DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

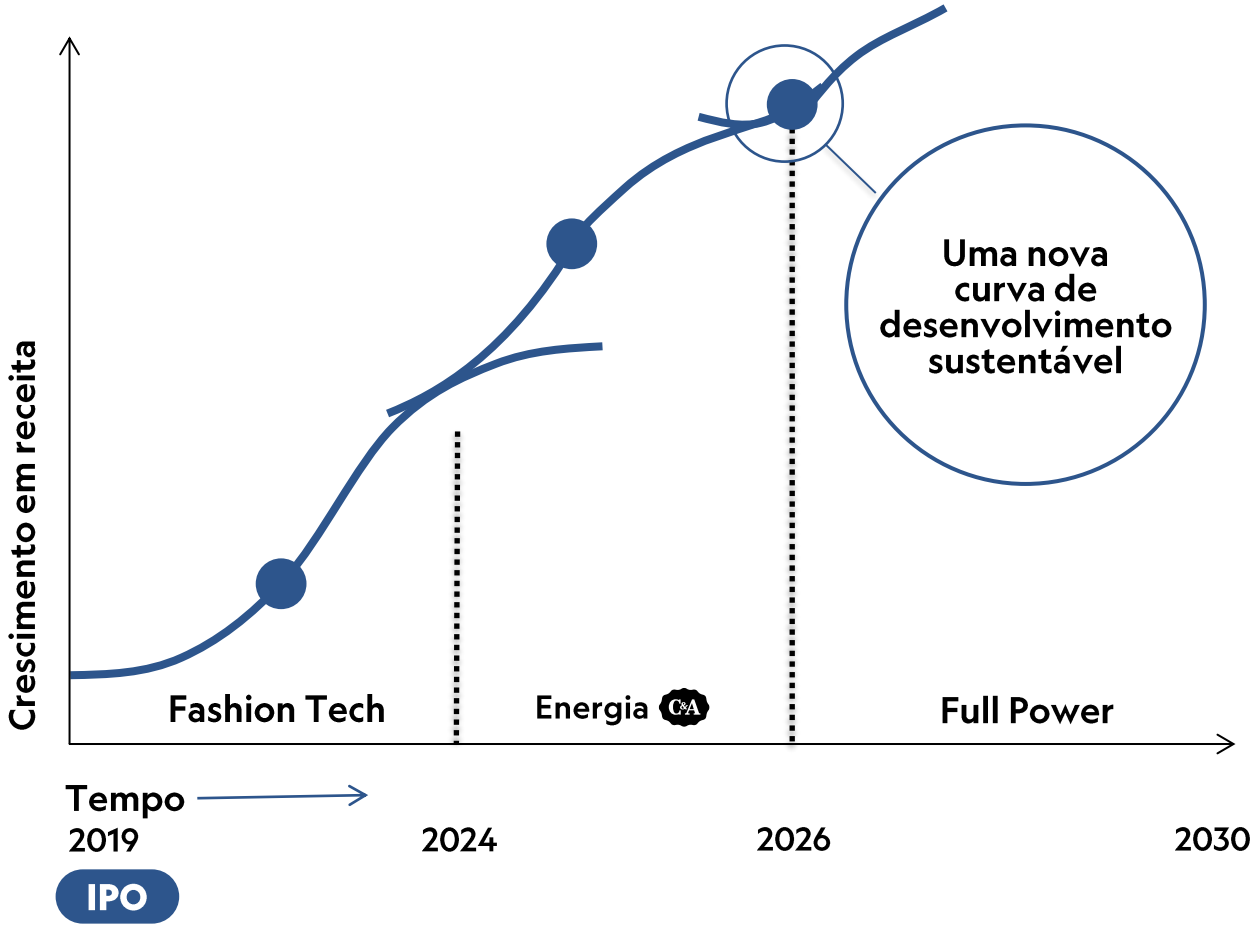
3T26

50 anos de C&A no Brasil



Evolução Constante, o mesmo propósito

Impactar as pessoas para **que sejam o que desejam ser por meio da moda**



FULL POWER

POTENCIALIZAÇÃO DOS VETORES DO ENERGIA E NOVAS ALAVANCAS DE CRESCIMENTO

MARCA

Alavancas de crescimento

01	02	03	04	05
Produto	Jornada Omnicanal	Relacionamento	Expansão de Lojas	Novos Negócios

Viabilizadores

- Tecnologia
- Logística e Abastecimento
- Pessoas e ASG

NOSSAS AMBIÇÕES
PARA O CICLO 2027–2030

MARCA

Alavancas de crescimento

01 Produto
- Velocidade
- Qualidade
- Assertividade

02 Jornada Omnicanal
- Reformas Loja Energia
- Projeto Dispersão
- Vendas omnicanal
- Mais clientes omni

03 Relacionamento
- Hiperpersonalização
- Loyalty
- C&A Pay e teste de outros produtos

04 Expansão de Lojas
- Novas loja no modelo Energia

05 Novos Negócios
- ACE e negócios complementares

Viabilizadores

Tecnologia	Diferencial competitivo	+Produtividade	+Inteligência	+Retorno de capital
Logística e Abastecimento	Regionalização	+Proximidade	+Rapidez	+Eficiência dos investimentos
Pessoas e ASG	Novas competências	Potencializar cultura	Circularidade	

Foco em geração de caixa e **rentabilidade** dos investimentos

Disciplina e controle de despesas

Implementação modular

PERFORMANCE OPERACIONAL

3T26

2,6%
Crescimento na receita líquida de vestuário

56,0%
21º trimestre consecutivo de expansão na margem bruta de vestuário

+27,6%
Receita do site e app alcançando 8,0% de participação

R$191,2MI
EBITDA ajustado pré IFRS-16, uma redução de 8,4%

0,2x
Alavancagem[1] do trimestre, mesmo com pagamento de R$140 milhões em JCP e mais de R$100 mi em recompras de ações no ano

18,0%
ROIC[2] LTM 3T26, patamar acima do custo de capital da Companhia



(1)Medida pela relação da dívida líquida sobre o EBITDA pré IFRS-16
(2) ROIC calculado com base no lucro líquido ajustado dos últimos quatro trimestres.



EXECUÇÃO DA ESTRATÉGIA

PRODUTO



Test & Learn

- +3 mil testes no último ano
- Coleção de verão versátil, pensada para diferentes ocasiões de uso



Precificação dinâmica

- Evolução dos algoritmos
- 21º trimestre consecutivo de expansão na margem bruta de vestuário



Nova jornada do masculino

- Reorganização da jornada por ocasião de uso
- Jornada mais simples, com melhor nível de serviço



Logística

- Início das operações no CD do Nordeste
- Hubs com maior frequência de abastecimento
- Expansão do Push & Pull para 55%

JORNADA OFFLINE

3 Inaugurações no modelo Energia

- Av. Paulista, São Paulo/SP
- Shopping Butantã, São Paulo/SP
- Shopping Iguatemi, São José do Rio Preto/SP

18 Reformas no modelo Energia

- 8 reformas entregues no final do 3T26
- 10 em andamento, previstas para o início do 4T26

Tecnologia

- Expansão do self checkout para quase 50% do parque

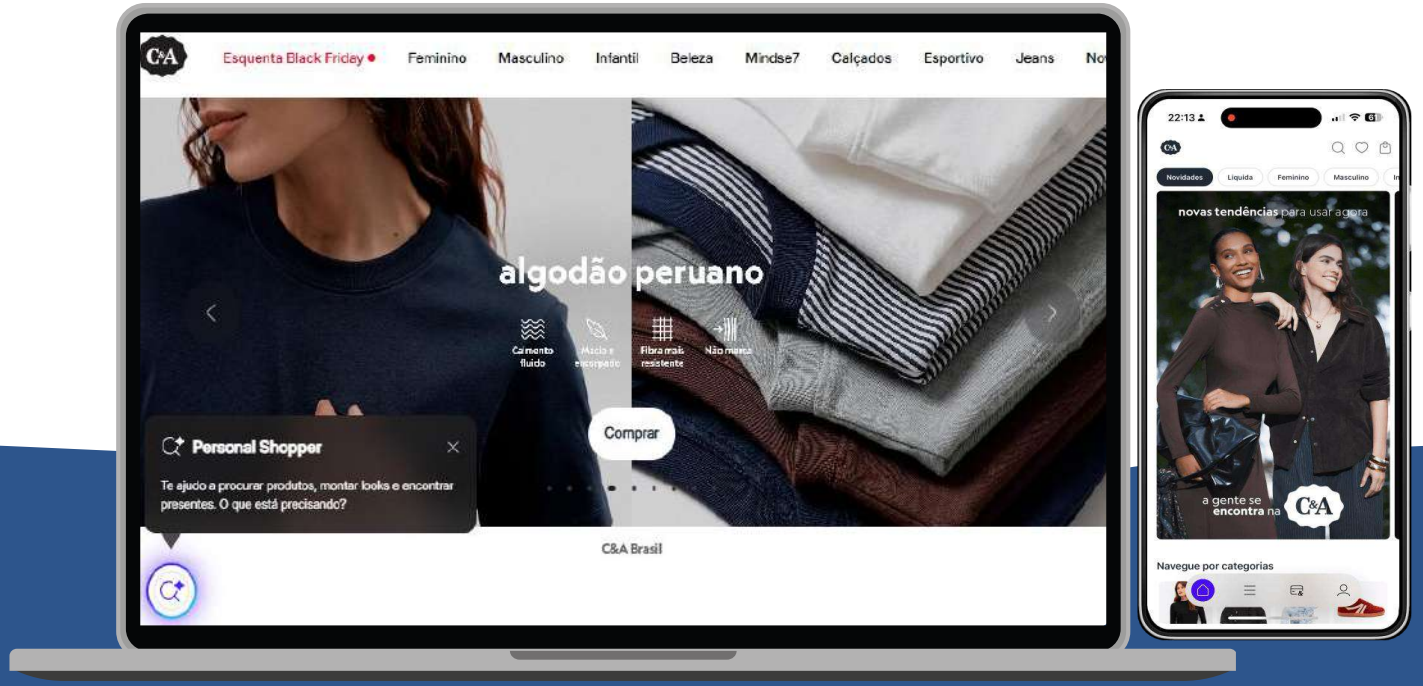






JORNADA ONLINE

O Energia levou o site e app de **4,5% para 8,0%** das vendas e colocou a C&A entre as pioneiras em uso de IA



Experiência de compra
Compra em dois cliques

Social commerce
Crescimento do Minha C&A (~180 mil consultoras) e estreia no TikTok Shop

Novas features
+43% de conversão no site e APP

MARCA E RELACIONAMENTO

Celebração 50 anos

- Semana Jeans
- Desfile com coleção 100% jeans mais sustentável C&A

Coleções especiais

- Collab com Gustavo Silvestre
- 5 cápsulas contando a história da nossa marca

Rock in Rio

- Aproximação da marca com a cliente
- +700mil pessoas



NOVOS NEGÓCIOS | ACE

- Novas lojas no Bourbon (SP) e na Barra (RJ), testando diferentes tamanhos e regiões
- + 3 lojas planejadas para 4T26
- Lançamento do App da marca previsto para o 4T26









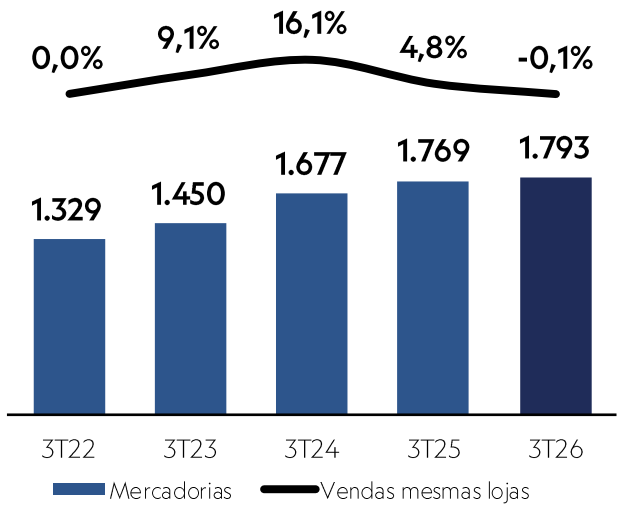
DESEMPENHO **FINANCEIRO**

RECEITA LÍQUIDA **DE MERCADORIAS**

R$ Milhões e %

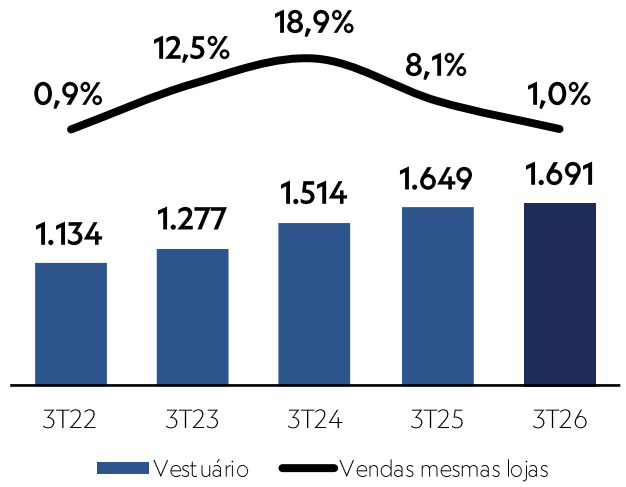
Vestuário cresce **2,6%** no 3T26, com aceleração das coleções contínuas a partir de setembro

Mercadorias



+1,3%
3T26 vs. 3T25

Vestuário

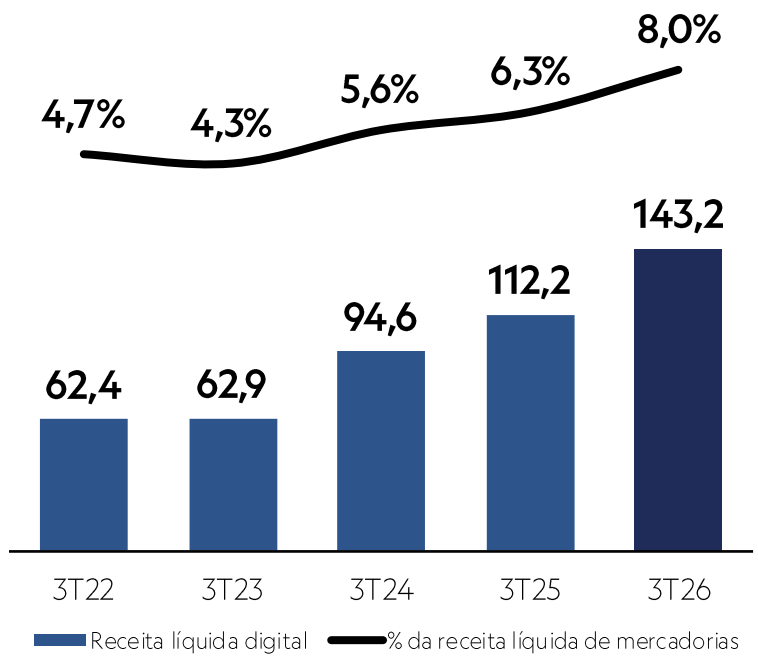


+2,6%
3T26 vs. 3T25

RECEITA LÍQUIDA **SITE & APP**

R$ Milhões e %

Receita do site e app cresce **27,6%** e atinge **8,0%** de participação, **+1,6 p.p.** vs. 3T25



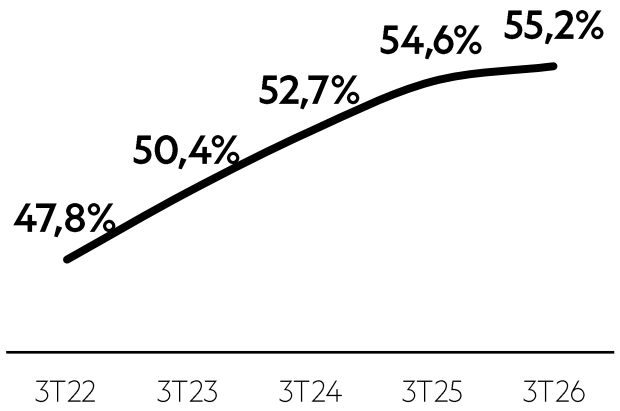


MARGEM BRUTA DE **MERCADORIAS**

Números em %

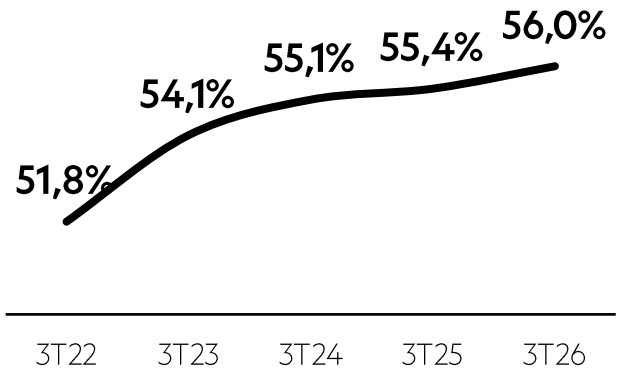
21ª expansão consecutiva da margem bruta de vestuário, que atinge **56,0%**

Mercadorias



+0,6 p.p.
3T26 vs. 3T25

Vestuário

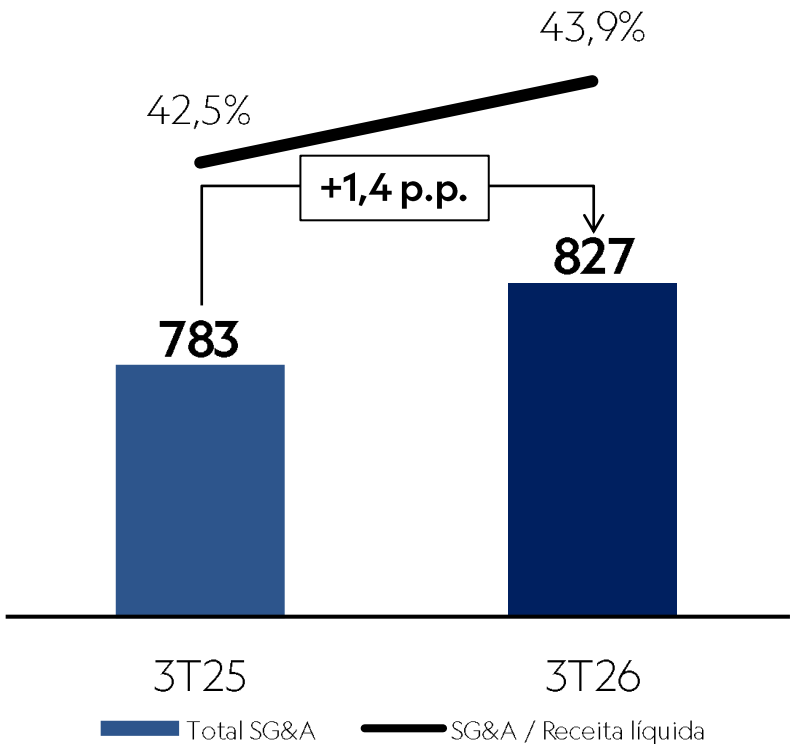


+0,6 p.p.
3T26 vs. 3T25

GESTÃO DE **DESPESAS OPERACIONAIS**[1]

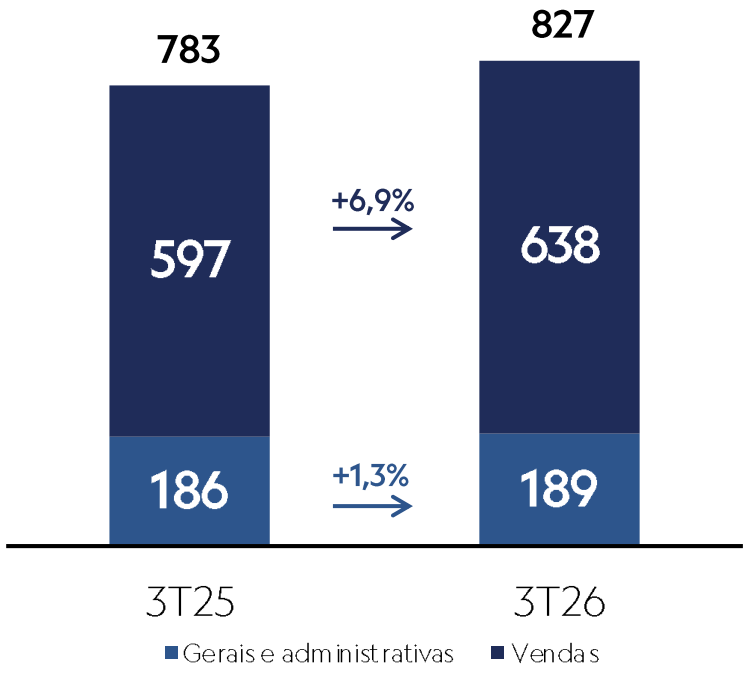
R$ Milhões e %

SG&A / Receita líquida



Despesas operacionais (SG&A)

+5,6%
SG&A | Δ 3T26 vs. 3T25



Excluindo Despesas com Marketing, SG&A cresce 3,2%, **abaixo da inflação**

(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.

C&A **PAY**

Disciplina de crédito sustenta resultado positivo e melhora da inadimplência

27,8%
Na participação do C&A Pay do trimestre, -1,0 p.p. vs. 3T25

R$ 100,8 Mi
De receita, +26,7% vs. 3T25

R$ 941,0 Mi
Carteira até 360 dias no final do 3T26 (+10,0% vs. 3T25)

13,9%
No NPL 90, -2,5 p.p. vs. 3T25

4,3%
Na perda líquida do trimestre[1], +0,6 p.p. vs. 3T25

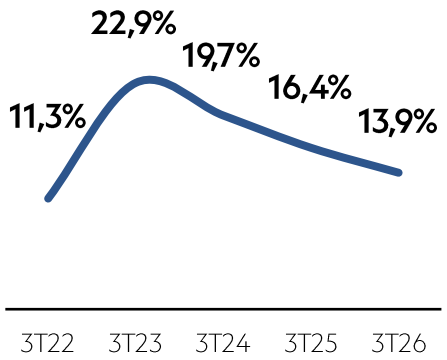
R$ 20,2 Mi
De resultado no trimestre, vs. R$ 7,9 milhões no 3T25



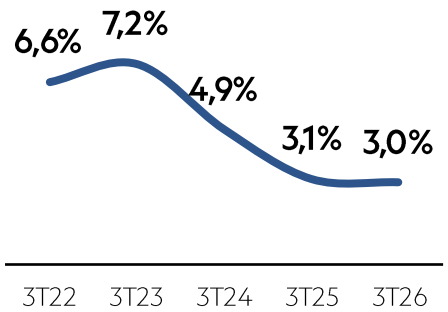
EVOLUÇÃO **NOS INDICADORES DE INADIMPLÊNCIA**

Números em %

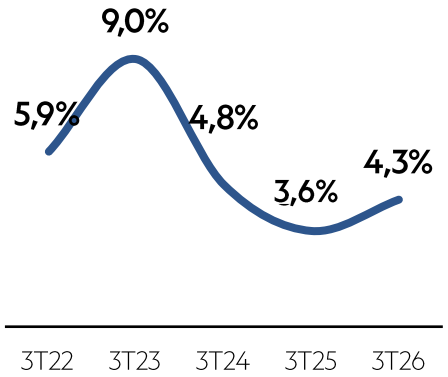
NPL 90 sobre a carteira 360



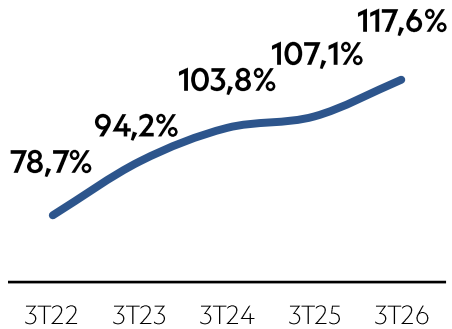
Formação de NPL[1]



Perda líquida sobre a carteira 360



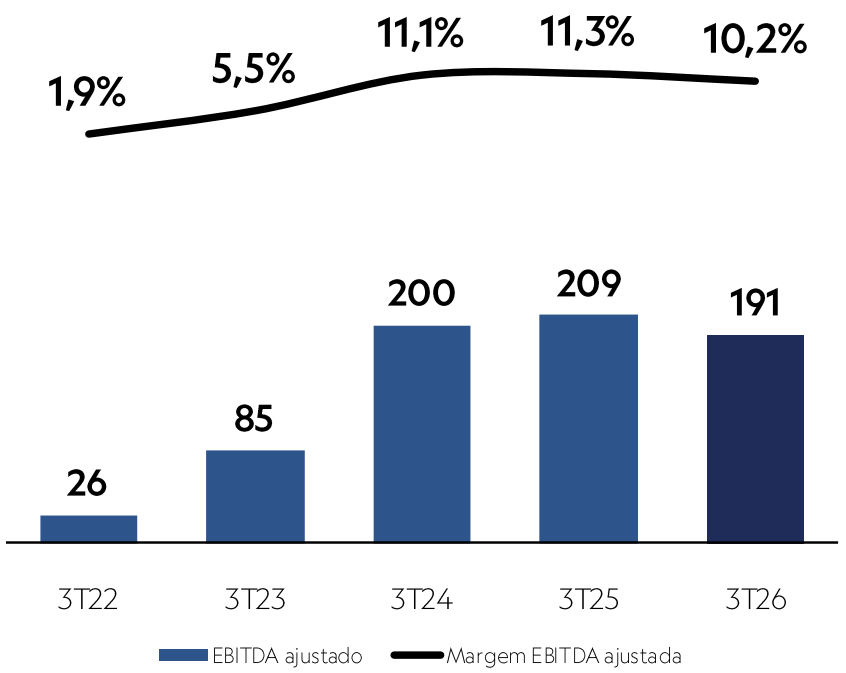
Cobertura[2] sobre vencidos acima de 90 dias (360)



Notas: 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 3) Perda líquida sobre carteira do 3T25 desconsiderando cessão de carteira de R$3,8mi daquele período

EBITDA AJUSTADO[1] DE **R$ 191 MILHÕES** COM MARGEM DE **10,2%**

R$ Milhões e %



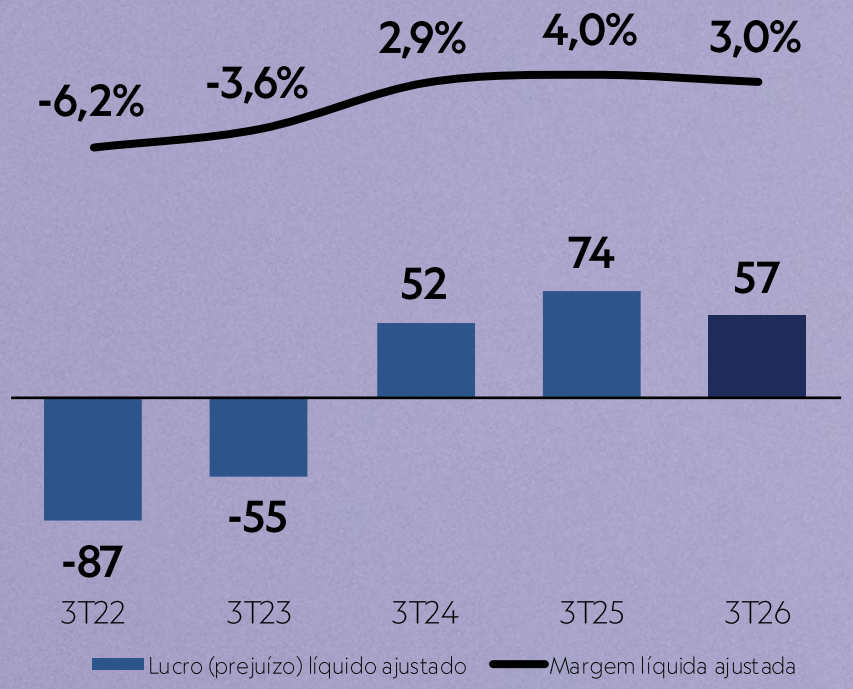
-8,4%
No EBITDA ajustado do 3T26 vs. 3T25



(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 AJUSTADO

R$ Milhões e %



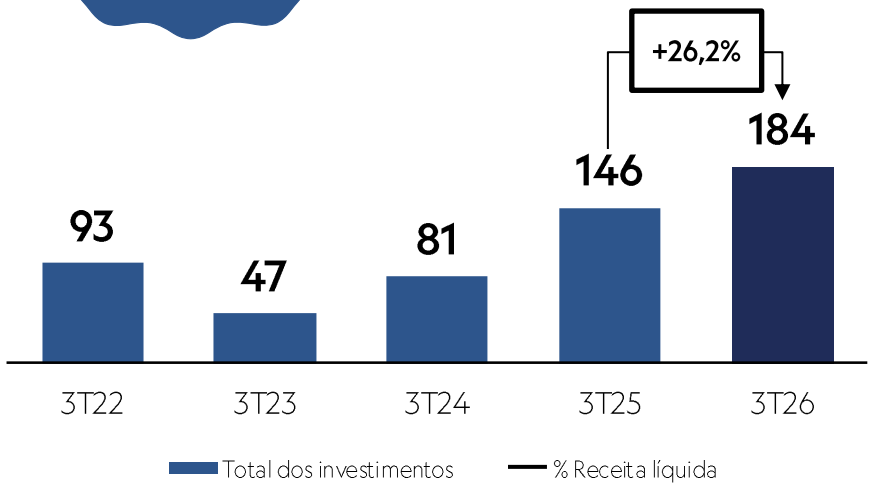
-23,3%
No Lucro Líquido Ajustado do 3T26 vs. 3T25

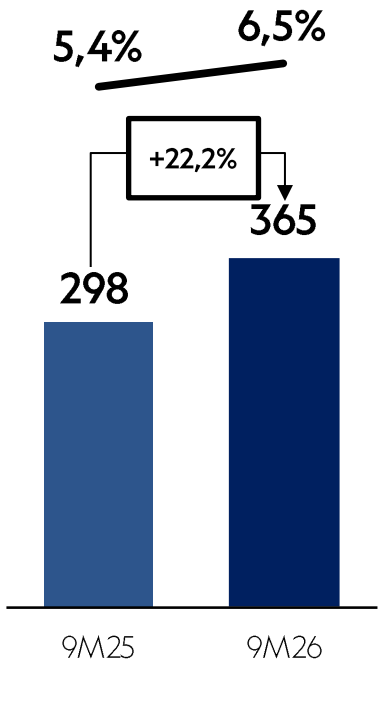


Nota: Lucro líquido pós IFRS-16 ajustado por: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Receitas financeira de fornecedores; (iii) Recuperação de créditos fiscais; e (iv) encargos sociais referentes ao programa de incentivo de longo prazo pago, líquido de impostos

ROIC ACIMA DO CUSTO DE CAPITAL
MESMO COM AVANÇO DA ESTRATÉGIA

ROIC[1] LTM 3T26:
18%





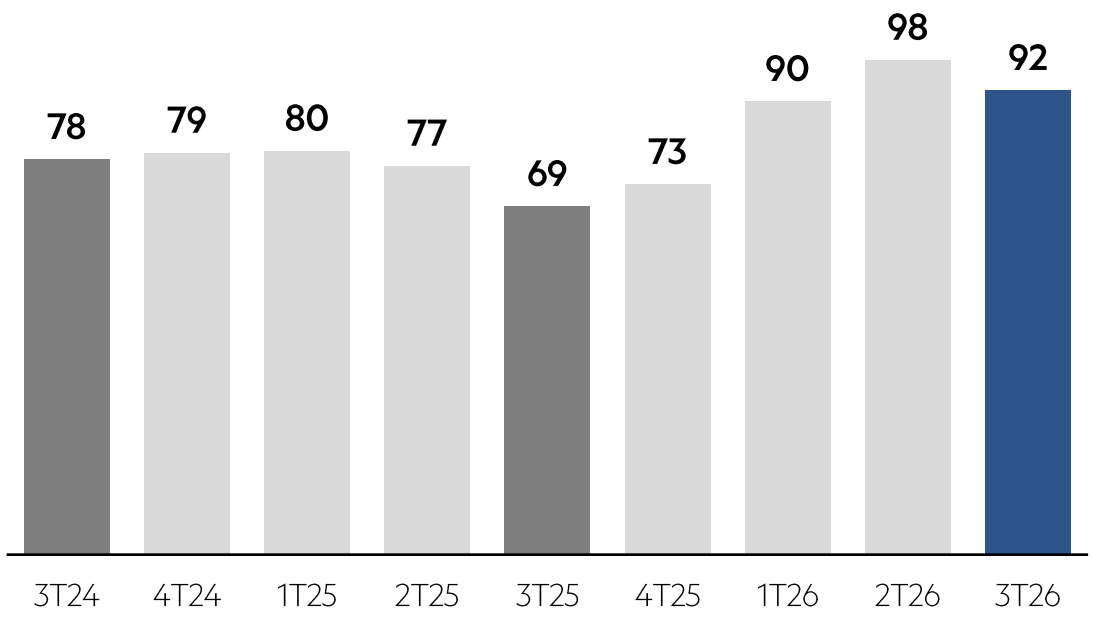


(1) ROIC ajustado dos últimos doze meses

CAPITAL DE **GIRO OPERACIONAL**

No 3T26, iniciamos o processo de ajuste nos estoques e capital de giro

CICLO DE CONVERSÃO DE CAIXA (DIAS)



1 **Estoques (DIO)**
+16 dias

Mix de produto: saída de telefonia

Início do processo de redução gradual dos estoques para níveis normalizados.

Preservação da renovação das coleções e a disponibilidade de produtos para entrada do 4T26

2 **Contas a receber (DSO)**
+3 dias

Maior participação do parcelado com juros no C&A Pay

3 **Contas a pagar (DPO)**
–4 dias

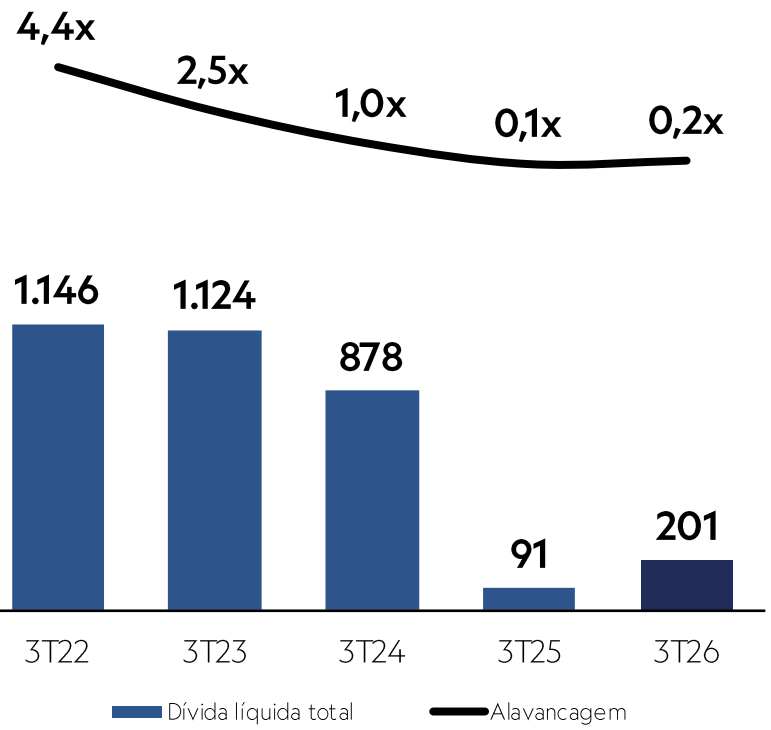
Em função do respectivo ajuste nos estoques

CCC = Estoques (DIO) + Contas a receber (DSO) – Contas a pagar (DPO)

ESTRUTURA **DE CAPITAL**

R$ Milhões e %

Alavancagem de **0,2x** mesmo após recompra de mais de R$100 milhões de ações no ano e pagamento de R$140 milhões de JCP no 3T26





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

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.



DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

3T26

Contatos:

Laurence Gomes (CFO e DRI)
Rogerio Ueno
Pedro Abe

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.

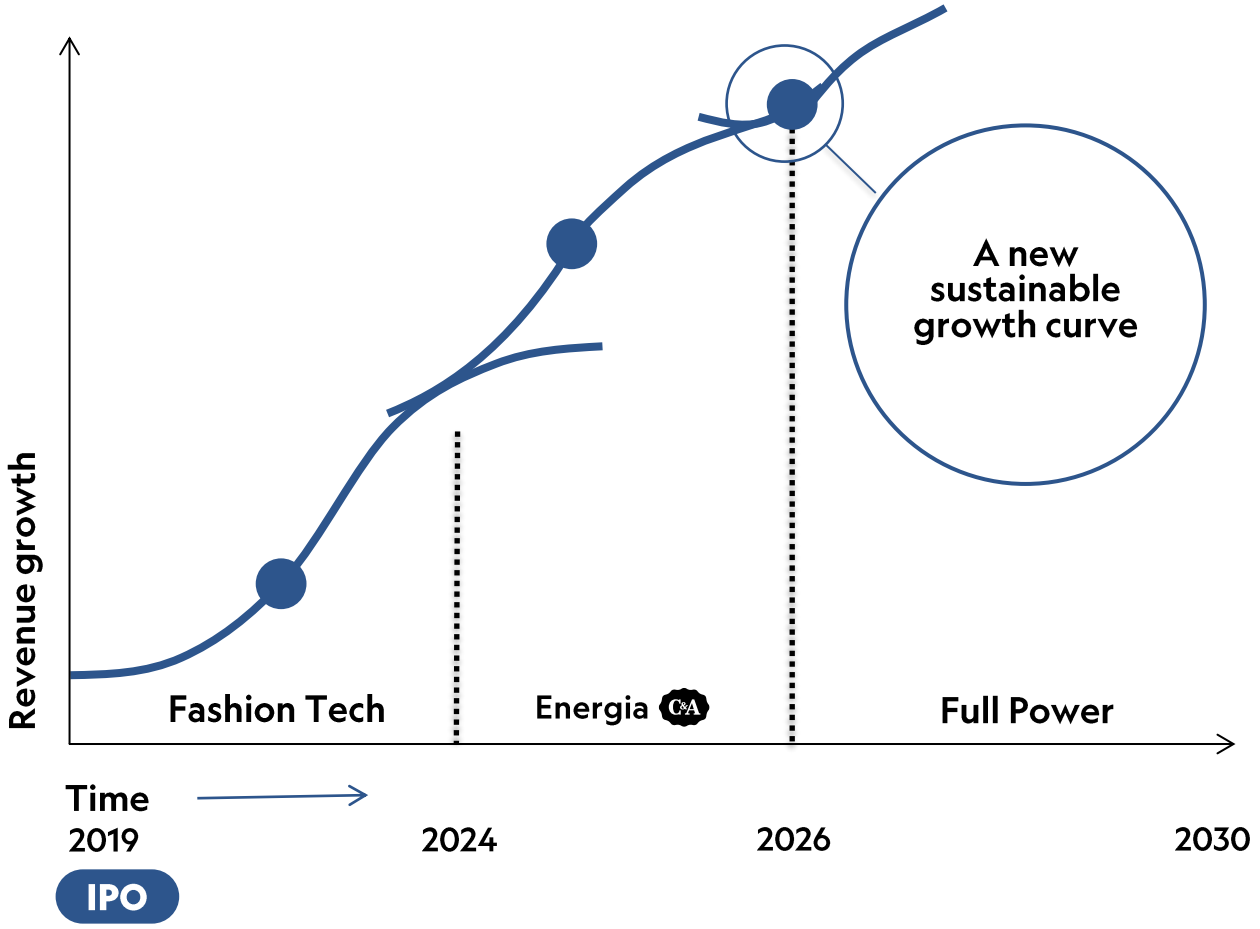
EARNINGS PRESENTATION 3Q26

50th Anniversary in Brazil



Constant Evolution, the same purpose

Impacting people so they can be who they want to be through fashion



FULL POWER

BOOSTING ENERGIA'S DRIVERS AND NEW GROWTH LEVERS

BRAND

Growth levers

01	02	03	04	05
Product	Omnichannel Journey	Relationship	Store Expansion	New Businesses

Enablers

- Technology
- Logistics and Replenishment
- People and ESG

OUR AMBITIONS
FOR THE 2027–2030 CYCLE

BRAND

Growth levers

01 Product
- Speed
- Quality
- Accuracy

02 Omnichannel Journey
- Energia store renovations
- Dispersão project
- Omnichannel sales
- More omni customers

03 Relationship
- Hyper-personalization
- Loyalty
- C&A Pay and testing of other products

04 Store Expansion
- New stores under the Energia format

05 New Businesses
- Ace and complementary businesses

Enablers

Technology	Competitive edge	+Productivity	+Intelligence	+Return on capital
Logistics and Replenishment	Regionalization	+Proximity	+Agility	+Investment efficiency
People and ESG	New capabilities	Strengthen culture	Circularity	

Focus on cash generation and return on investments | Expense discipline and control | **Modular implementation**

OPERATING PERFORMANCE
3Q26

2.6%
Growth in apparel net revenue

56.0%
21st consecutive quarter of apparel gross margin expansion

+27.6%
Site & app revenue, reaching an 8.0% share

R$191.2MI
Pre-IFRS 16 adjusted EBITDA, a decrease of 8.4%

0.2x
Leverage[1] in the quarter, even after paying R$ 140 million in interest on equity and more than R$ 100 million in share buybacks year to date

18.0%
ROIC[2] LTM 3Q26, above the Company's cost of capital



(1) Measured by the ratio of net debt to pre-IFRS 16 EBITDA
(2) ROIC calculated based on adjusted net income for the last four quarters.



STRATEGY EXECUTION

PRODUCT



Test & Learn

- 3,000+ tests over the past year
- Versatile summer collection, designed for different occasions



Dynamic pricing

- Algorithm evolution
- 21st consecutive quarter of apparel gross margin expansion



New menswear journey

- Journey reorganized by occasion of use
- Simpler journey, with a better service level



Logistics

- Start of operations at the Northeast DC
- Hubs with higher replenishment frequency
- Push & Pull expanded to 55%

OFFLINE JOURNEY

3 openings under the Energia format

- Av. Paulista, São Paulo/SP
- Shopping Butantã, São Paulo/SP
- Shopping Iguatemi, São José do Rio Preto/SP

18 renovations under the Energia format

- 8 renovations delivered by the end of 3Q26
- 10 underway, scheduled for early 4Q26

Technology

- Self-checkout expanded to nearly 50% of the store network

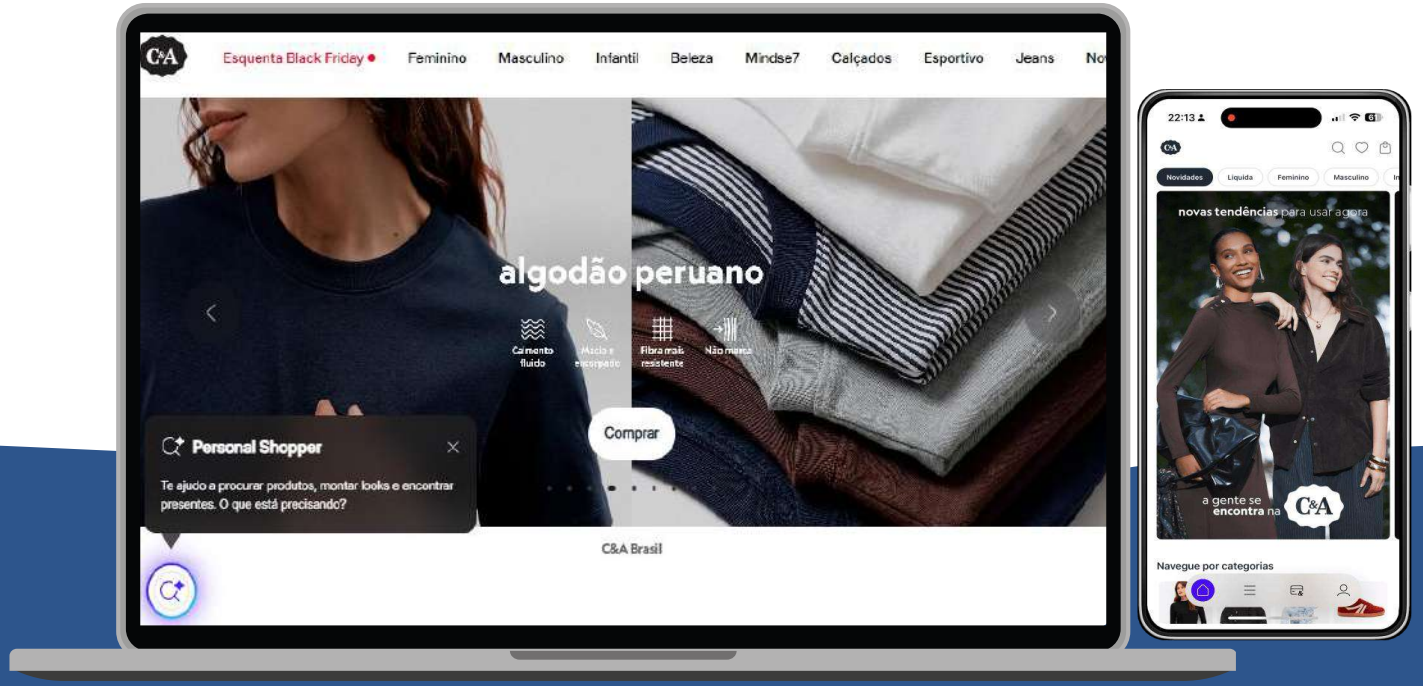






ONLINE JOURNEY

Energia took site & app from 4.5% to 8.0% of sales and placed C&A among the pioneers in the use of AI



Shopping experience
Two-click checkout

Social commerce
+89% with Minha C&A (~180,000 consultants) and TikTok Shop debut

New features
+43% conversion on site & app

BRAND & RELATIONSHIP

50-year celebration

- Jeans Week
- More sustainable 100% denim runway show

Special collections

- Collab with Gustavo Silvestre
- 5 capsules telling the story of our brand

Rock in Rio

- Bringing the brand closer to customers
- +700,000 people



NEW BUSINESSES | ACE

- New stores at Bourbon (SP) and Barra (RJ), testing different sizes and regions
- +3 stores planned for 4Q26
- Brand app launch scheduled for 4Q26









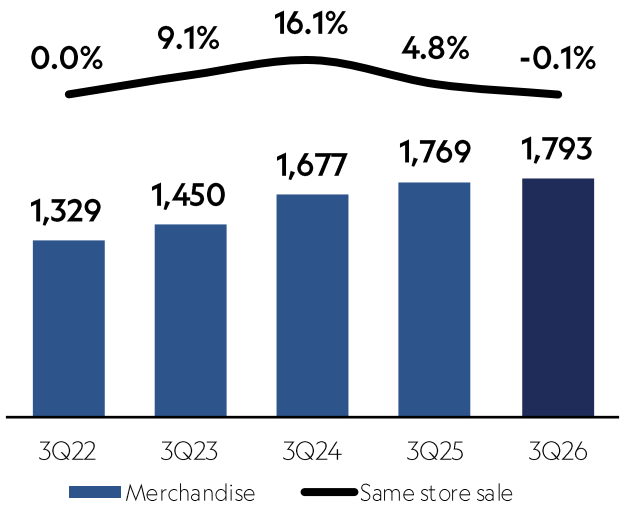
FINANCIAL **PERFORMANCE**

MERCHANDISE **NET REVENUE**

R$ millions and %

Apparel grows **2.6%** in 3Q26, with continuity collections accelerating from September onward

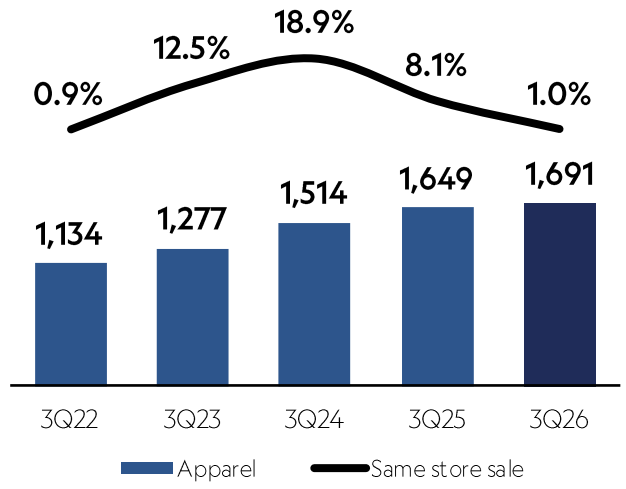
Merchandise



+1.3%

3Q26 vs. 3Q25

Apparel



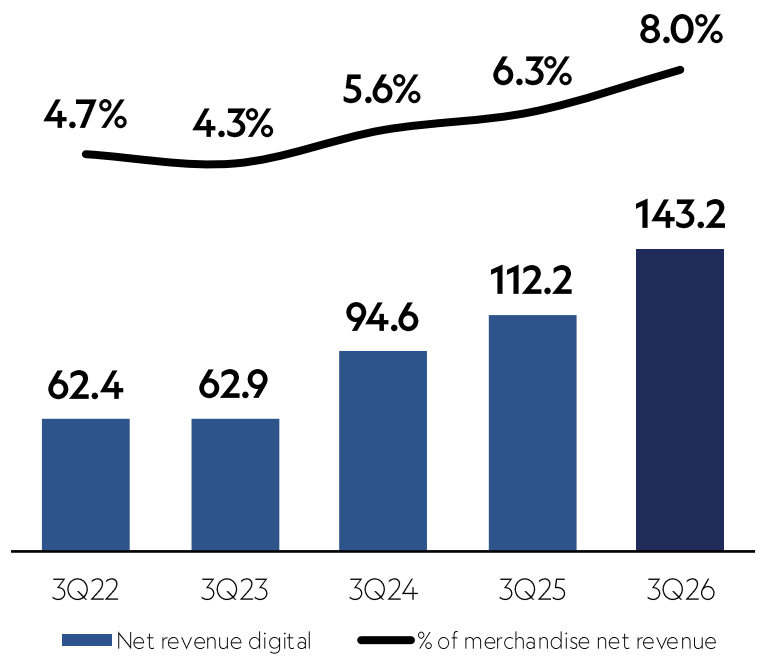
+2.6%

3Q26 vs. 3Q25

SITE & APP **NET REVENUE**

R$ millions and %

Site & app revenue grows 27.6% and reaches an 8.0% share, **+1.6 p.p.** vs. 3Q25



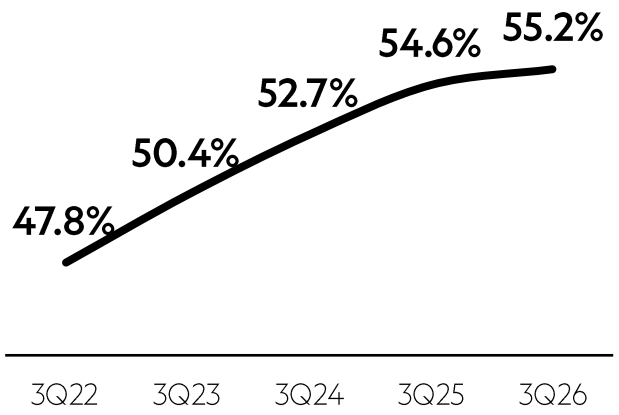


MERCHANDISE **GROSS MARGIN**

Figures in %

21st consecutive expansion in apparel gross margin, reaching 56.0%

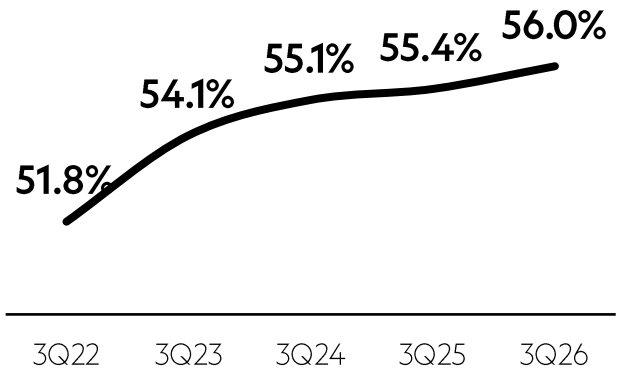
Merchandise



+0.6 p.p.

3Q26 vs. 3Q25

Apparel

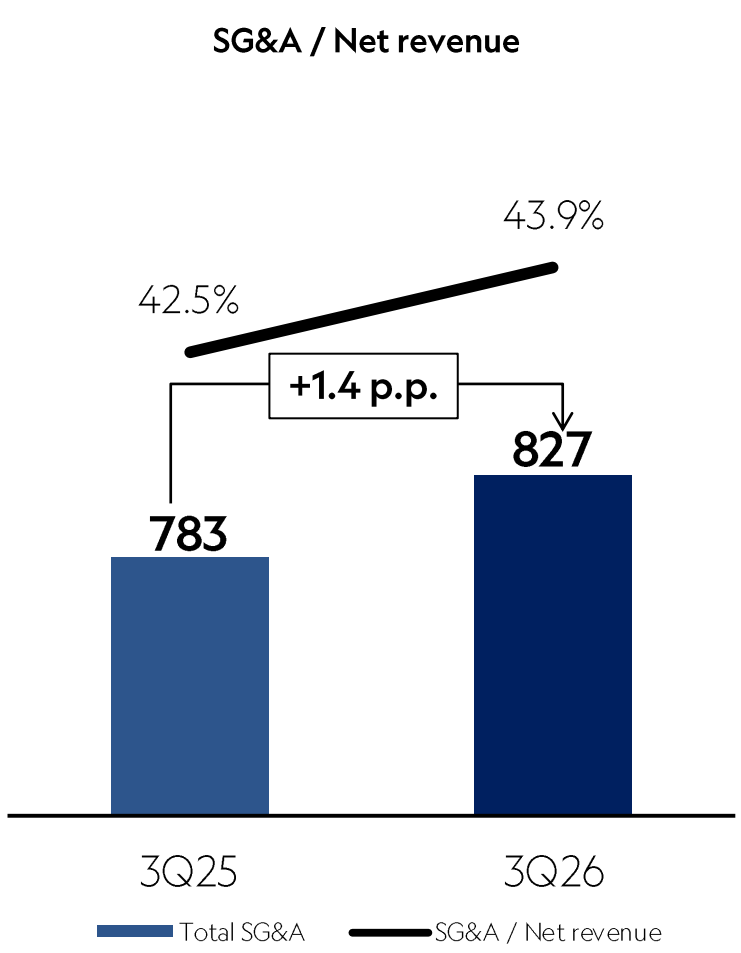


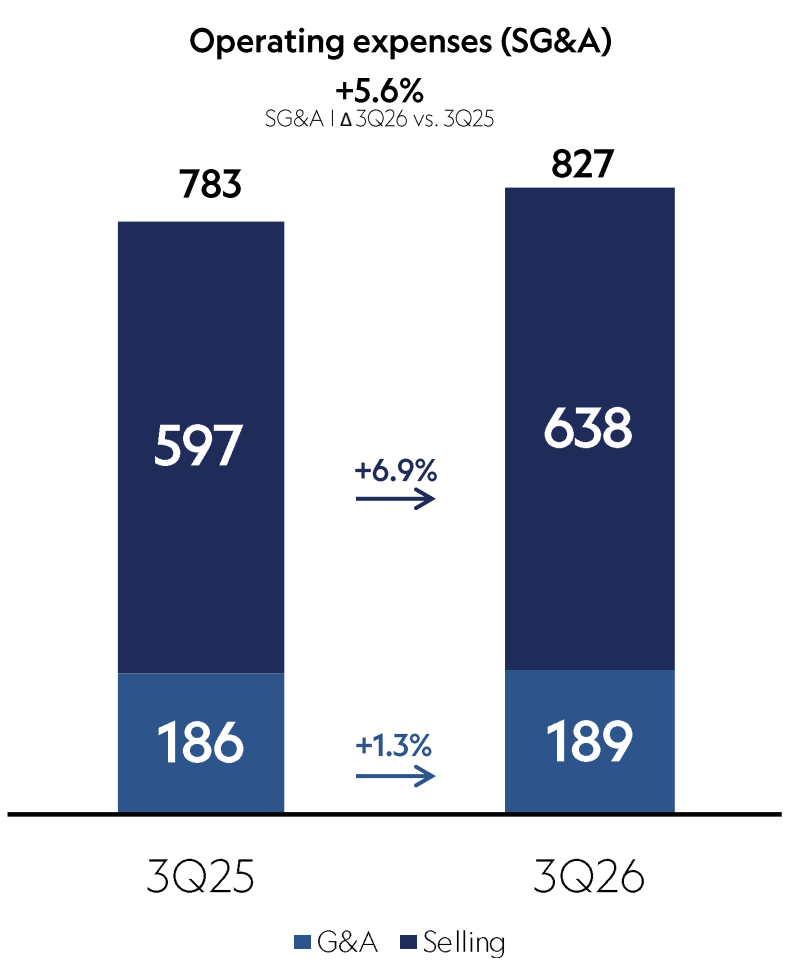
+0.6 p.p.

3Q26 vs. 3Q25

OPERATING **EXPENSE MANAGEMENT**[1]

R$ millions and %





Excluding marketing expenses, SG&A grows 3.2%, below inflation

(1) Expenses consider the impact of lease payments, in accordance with the IFRS 16 accounting standard, but exclude depreciation and amortization expenses and right-of-use (lease) depreciation, as well as net credit losses and other operating (expenses) income.

C&A **PAY**

Credit discipline supports positive results and improved delinquency

27.8%
C&A Pay share in the quarter, -1.0 p.p. vs. 3Q25

R$ 100.8 Mi
Revenue, +26.7% vs. 3Q25

R$ 941.0 Mi
Portfolio up to 360 days at the end of 3Q26 (+10.0% vs. 3Q25)

13.9%
NPL 90, -2.5 p.p. vs. 3Q25

4.3%
Net loss in the quarter[1], +0.6 p.p. vs. 3Q25

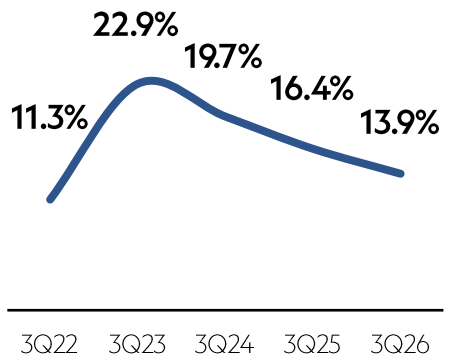
R$ 20.2 Mi
Result in the quarter, vs. R$ 7.9 million in 3Q25



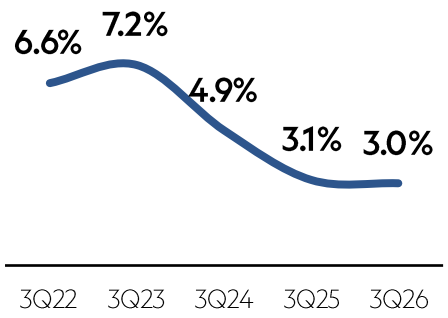
EVOLUTION **OF DELINQUENCY INDICATORS**

Figures in %

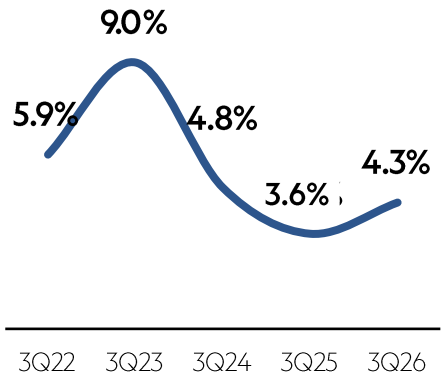
NPL 90 over the 360 portfolio



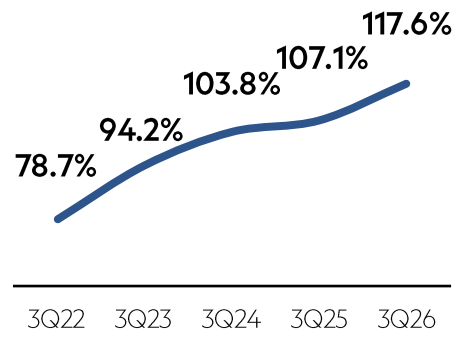
NPL formation[1]



Net loss over the 360 portfolio



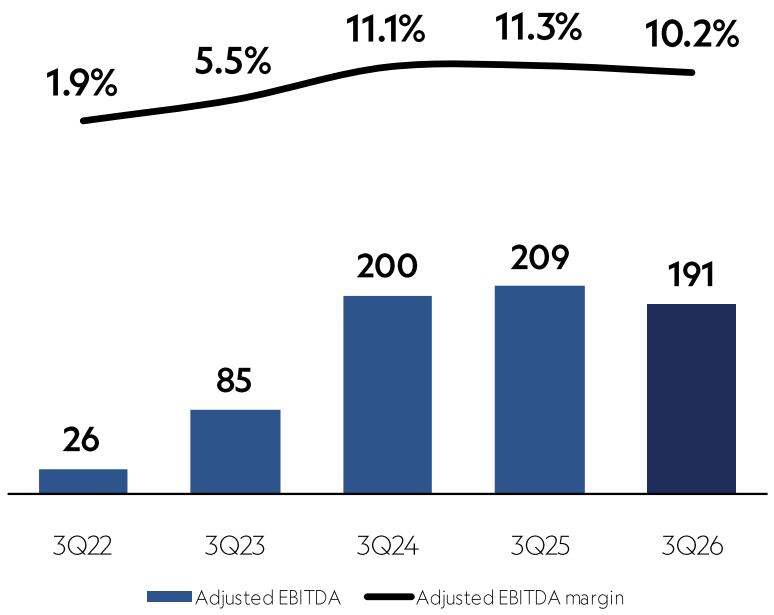
Coverage[2] of balances overdue over 90 days (360)



Notes: (1) NPL formation considers the change in balances overdue between 90 and 360 days; (2) Coverage calculated as the ratio between total estimated losses and the stage 3 overdue portfolio (IFRS 9), over 90 days; (3) 3Q25 net loss over portfolio excluding the R$ 3.8 million portfolio assignment in that period.

ADJUSTED EBITDA[1] OF **R$ 191 MILLION** WITH A MARGIN OF **10.2%**

R$ millions and %



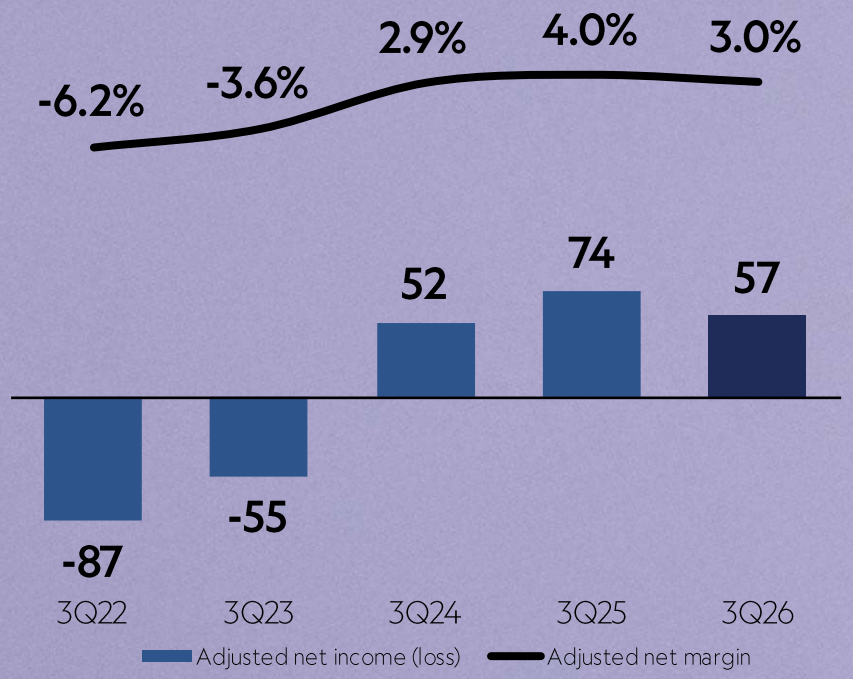
-8.4%
In adjusted EBITDA
3Q26 vs. 3Q25



(1) Pre-IFRS 16 EBITDA adjusted for: (i) other net operating income (expenses); (ii) financial income from suppliers; (iii) recovery of tax credits; and (iv) long-term incentive program.

ADJUSTED NET INCOME

R$ millions and %



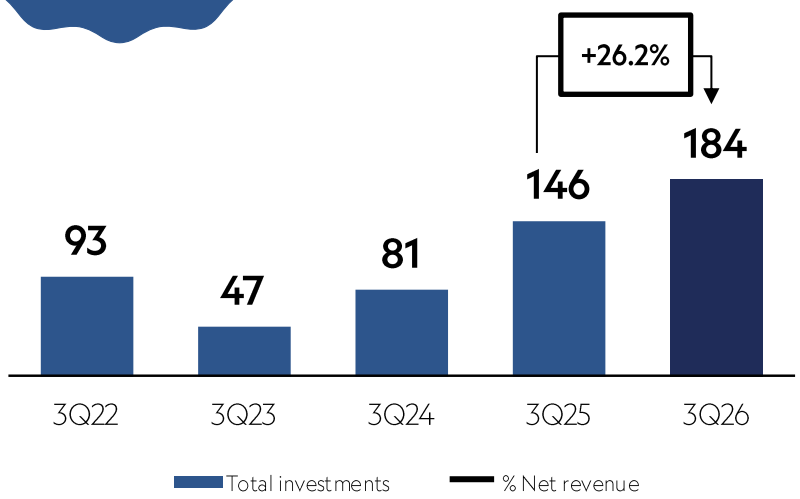
-23.3%
In adjusted net income 3Q26 vs. 3Q25

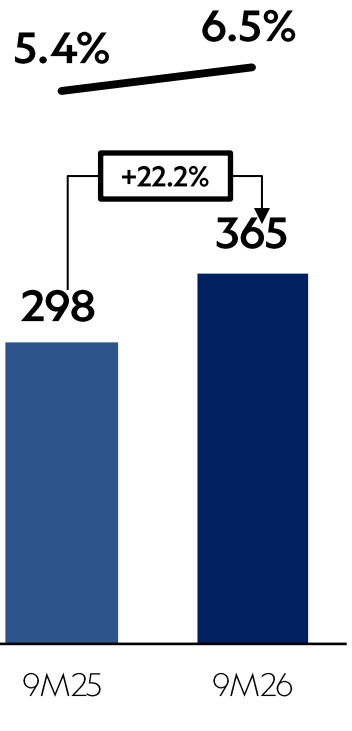


Note: Post-IFRS 16 net income adjusted for: (i) other net operating income (expenses); (ii) financial income from suppliers; (iii) recovery of tax credits; and (iv) social charges related to the long-term incentive program paid, net of taxes.

ROIC ABOVE THE COST OF CAPITAL
EVEN AS THE STRATEGY ADVANCES

ROIC[1] LTM 3Q26: 18%





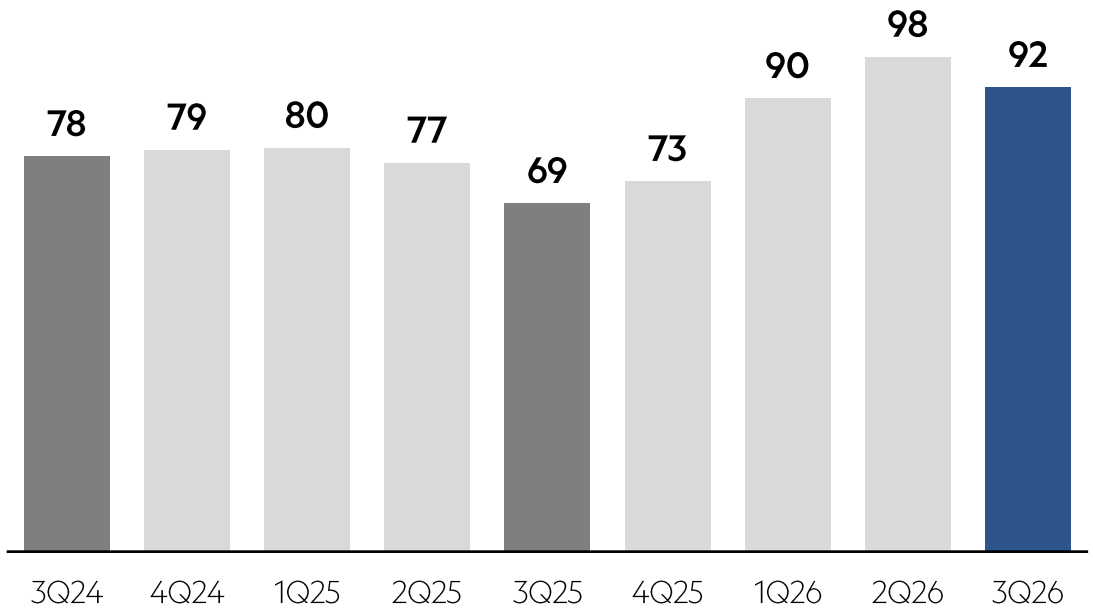


(1) Adjusted ROIC for the last twelve months

OPERATING **WORKING CAPITAL**

In 3Q26, we began adjusting inventories and working capital

CASH CONVERSION CYCLE (DAYS)



1 **Inventories (DIO)**
+16 days

Product mix: telephony phase-out

Start of the gradual reduction of inventories toward normalized levels.

Preservation of collection renewal and product availability for the start of 4Q26

2 **Receivables (DSO)**
+3 days

Higher share of installment sales with interest at C&A Pay

3 **Payables (DPO)**
–4 days

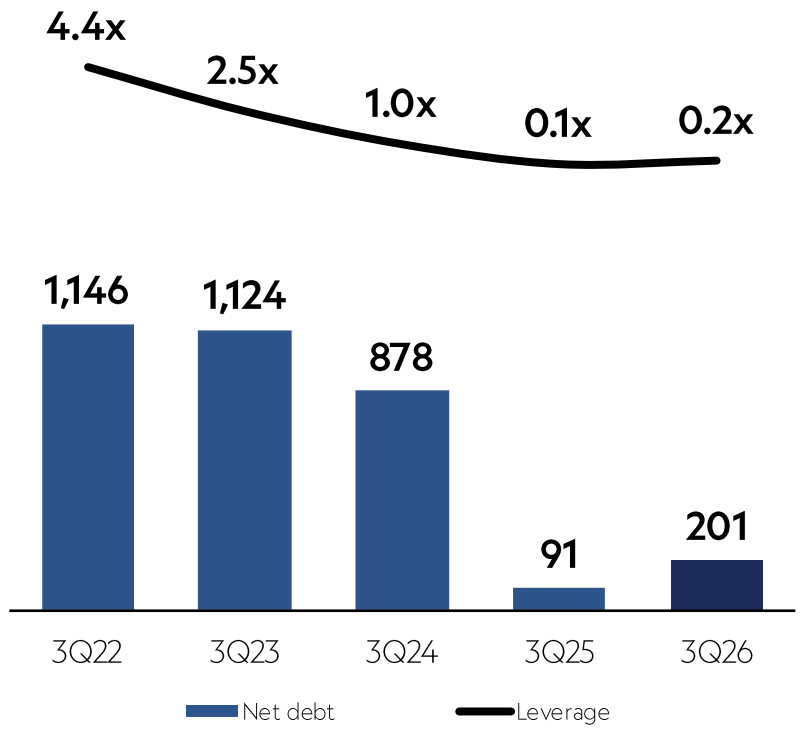
Reflecting the corresponding inventory adjustment

CCC = Inventories (DIO) + Accounts receivable (DSO) – Accounts payable (DPO)

CAPITAL **STRUCTURE**

R$ millions and %

Leverage **of 0.2x** even after repurchasing more than R$ 100 million in shares year to date and paying R$ 140 million in interest on equity in 3Q26





Note 1: total net debt, including the payment commitment to Bradescard
Note 2: measured by the ratio of net debt to pre-IFRS 16 adjusted EBITDA

QUESTIONS **& ANSWERS**



To ask live questions via audio, raise your hand to join the queue. When your name is announced, a request to activate your microphone will appear on the screen; please then activate your microphone to ask your questions. We kindly ask that all questions be asked at once.



Alternatively, you may type your question directly in the Q&A icon at the bottom of the screen.



EARNINGS RELEASE 3Q26

Contacts:

Laurence Gomes (CFO and IRO)
Rogerio Ueno
Pedro Abe

ri@cea.com.br

Disclaimer: The statements contained in this document related to business prospects, projections of operating and financial results, and those related to the growth prospects of C&A Modas S.A. are merely projections and, as such, are based exclusively on management's expectations regarding the future of the business. These expectations depend substantially on market conditions, the performance of the Brazilian economy, the industry and international markets and are, therefore, subject to change without prior notice.