

Despesas Operacionais pós IFRS-16



Despesas Operacionais pré IFRS 16



■ Despesas operacionais — Despesas operacionais / Receita líquida

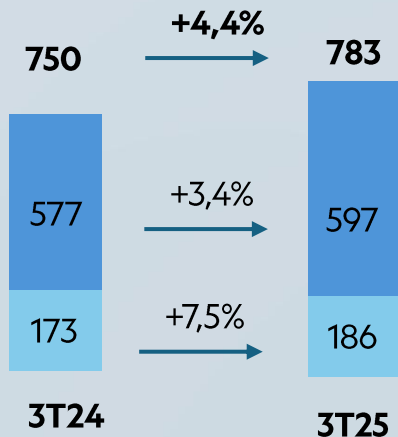
(1) As despesas consideram o impacto do pagamento do arrendamento mercantil, conforme norma contábil IFRS16, mas desconsidera as despesas de Depreciação e Amortização e a Depreciação de Direito de Uso (Arrendamento), além das despesas com perdas em crédito, líquidas e outras (despesas) receitas operacionais.



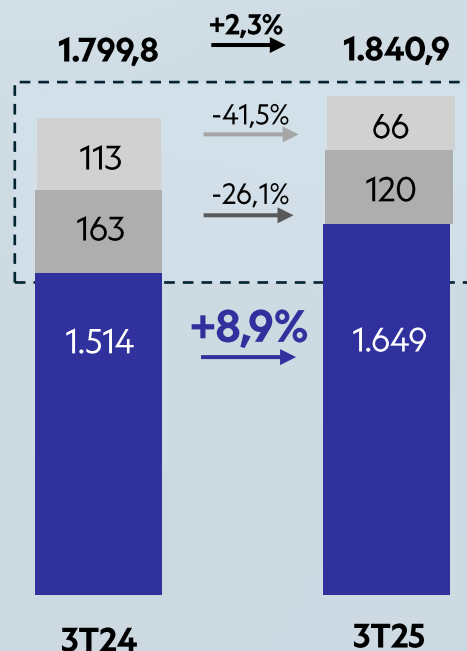
Gestão de **despesas operacionais**¹

R\$ Milhões e %

SG&A pré IFRS-16



Receita Líquida



Receita menor de FT e Serviços Financeiros impacta diluição:

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

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

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



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

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



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

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



28,8%

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

16,4%

no **NPL 90**, -3,3 p.p. vs 3T24

3,2%

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

-20,2%

No **SG&A** Vs. 3T24

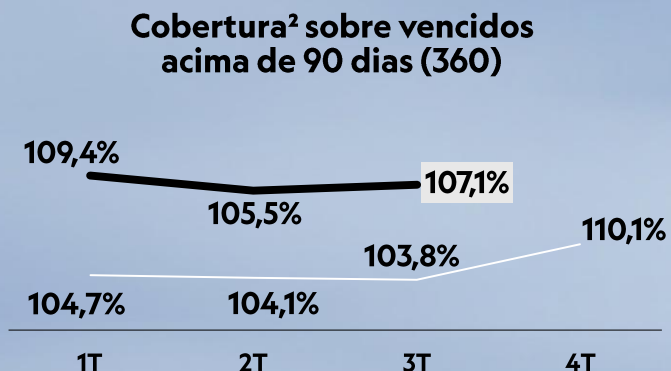
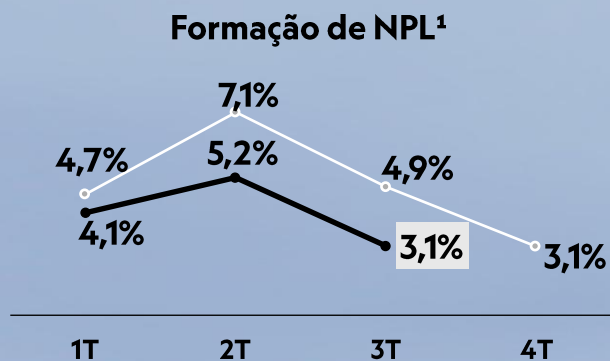
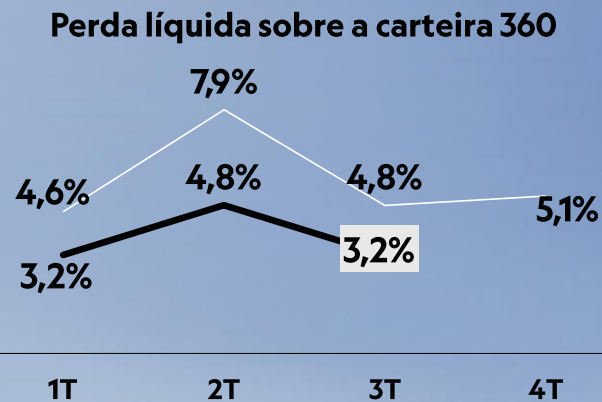
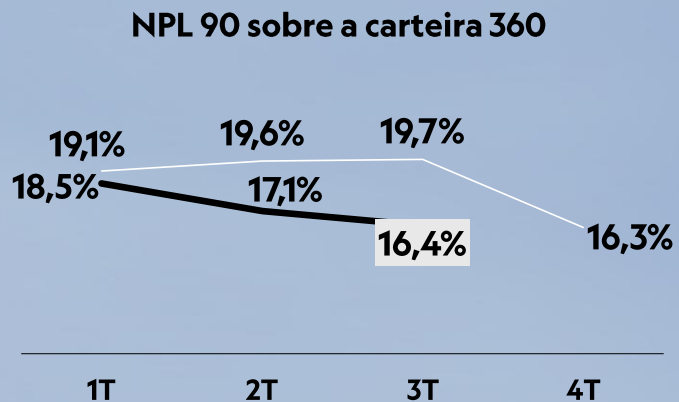
R\$ 855,7 Mi

Carteira até 360 dias no final do 3T25 (-3,5% vs. 3T24)

R\$ 7,9 Mi

De **resultado operacional**, 56,0% menor que no 3T24

Evolução nos indicadores de inadimplência



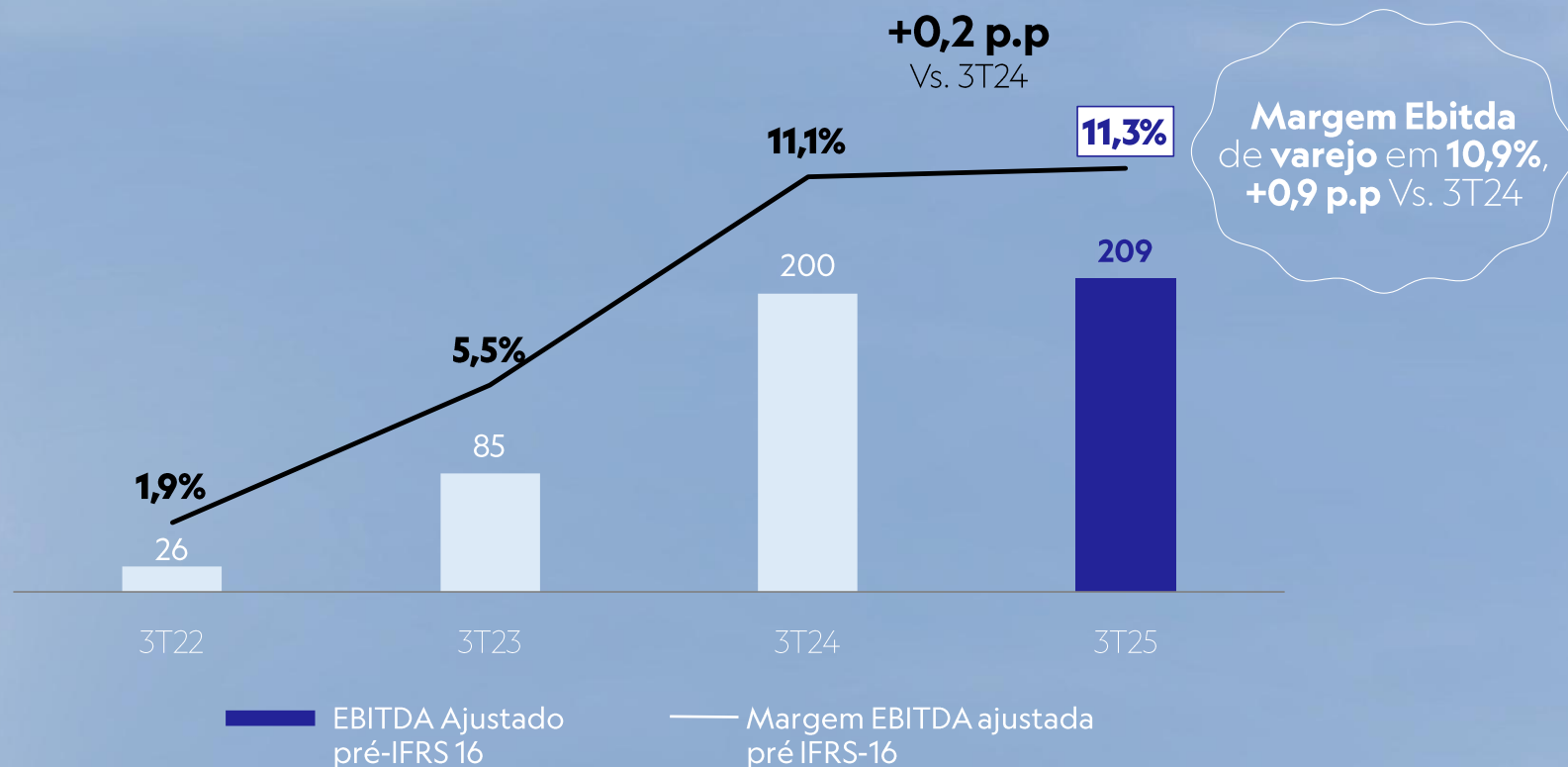
— 2025 — 2024

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



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

R\$ Milhões e %

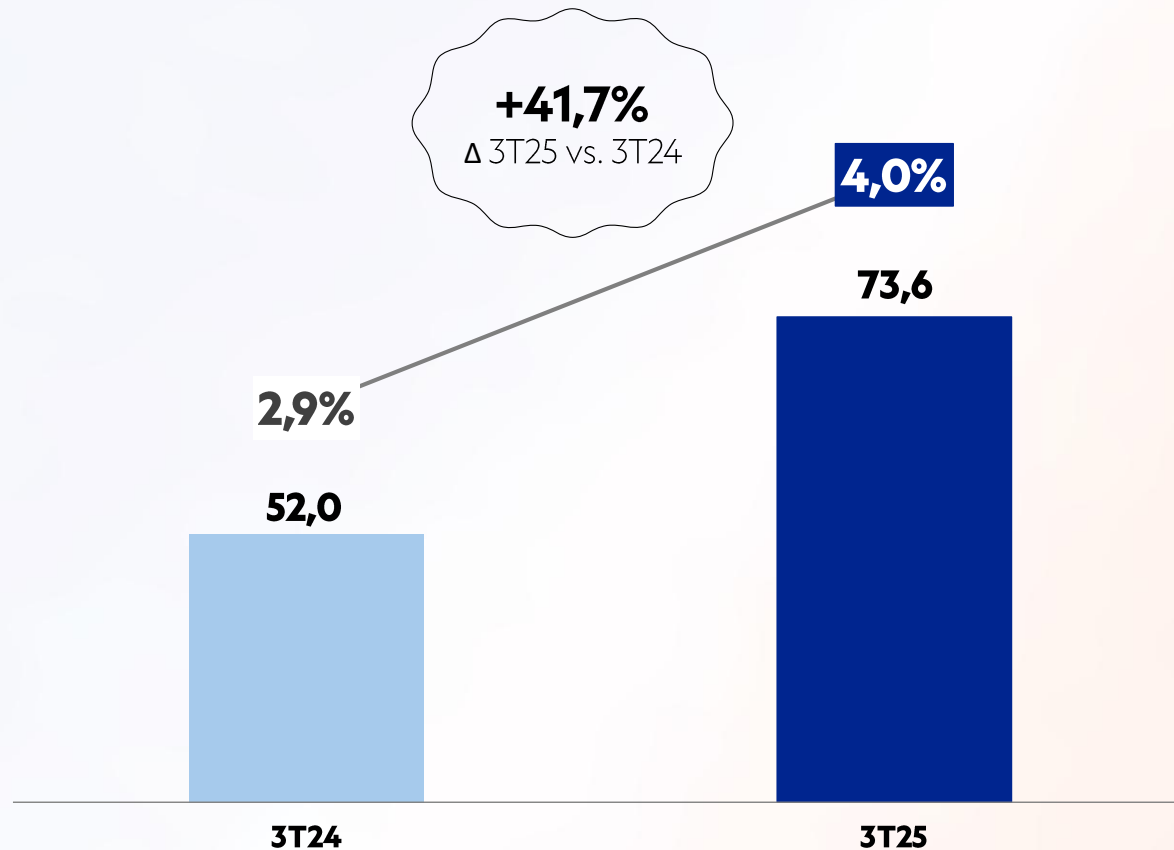


(1) EBITDA pré IFRS-16 ajustado por: (i) outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) receita financeira de fornecedores; (iii) recuperação de créditos fiscais e (iv) Programa de incentivo de longo prazo.

Lucro líquido ajustado¹

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

R\$ Milhões e %



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

Investimentos e alocação de capital

Com foco no Energia C&A

Disciplina na alocação de capital

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



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

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

Início **Estratégia Logística**

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

ROIC

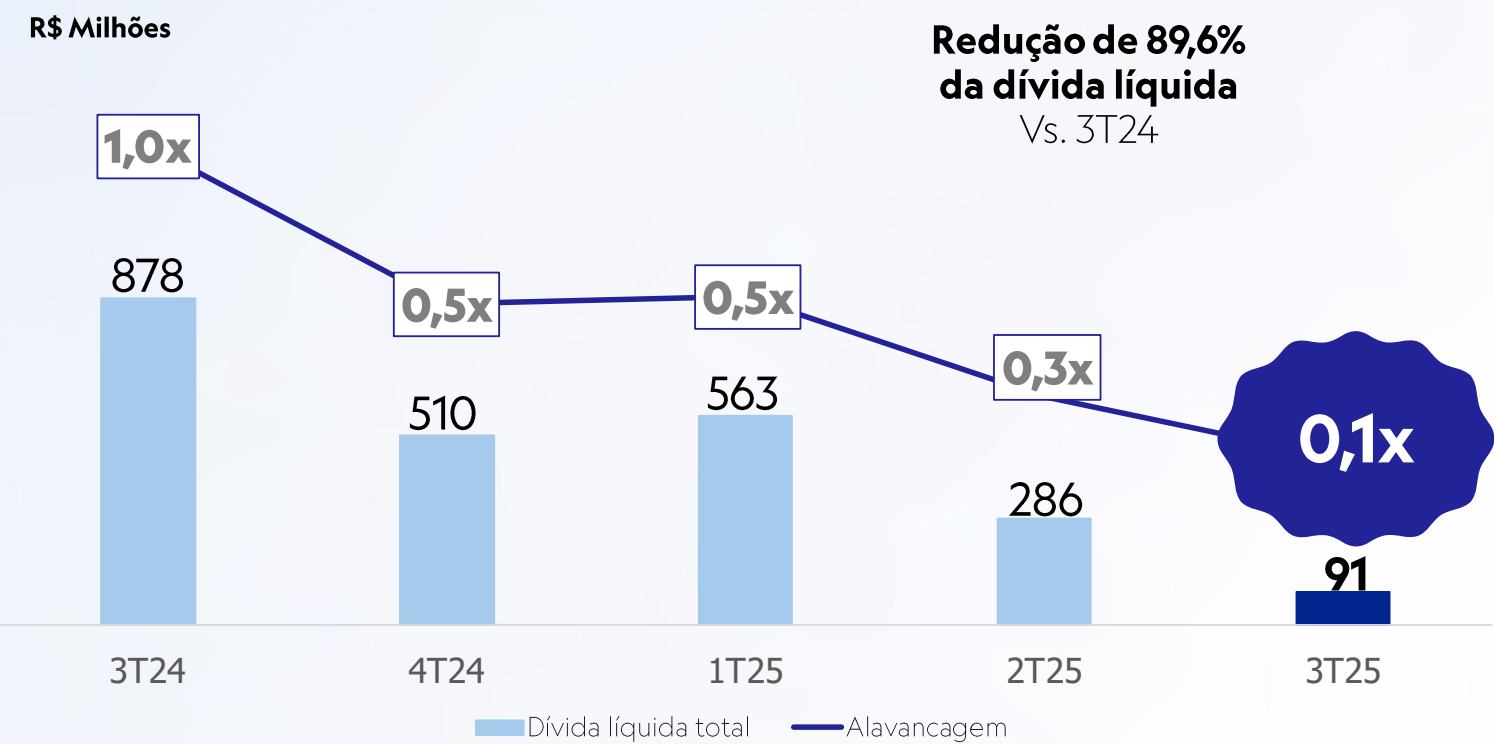
3T25 LTM

21,7%



Liability Management

Aumento da geração de caixa, com redução da alavancagem



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

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

Destques e reconhecimento

2025 Programa
train&e

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

C&A

Great
Place
To
Work®

#1 GPTW
Varejo de moda

Prêmio
VALOR
INOVAÇÃO
Brasil 2025

**Prêmio Valor
Inovação 2025**

COP30
AMAZÔNIA

Presença da
marca na
COP 30

Perguntas & respostas

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

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



Raise Hand



Q&A





Divulgação de resultados

3T25

Contatos:

Laurence Gomes | CFO e DRI

Rogério Ueno

Pedro Abe

João Felipe

Luanna Tomé

ri@cea.com.br

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