

LOJAS RENNER S.A.

RENNER CAMICADO youcom realize ASHUA repassa



Resultados

3T25



Destaques do 3T25

6 de novembro de 2025 - A Lojas Renner S.A. (B3: LREN3) anuncia seus resultados do terceiro trimestre de 2025 (3T25). Todos os valores são expressos em milhões de Reais e as comparações são feitas com o mesmo período do ano anterior, exceto quando indicado de outra forma.

- **Receita de varejo** cresceu **4,2%**, com **SSS** de **3,1%**, e **margem bruta** de **55,1% (+0,4p.p.)**
- **Receita de vestuário** cresceu **4,7%**, com **SSS** de **3,3%**, atingindo **margem bruta** de **56,2% (+0,5p.p.)**
- **Realize CFI** com resultado de **R\$ 79,8 MM**, +36,9%, e **risco da carteira saudável**
- **EBITDA Total Ajustado** atingiu **R\$ 593,8 MM** (+2,9%), com **margem** de **19,3%** (-0,2p.p.)
- Posição de **caixa** de **R\$ 1,6 bi** e **caixa líquido** de **R\$ 1,3 bi**
- Geração de **R\$ 473,1 MM** de **Fluxo de Caixa Livre**
- ~85% do **programa de recompra** executado até o momento (~64 MM de ações e R\$860 MM)
- **Lucro líquido** de **R\$ 279,4 MM (+9,4%)** e **Lucro por Ação** de **R\$ 0,2803**, maior em **15,5%**
- Mais um trimestre de evolução no **ROIC LTM**, que atingiu **14,4% (+1,7 p.p.)**

R\$ milhões	3T25	3T24	Δ	9M25	9M24	Δ
Receita líquida de varejo	3.079,1	2.956,0	4,2%	9.485,7	8.497,2	11,6%
Vendas em mesmas lojas - varejo	3,1%	11,5%	NA	10,5%	6,8%	NA
Receita líquida de vestuário	2.723,3	2.602,0	4,7%	8.439,0	7.484,2	12,8%
Vendas em mesmas lojas - vestuário	3,3%	11,9%	NA	11,4%	6,9%	NA
GMV digital (1P + 3P)	679,8	652,0	4,3%	2.004,1	1.767,9	13,4%
Penetração do GMV Digital	16,7%	16,6%	0,1p.p.	15,9%	15,7%	0,2p.p.
Margem bruta de varejo	55,1%	54,7%	0,4p.p.	55,9%	55,2%	0,7p.p.
Margem bruta de vestuário	56,2%	55,7%	0,5p.p.	57,1%	56,5%	0,6p.p.
Despesas operacionais	(1.208,9)	(1.129,2)	7,1%	(3.673,4)	(3.323,1)	10,5%
% Despesas operacionais/receita líquida de varejo	-39,3%	-38,2%	1,1p.p.	-38,7%	-39,1%	-0,4p.p.
EBITDA ajustado de varejo	514,1	518,5	-0,8%	1.682,2	1.518,7	17,7%
Margem EBITDA de varejo	16,7%	17,5%	-0,8p.p.	17,7%	17,9%	-0,2p.p.
Resultado de serviços financeiros	79,8	58,3	36,9%	388,7	106,5	265,1%
EBITDA Total Ajustado	593,8	576,8	2,9%	2.070,9	1.625,0	27,4%
Margem EBITDA total	19,3%	19,5%	-0,2p.p.	21,8%	19,1%	2,7p.p.
Fluxo de caixa livre	473,1	411,0	15,1%	878,0	884,7	-0,8%
Lucro líquido	279,4	255,3	9,4%	904,9	709,5	27,5%
Margem Líquida	9,1%	8,6%	0,5p.p.	9,5%	8,3%	1,2p.p.
Lucro por ação (R\$)	0,2803	0,2427	15,5%	0,8862	0,6742	31,4%
¹ ROIC ^{LTM}	14,4%	12,7%	1,7p.p.	14,4%	12,7%	1,7p.p.

¹Retorno Sobre Capital Investido, calculado conforme a fórmula *NOPAT/Capital Investido*, onde NOPAT: lucro operacional menos impostos e Capital Investido: capital total médio alocado, considerando a soma de capital próprio e de terceiros.

Informações na data-base de 31/10/2025

- **LREN3**
R\$ 14,84/ação
- **VALOR DE MERCADO**
R\$ 14,6 bilhões
- **AÇÕES EM CIRCULAÇÃO**
987.106.655

VIDEOCONFERÊNCIA

7 de novembro de 2025
10h BRT / 8h US-EDT

Webinar com transmissão ao vivo e com tradução simultânea para o inglês.
Para se inscrever, clique em:

https://us06web.zoom.us/webinar/register/WN_4Ea6Qc5aQ46jQSe1szTtqQ

Mensagem do CEO

O desempenho ao longo do ano demonstra que as iniciativas que colocamos em prática para a evolução do nosso modelo estão contribuindo para os nossos resultados. O 3T não altera esta trajetória, pois refletiu principalmente a dinâmica distinta de clima em relação a 2024.

As temperaturas do outono favoreceram as vendas do segundo trimestre, porém limitaram a disponibilidade de estoque de itens mais inverniais no terceiro trimestre. Avaliando o risco/retorno previsto para os meses seguintes, decidimos não realizar pedidos adicionais. Isso, somado à nossa relevante exposição às praças mais frias, teve impacto pontual de aproximadamente 2-3p.p. no desempenho de vendas. Para os próximos ciclos, já foram implementados pontos de acompanhamento e decisão com maior frequência para mitigar perda de oportunidades.

Em função disso, as vendas de varejo **cresceram 4,2%** (4,7% em vestuário). Na média combinada do 2T e 3T, a **evolução foi de 11,5%** (12,5% em vestuário) e, no acumulado dos nove meses, foi de **11,6%** (12,8% em vestuário) versus o mesmo período do ano anterior, com ganho de market share.

Por mais um trimestre consecutivo, tivemos evolução na Margem Bruta de vestuário, que alcançou **56,2%**, um avanço de **0,5p.p.** (+0,4p.p. no varejo). Isso é resultado da busca incessante por uma execução de moda mais ágil e flexível, combinada com um modelo de abastecimento ainda mais preciso e integrado, o que levou a uma redução de 1,9p.p. na participação do estoque antigo.

Os menores volumes vendidos e a calendarização já prevista de algumas iniciativas operacionais resultaram em um crescimento pontual de despesas superior ao das vendas neste trimestre, o que não altera a trajetória estrutural de alavancagem operacional anual iniciada em 2024. O ciclo intenso de investimentos estruturais em CAPEX e OPEX já foi finalizado. Isso reforça nossa expectativa de diluição de despesas consistente, tanto pelos investimentos anteriores, que suportam um maior nível de crescimento de vendas, como por oportunidades de redução, através de um trabalho direcionado que já iniciamos.

A Realize CFI, importante motor de engajamento e fidelização de clientes, apresentou evolução de resultados pelo oitavo trimestre consecutivo, de **37%**, fruto principalmente da qualidade da carteira de crédito.

Totalizamos **R\$ 279 milhões** em lucro líquido (+9%) ou **R\$ 0,2803 por ação (+16%)**, com ROIC LTM de **14,4%**, aumento de **1,7p.p.**, e geração de FCF de **R\$ 473 milhões**, a maior do setor de moda.

Nosso digital já representa **17% das vendas** e o investimento realizado nos últimos anos nos habilita a crescer ainda mais este canal, sem comprometer a rentabilidade da Companhia. A integração da operação on e off no CD SP permitiu aumento de 8 p.p. na participação do estoque novo nas vendas do e-commerce no acumulado do ano.

Inauguramos 18 lojas até o momento, das 30-37 que abriremos até o final do ano, focadas em novos mercados. Os novos modelos de loja têm desempenhado acima da média e com capacidade para escalar em qualquer contexto. Realizamos **16 reformas** no ano e mais 2 estão em andamento. As reformas e a abertura de novas unidades, aliadas à melhoria na jornada digital e omni e à nossa execução de moda, nos permitiram expandir a base ativa de clientes e a melhora de NPS.

Finalizamos o 3T com caixa líquido de **R\$ 1,3 bilhão**, que, aliado à consistente geração de free cash flow, nos dá tranquilidade para operar em cenários adversos. Temos flexibilidade para fazer investimentos direcionados a impulsionar o crescimento, capturando oportunidades. Da mesma forma, o sólido balanço nos permite remunerar os acionistas acima da média do setor: no ano de 2025, já distribuimos R\$ 1,4 bilhão na forma de JCP e recompra de ações, com execução de **~85%** do programa (~64 milhões de ações) anunciado em fevereiro.

Nossa prioridade é acelerar a captura do potencial que enxergamos no modelo de negócios e reforçamos o compromisso de crescimento sustentado de longo prazo, com rentabilidade e geração de valor.

Fabio Faccio – CEO

Receita Líquida de Varejo

R\$ milhões	3T25	3T24	Δ	9M25	9M24	Δ
Receita líquida de varejo	3.079,1	2.956,0	4,2%	9.485,7	8.497,2	11,6%
Renner	2.822,1	2.705,7	4,3%	8.721,4	7.800,6	11,8%
Camicado	135,2	134,2	0,7%	396,0	382,4	3,6%
Youcom	121,8	116,0	5,0%	368,3	314,1	17,3%
Vendas em mesmas lojas - varejo	3,1%	11,5%	NA	10,5%	6,8%	NA
Receita líquida de vestuário	2.723,3	2.602,0	4,7%	8.439,0	7.484,2	12,8%
Vendas em mesmas lojas - vestuário	3,3%	11,9%	NA	11,4%	6,9%	NA
GMV digital (1P + 3P)	679,8	652,0	4,3%	2.004,1	1.767,9	13,4%
Penetração do GMV Digital	16,7%	16,6%	0,1p.p.	15,9%	16,6%	-0,7p.p.
Receita líquida do varejo/m² (R\$ mil)	3,8	3,7	3,0%	11,8	10,6	10,8%
Ticket médio da Companhia (R\$)	204,8	198,8	3,0%	209,2	200,4	4,4%
Ticket médio dos cartões Renner (R\$)	289,9	272,9	6,2%	281,1	282,5	-0,5%
Área de vendas média (mil m²)	805,8	796,9	1,1%	805,0	799,2	0,7%

Nota: a operação de varejo inclui a receita de venda de mercadorias, bem como as receitas líquidas de serviços e custos relacionados ao varejo (marketplace). As operações da Ashua e Repassa são consolidadas na Renner.

A receita líquida de varejo do 3T25 cresceu **4,2%** em relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$ 3.079,1 milhões. No conceito de vendas em mesmas lojas (SSS), o **avanço foi de 3,1%**. Em vestuário, a receita líquida e as vendas em mesmas lojas (SSS) avançaram, respectivamente, 4,7% e 3,3%, acima do crescimento médio do mercado, conforme Pesquisa Mensal do Comércio (PMC – IBGE) divulgada até agosto. Já na média combinada dos trimestres (2T25 + 3T25), vestuário cresceu 12,5% em relação ao ano anterior. O 3T25 foi também impactado por uma base de comparação mais forte. Já a receita de varejo consolidada por m², uma das principais alavancas de crescimento da Companhia, avançou 3,0% no trimestre.

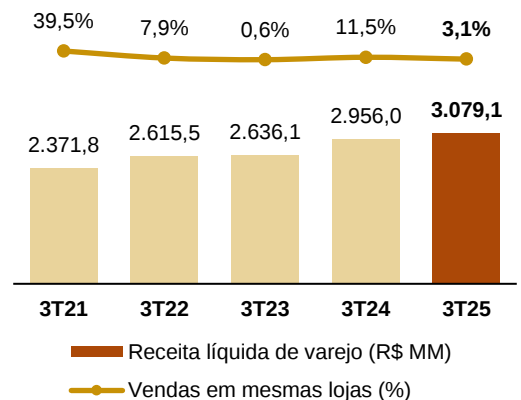
As temperaturas de outono se normalizaram em 2025 e favoreceram as vendas de itens de inverno no 2T. Por outro lado, isso limitou a disponibilidade destes produtos ao longo do 3T, adicionada à decisão da Companhia em não aumentar o volume de compra dos itens de inverno. O clima frio prolongado, que se estendeu até meados de setembro, comprometeu a performance da coleção de transição primavera/verão. Apesar da volumetria negativa, houve melhora na taxa de conversão das lojas.

Cerca de 25% das lojas da Companhia estão concentradas no Sul, de clima frio, região onde as vendas foram mais impactadas. Já nas regiões quentes, o crescimento foi bastante superior à média.

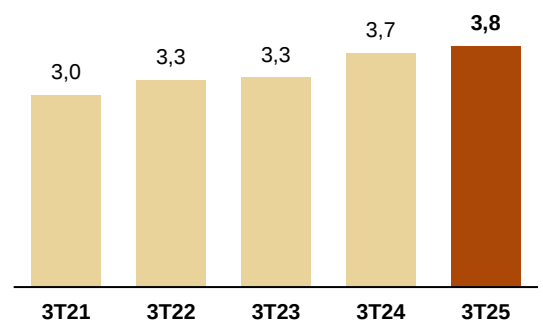
Adicionalmente, o ajuste de preços, para repassar o efeito da inflação, e a maior participação de itens novos no mix contribuíram positivamente. Estes ajustes garantiram o adequado posicionamento da marca.

A Youcom, voltada ao público jovem, registrou receita líquida de R\$ 121,8 milhões, com crescimento de 5,0%, impactada pelas mesmas razões comentadas acima, além da forte base de comparação do 3T24 (+27%). Já a Camicado, especializada em casa e decoração, alcançou receita líquida de R\$ 135,2 milhões, com alta de 0,7%, reflexo de um segmento mais impactado no contexto macro atual.

Receita Líquida de Varejo
CAGR 4 anos: 6,7%

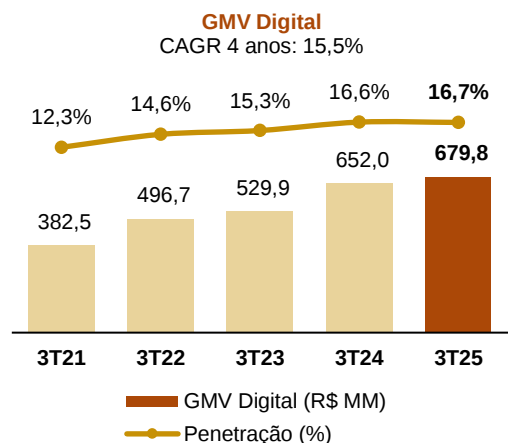


Receita Líquida de Varejo por m² (R\$ mil)
CAGR 4 anos: 5,9%



DIGITAL

O GMV Digital **cresceu 4,3%**, alcançando penetração de **16,7%** e com maior rentabilidade versus o 3T24. Destacou-se o novo recorde na base ativa de clientes no app, consolidando a liderança entre os principais players omni do setor. Além disso, o site e o app da Companhia foram os mais acessados entre os players nacionais de moda. Por fim, o motor de recomendação de produtos teve avanços relevantes, com aumento da receita gerada por recomendações, resultado da otimização dos algoritmos e da personalização baseada no histórico de navegação, preferências de categorias, marcas e regiões de consumo.



Lucro Bruto e Margem de Varejo

R\$ milhões	3T25	3T24	Δ	9M25	9M24	Δ
Lucro bruto de varejo	1.695,8	1.615,9	4,9%	5.298,0	4.687,7	13,0%
Margem bruta de varejo	55,1%	54,7%	0,4p.p.	55,9%	55,2%	0,7p.p.
Renner	54,8%	54,4%	0,4p.p.	57,1%	55,0%	2,1p.p.
Camicado	56,2%	55,5%	0,7p.p.	55,8%	53,9%	1,9p.p.
Youcom	60,3%	61,0%	-0,7p.p.	61,4%	61,3%	0,1p.p.
Lucro bruto de vestuário	1.530,4	1.449,8	5,6%	4.817,5	4.226,1	14,0%
Margem bruta de vestuário	56,2%	55,7%	0,5p.p.	57,1%	56,5%	0,6p.p.

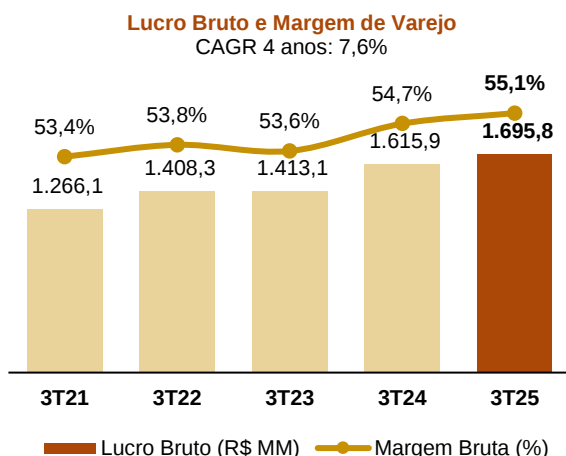
Nota: a operação de varejo inclui a receita de venda de mercadorias, bem como as receitas líquidas de serviços e custos relacionados ao varejo (marketplace). As operações da Ashua e Repassa são consolidadas na Renner.

O Lucro Bruto totalizou **R\$ 1.695,8 milhões**, representando uma **expansão de 4,9%** em relação ao mesmo período do ano anterior. A margem bruta consolidada atingiu **55,1%**, com **avanço de 0,4p.p.** A margem bruta de vestuário **evoluiu 0,5p.p.**, alcançando **56,2%**.

A melhora da margem bruta refletiu a evolução na execução comercial e na gestão de estoques, com destaque para a redução de itens antigos (mais de 16 semanas), que favoreceu a rentabilidade do canal online. A dinâmica de preços, já mencionada, também contribuiu para esta margem.

A maior agilidade na captura de tendências e no desenvolvimento de coleções, aliada à evolução contínua do modelo de abastecimento, que tem proporcionado mais precisão e flexibilidade na gestão de estoques, contribuíram para este desempenho. A Companhia encerrou o trimestre com aumento de 5% no volume financeiro dos estoques versus o 3T24, devido às maiores importações em andamento, em preparação para o 4T25.

A Camicado apresentou margem bruta de **56,2%**, aumento de **0,7p.p.** versus o ano anterior, consequência da adequada gestão comercial e de estoques do negócio. Destaca-se o aumento de 7p.p na participação das vendas da marca própria Home & Style versus o ano anterior. Já na Youcom, a redução de **0,7p.p.** na margem refletiu principalmente os maiores níveis de remarcações no período.



Despesas Operacionais de Varejo

R\$ MM	3T25		3T24		Δ		9M25		9M24		Δ	
Despesas operacionais	(1.208,9)	-39,3%	(1.129,2)	-38,2%	7,1%	1,1p.p.	(3.673,4)	-38,7%	(3.323,1)	-39,1%	10,5%	-0,4p.p.
Vendas	(803,0)	-26,1%	(745,9)	-25,2%	7,7%	0,9p.p.	(2.421,6)	-25,5%	(2.207,0)	-26,0%	9,7%	-0,5p.p.
Gerais e administrativas	(373,0)	-12,1%	(357,1)	-12,1%	4,5%	0,0p.p.	(1.150,7)	-12,1%	(1.053,7)	-12,4%	9,2%	-0,3p.p.
Participação nos Resultados	(32,9)	-1,1%	(26,2)	-0,9%	25,6%	0,2p.p.	(101,1)	-1,1%	(62,4)	-0,7%	62,0%	0,4p.p.

Nota: as despesas operacionais não consideram as linhas de depreciação e amortização.

As despesas operacionais do trimestre somaram **R\$ 1.208,9 milhões** e aumentaram **7,1%**, superior ao crescimento da receita, notadamente em razão dos menores volumes vendidos e da calendarização prevista de determinadas despesas, conforme detalhado a seguir. Esta desalavancagem foi pontual e não altera a trajetória estrutural de alavancagem iniciada em 2024 e que nos comprometemos a evoluir consistentemente em 2025 e nos próximos anos.

As Despesas com Vendas aumentaram em 0,9p.p. a participação sobre a receita de varejo, reflexo principalmente da menor alavancagem operacional, bem como pelos fatores abaixo:

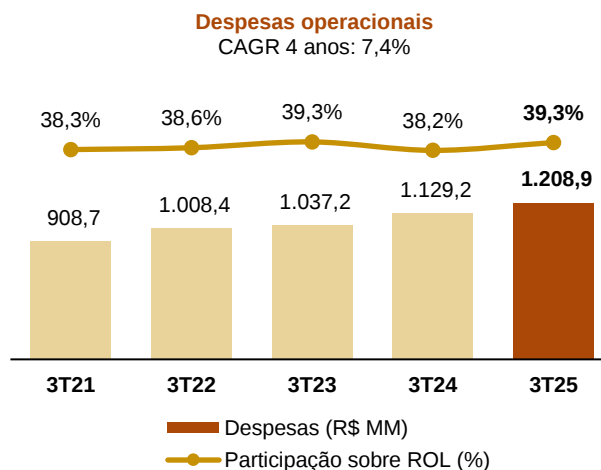
a) mudança nos benefícios dos colaboradores (plano médico e alimentação), aumentando a despesa de pessoal. A alteração do benefício de alimentação gerou duplicidade pontual de despesas durante a transição. Esta iniciativa trouxe impacto positivo na retenção das equipes, resultando em um quadro médio de vendas superior ao previsto no 3T. Esse efeito não recorrente foi de aproximadamente R\$ 7 milhões no trimestre e impactou o crescimento das despesas de vendas em 1p.p.. Em outubro o quadro já estava redimensionado.

b) maior despesa com ocupação, devido à maior quantidade de contratos negociados no modelo CTO (Custo Total de Ocupação), cuja contabilização ocorre em despesa de ocupação e não como amortização e juros (IFRS 16). Dado o benefício econômico para a Companhia, parte dos contratos e renovações de aluguel foram realizados neste modelo. Este impacto foi de 0,9p.p. no crescimento das despesas (pós IFRS 16).

Em Despesas Gerais e Administrativas, o crescimento foi de **4,5%**, refletindo a inflação no período e as mudanças nos benefícios dos colaboradores, mencionadas acima. Estes gastos foram parcialmente compensados por menores despesas com ações restritas, em cerca de R\$ 8 milhões, dado o comportamento da ação versus o ano anterior, o qual é base de cálculo para os encargos sobre o saldo das outorgas ainda não exercidas.

O canal digital seguiu evoluindo em eficiência, com a participação das despesas sobre a receita online da Renner inferior ao mesmo período do ano anterior.

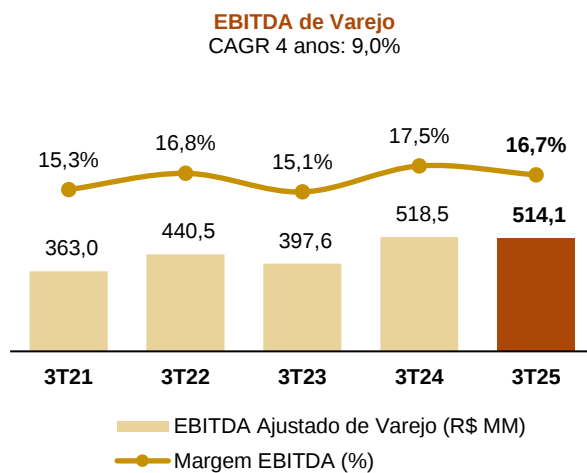
Por fim, as despesas relacionadas ao Programa de Participação nos Resultados (PPR) cresceram, tendo em vista os resultados operacionais obtidos no acumulado do ano. A comparação com o ano anterior, tanto no trimestre quanto no acumulado do ano, ficou comprometida pela dinâmica de performance não linear em 2024. O provisionamento do PPR é feito com base no resultado acumulado do ano em relação ao orçamento anual e não pelo atingimento de metas de um trimestre isolado.



EBITDA Ajustado de Varejo

R\$ milhões	3T25		3T24		Δ		9M25		9M24		Δ	
Lucro Bruto	1.695,8	55,1%	1.615,9	54,7%	4,9%	0,4p.p.	5.298,0	55,9%	4.687,7	55,2%	13,0%	0,7p.p.
Despesas Operacionais	(1.208,9)	-39,3%	(1.129,2)	-38,2%	7,1%	-1,1p.p.	(3.673,4)	-38,7%	(3.323,1)	-39,1%	10,5%	0,4p.p.
Outras receitas/despesas	27,2	0,9%	31,8	1,0%	-14,5%	-0,1p.p.	57,6	0,6%	154,1	1,8%	-62,6%	-1,2p.p.
EBITDA ajustado de varejo	514,1	16,7%	518,5	17,5%	-0,8%	-0,8p.p.	1.682,2	17,7%	1.518,7	17,9%	10,8%	-0,2p.p.

No 3T25, o EBITDA ajustado de varejo atingiu **R\$ 514,1 milhões**, com margem de **16,7%**. Este desempenho foi fruto da desalavancagem de despesas pontual no trimestre (-1,1p.p.), além da menor recuperação de créditos fiscais em Outras receitas/despesas (-0,1p.p.), não obstante a evolução na Margem Bruta (0,4p.p.).



Serviços Financeiros

A partir do 1T25, a Companhia alterou os prazos do reconhecimento de juros de atraso e da baixa de ativos vencidos, em linha com normativos do Banco Central do Brasil e CMN, Resolução 4.966, que busca convergência à norma internacional IFRS 9.

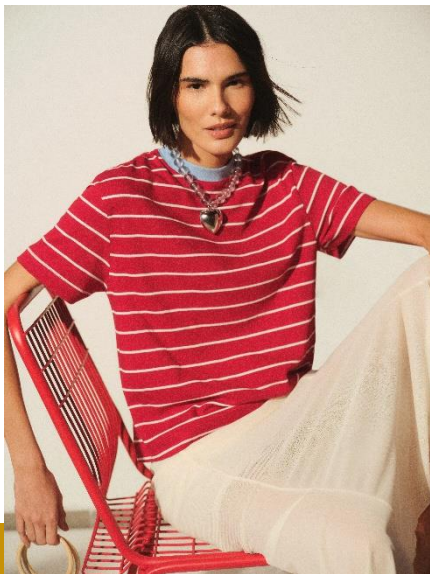
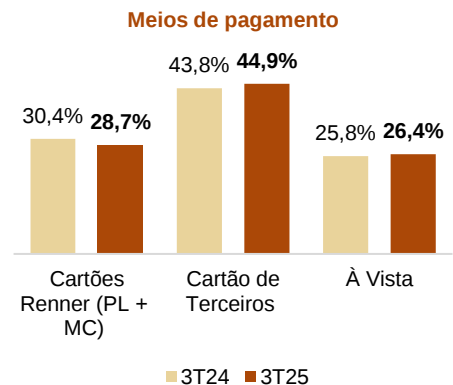
Abaixo as alterações adotadas pela Companhia em suas Demonstrações Consolidadas e seus principais efeitos:

Tema	Até 31/12/2024	A partir de 01/01/2025	Efeitos	Comportamento
Reconhecimento de juros	Até 60 dias de atraso	Até 90 dias de atraso	Aumento do contas a receber e aumento da receita de juros de atraso	Recorrente
			Aumento da provisão de perdas, sobre a parcela de receita adicionada à carteira	
Baixa de carteira vencida	Após 360 dias	Após 540 dias	Aumento do contas a receber e redução do montante de perdas em crédito líquidas	Benefício não recorrente, efeito temporal apenas no 1S25

MEIOS DE PAGAMENTO

A Realize CFI seguiu com sua política de crédito conservadora, com novas originações seletivas e mais direcionadas ao Private Label, a fim de manter uma carteira de crédito com risco baixo e controlado. Diante disso, o volume de vendas financiadas pelos cartões próprios permaneceu estável versus o 3T24 e a queda na participação decorreu principalmente da menor duração da campanha de cashback realizada no período. Ao final do trimestre a base ativa era de **4,7 milhões** de clientes, estável versus o 2T25 e 3T24.

O ticket médio das vendas através dos cartões próprios **cresceu 6,2%**, alcançando **R\$ 290** no trimestre, enquanto o ticket médio da Companhia foi de R\$ 205, demonstrando o papel fidelizador e alavancador da financeira ao varejo.



■ CARTEIRA DE CRÉDITO

(R\$ milhões)	3T25		3T25 (ex 4.966)		3T24		Δ 3T25x3T24		Δ 3T25x3T24 (ex 4.966)	
Carteira total	6.395,7	100,0%	5.748,9	100,0%	5.734,5	100,0%	11,5%	-	0,3%	-
Em dia	4.556,4	71,2%	4.556,4	79,3%	4.469,9	77,9%	1,9%	-6,7p.p.	1,9%	1,4p.p.
Vencida	1.839,3	28,8%	1.192,5	20,7%	1.264,7	22,1%	45,4%	6,7p.p.	-5,7%	-1,4p.p.
Estágio 1	115,8	1,8%	115,8	2,0%	118,0	2,1%	-1,9%	-0,3p.p.	-1,9%	-0,1p.p.
Estágio 2	230,0	3,6%	230,0	4,0%	230,3	4,0%	-0,1%	-0,4p.p.	-0,1%	0,0p.p.
Estágio 3	1.493,5	23,4%	846,7	14,7%	916,4	16,0%	63,0%	7,4p.p.	-7,6%	-1,3p.p.

Estágio 1 - Operações em atraso até 30 dias

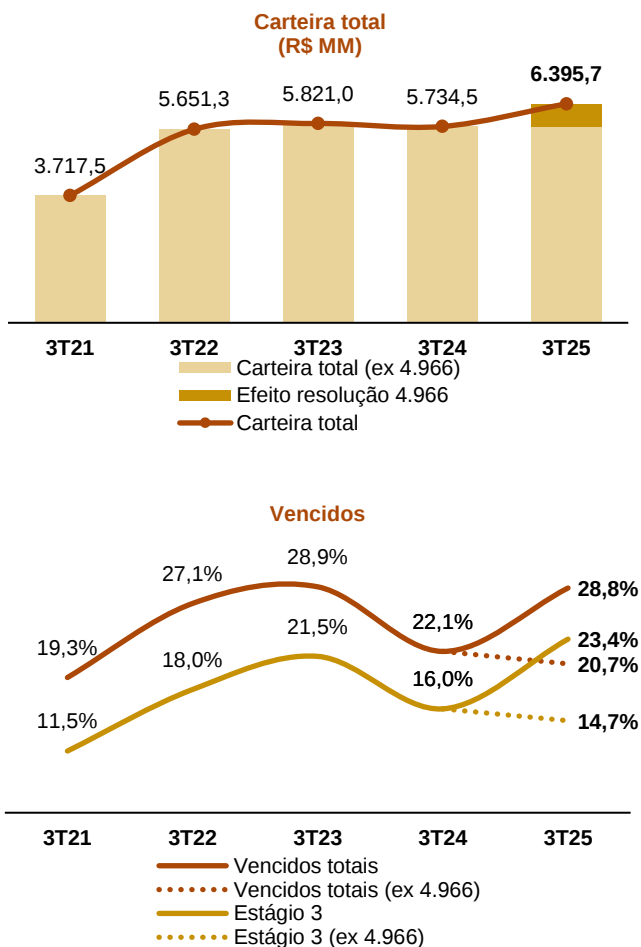
Estágio 2 - Operações em atraso de 31 a 89 dias

Estágio 3 - Operações em atraso a partir de 90 dias

A carteira total cresceu **11,5%**, principalmente em razão da alteração da baixa de ativos, que ocorria após 360 dias de vencimento e passou para após 540 dias, e do reconhecimento adicional de receita. Excluindo-se estes efeitos, a carteira ficou estável em **0,3%**, com contínua melhora no seu perfil de risco. A carteira em dia cresceu **1,9%**, impulsionada pelo aumento dos gastos totais nos cartões (*Total Payment Volume* - TPV).

A participação da carteira vencida aumentou **6,7p.p.**, em função dos efeitos da Resolução 4.966, já mencionada. Excluindo-se estes efeitos, a carteira vencida caiu **1,4p.p.**, **notadamente na faixa do estágio 3**, com queda de **1,3p.p.**, representando **14,7%**. Esse desempenho deveu-se, principalmente, à manutenção da formação de saldo acima de 90 dias em termos nominais (*NPL90 Formation*), resultado das ações conservadoras implementadas para a melhoria da qualidade do crédito, além da maior eficiência na cobrança.

Por fim, a cobertura total para perdas atingiu **21,8%**, um aumento de **5,4p.p.** Já a cobertura da carteira vencida no estágio 3 (over 90) encerrou o trimestre em **93,2%** (redução de **9,1p.p.**). Excluindo os efeitos da Resolução 4.966, a cobertura total atingiu **15,5%**, com redução de **0,8p.p.** em decorrência da melhor qualidade dos recebíveis. Já a cobertura da carteira vencida no estágio 3 (over 90) encerrou o trimestre em **105,5%** (aumento de **3,2p.p.**).



RESULTADO DE SERVIÇOS FINANCEIROS

	Efeitos 4.966*					Δ 3T25 (atual)	Δ 3T25 (ex 4.966)
(R\$ milhões)	3T25 (atual)	Recorrente	Não Recorrente	3T25 (ex 4.966)	3T24	x 3T24	x 3T24
Receitas, líquidas de funding	490,3	55,0	-	435,3	426,8	14,9%	2,0%
Perdas em créditos, líquidas das recuperações	(263,1)	(50,0)	-	(213,1)	(224,8)	17,1%	-5,2%
Despesas operacionais	(147,4)	-	-	(147,4)	(143,7)	2,5%	2,5%
Resultado de serviços financeiros	79,8	5,0	-	74,8	58,3	36,9%	28,3%
% sobre o EBITDA Total Ajustado	13,4%	0,8%	0,0%	12,6%	10,1%	3,3p.p.	0,2p.p.

	Efeitos 4.966*					Δ 9M25 (atual)	Δ 9M25 (ex 4.966)
(R\$ milhões)	9M25 (atual)	Recorrente	Não Recorrente	9M25 (ex 4.966)	9M24	x 9M24	x 9M24
Receitas, líquidas de funding	1.513,4	175,0	-	1.338,4	1.282,1	18,0%	4,4%
Perdas em créditos, líquidas das recuperações	(696,0)	(130,0)	115,0	(681,0)	(742,9)	-6,3%	-8,3%
Despesas operacionais	(428,6)	-	-	(428,6)	(432,8)	-1,0%	-1,0%
Resultado de serviços financeiros	388,7	45,0	115,0	228,7	106,5	265,1%	114,8%
% sobre o EBITDA Total Ajustado	18,8%	2,2%	5,6%	11,1%	6,6%	12,2p.p.	0,7p.p.

*Valores aproximados.

No trimestre, o resultado de serviços financeiros somou **R\$ 79,8 milhões**, reflexo principalmente da melhora no perfil de crédito da carteira.

As receitas, líquidas de *funding*, aumentaram **14,9%**, ante o 3T24, principalmente em razão:

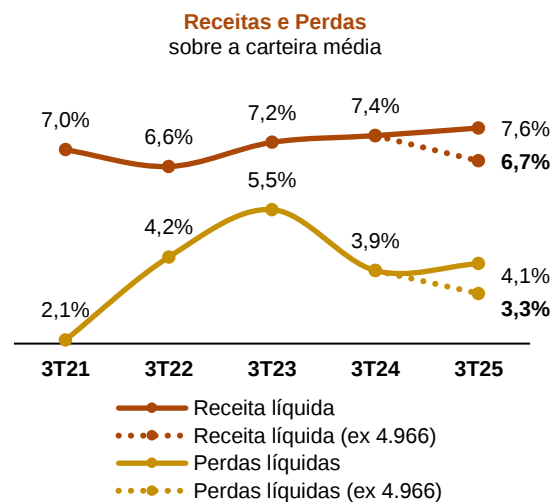
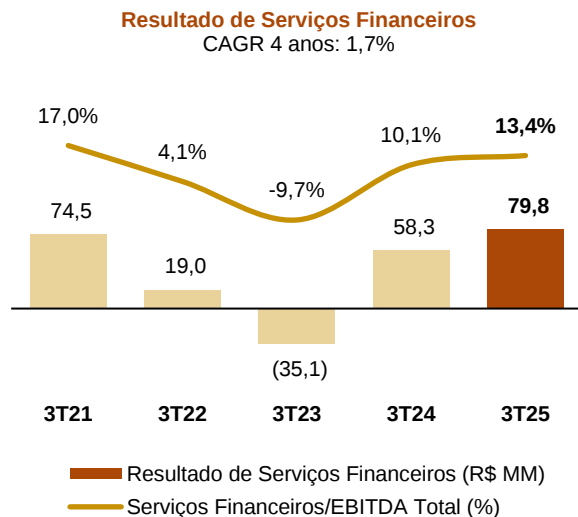
a) do reconhecimento de juros de atraso para a parcela da carteira vencida nas faixas de 61 a 90 dias, versus até 60 dias anteriormente, resultando em um ganho aproximado de **R\$ 55 milhões** neste trimestre. Este efeito tem caráter **recorrente**, mas os montantes reconhecidos nos períodos seguintes dependerão do comportamento da carteira. Este montante foi menor em relação ao 2T25, refletindo a dinâmica do negócio de varejo: a formação de carteira vencida até 90 dias no 2T25 correspondeu aos volumes comercializados no 4T24, período caracterizado por vendas sazonalmente mais robustas.

b) da redução do custo de funding em **R\$ 24,9 milhões**, como consequência da substituição de parte de funding da Realize com terceiros, por financiamento com a Controladora, conforme notas explicativas 25.3 e 31 das DFs. Na visão consolidada, esta transação entre partes relacionadas é eliminada na linha de receitas líquidas de funding e receita financeira.

Já as perdas em crédito aumentaram **17,1%** e refletiram basicamente a mudança do prazo de reconhecimento dos juros de atraso, que tiveram um efeito negativo de cerca de **R\$ 50 milhões**, fruto do aumento da provisão de perda sobre a parcela adicional da receita do 3T25 e da rolagem do atraso do 2T25. Em bases comparáveis, as perdas em crédito tiveram uma redução de **5,2%**, reflexo da menor necessidade de provisionamento de perdas do portfólio em atraso, dado o melhor perfil de risco da carteira.

Os efeitos da receita adicional do reconhecimento de juros de atraso, líquida da provisão para perdas, ainda que possuam caráter recorrente, foram menos relevantes no 3T25 e devem ter comportamento similar no 4T25. Já o efeito não recorrente, ou seja, o benefício da baixa da carteira após 540 dias de atraso, deixou de existir a partir do 3T25.

Quanto às despesas, totalizaram **R\$ 147,4 milhões**, alta de **2,5%** versus o 3T24, abaixo do crescimento da carteira e da inflação.

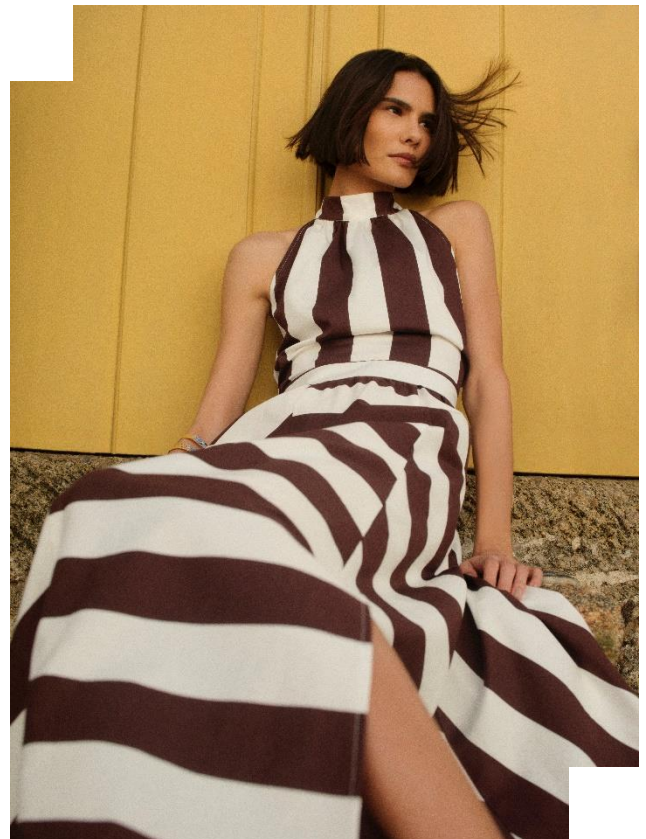
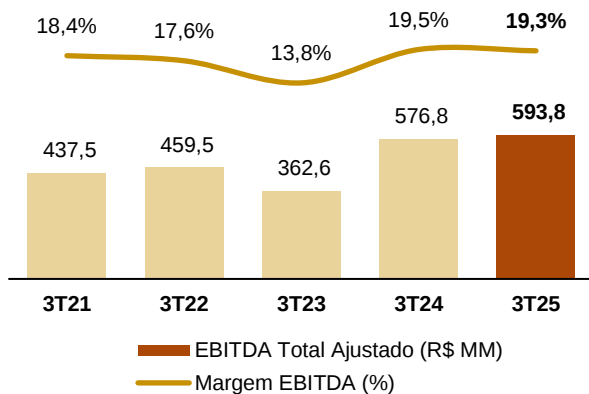


EBITDA Total Ajustado

R\$ milhões	3T25	3T24	Δ	9M25	9M24	Δ
Lucro Líquido do Período	279,4	255,3	9,4%	904,9	709,5	27,5%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(19,8)	24,3	NA	121,2	66,2	83,1%
Resultado Financeiro, Líquido	19,1	(6,6)	NA	83,4	(71,9)	NA
Depreciações e amortizações	307,2	296,2	3,7%	936,2	891,3	5,0%
EBITDA Total	585,9	569,2	2,9%	2.045,7	1.595,1	28,2%
Plano de Opção de Compra de Ações	4,9	6,3	-22,2%	17,2	18,4	-6,5%
Participações Estatutárias	-	-	NA	-	1,7	NA
Resultado da Venda ou Baixa de Ativos	3,0	1,3	130,8%	8,0	9,8	-18,4%
EBITDA Total Ajustado	593,8	576,8	2,9%	2.070,9	1.625,0	27,4%
Margem EBITDA Total Ajustado	19,3%	19,5%	-0,2p.p.	21,8%	19,1%	2,7p.p.

No trimestre, o EBITDA ajustado total cresceu **2,9%**, atingindo **R\$ 593,8 milhões**, com margem de **19,3%**, menor em **0,2p.p.** versus o 3T24, em função do maior resultado operacional de Serviços Financeiros, não obstante o desempenho do varejo. Neste trimestre, conforme já comentado, a linha de Outras Receitas e Despesas Operacionais não teve impacto relevante.

EBITDA Ajustado Total
CAGR 4 anos: 7,9%



Investimentos e expansão

INVESTIMENTOS

(R\$ MM)	3T25	3T24	9M25	9M24
Novas lojas	42,6	44,8	60,6	86,7
Remodelação de instalações e outros	99,0	64,4	198,9	131,5
Sistemas e equipamentos de tecnologia	51,0	57,4	152,8	144,2
Logística e outros	7,3	6,3	15,1	16,5
Total dos investimentos	199,9	172,9	427,4	379,0

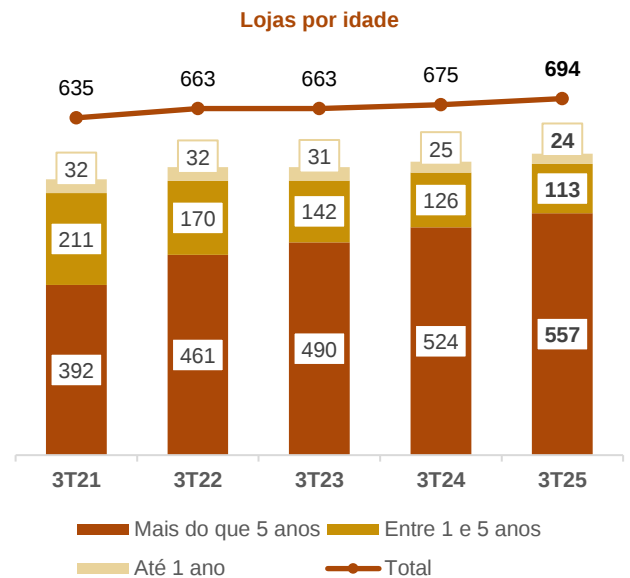
Os investimentos totalizaram **R\$ 199,9 milhões** no trimestre, focados principalmente em remodelações de lojas. A leve redução no montante de investimentos em novas lojas refere-se à calendarização das obras/inauguração destas unidades, com abertura prevista mais concentrada no 4T. No trimestre, 5 lojas foram inauguradas, totalizando 11 aberturas nos 9 meses.

A Companhia espera investir cerca de **R\$ 850 milhões** em 2025, voltados principalmente às reformas de lojas, que geram maior produtividade das operações, bem como à abertura de 30-37 novas unidades: 15-20 Renner, sendo cerca de 80% em novas praças, cuja rentabilidade é superior à média do parque e alavancam o online, cerca de 15 Youcom e 1-2 Camicado, além de investimentos em tecnologia.



LOJAS EM OPERAÇÃO POR UNIDADE DE NEGÓCIO

Quantidade de lojas	2024	3T25	9M25
Renner	429	432	432
Aberturas	12	1	3
Fechamentos	(7)	-	-
Camicado	103	102	102
Aberturas	-	1	1
Fechamentos	(4)	(1)	(2)
Youcom	135	142	142
Aberturas	11	3	7
Fechamentos	-	-	-
Ashua	19	18	18
Aberturas	1	-	-
Fechamentos	-	(1)	(1)
Total	686	694	694
Aberturas	24	5	11
Fechamentos	(11)	(2)	(3)



DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES

As Depreciações e Amortizações relacionadas ao imobilizado e intangível totalizaram **R\$ 177,6 milhões** no trimestre, **2,1%** maior versus o 3T24, decorrente da maior base de ativos. Já a Depreciação do Direito de Uso - IFRS 16, totalizou **R\$ 129,6 milhões**, maior em **6,0%** versus o mesmo período do ano anterior.

Gestão

Financeira

FLUXO DE CAIXA LIVRE

(R\$ MM)	3T25	3T24	Δ	9M25	9M24	Δ
EBITDA Total Ajustado	593,8	576,8	17,0	2.069,9	1.625,0	444,9
(+/-) IR, CSLL/Receitas Financeiras	(25,1)	79,1	(104,2)	(100,8)	198,3	(299,1)
Fluxo de Caixa Operacional	568,7	655,9	(87,2)	1.969,1	1.823,3	145,8
(+/-) Variação Capital de Giro	107,6	(49,8)	157,4	(633,8)	(499,8)	(134,0)
Contas a Receber	435,2	161,6	273,6	842,2	820,7	21,5
Obrigações com Administradora de Cartões	(3,4)	(28,1)	24,7	(139,5)	(70,7)	(68,8)
Estoque	(165,7)	(140,0)	(25,7)	(193,4)	(245,9)	52,5
Fornecedores	190,2	102,9	87,3	(289,4)	(324,0)	34,6
Impostos a Recuperar / Pagar	(159,4)	(74,8)	(84,6)	(359,0)	(274,5)	(84,5)
Outras Contas a Receber/Pagar	(189,3)	(71,3)	(118,0)	(494,7)	(405,3)	(89,4)
(-) Capex	(202,9)	(176,0)	(26,9)	(457,9)	(407,6)	(50,3)
(-) Investimentos em controladas	(0,4)	(19,1)	18,7	(0,4)	(31,2)	30,8
(=) Fluxo de Caixa Livre	473,1	411,0	62,1	877,0	884,7	(7,7)

A maior geração de fluxo de caixa livre foi impulsionada principalmente pela evolução na gestão do capital de giro. A geração positiva de fluxo de caixa ocorreu, mesmo diante de um menor resultado financeiro, conforme explicado no capítulo seguinte, e de um maior CAPEX.

(CAIXA) ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO

	30/09/2025	31/12/2024
Empréstimos e Financiamentos	-	522,4
Circulante	-	522,4
Não Circulante	-	-
Financiamentos de Operações de Crédito ao Cliente	373,9	423,1
Endividamento Bruto	373,9	945,5
Caixa e Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras	(1.634,2)	(2.771,3)
(Caixa) Endividamento Líquido	(1.260,3)	(1.825,8)

O caixa líquido da Companhia reduziu R\$ 565,5 milhões versus dezembro de 2024, em razão principalmente da utilização de **R\$ 860,1 milhões** para a recompra de ações (~85% do programa), bem como do pagamento do JSCP do 4T24, 1T25 e 2T25, no montante total de **R\$ 572,2 milhões**, totalizando **R\$ 1.432,3 milhões**, revertidos aos acionistas. Estes movimentos foram parcialmente compensados pela geração de fluxo de caixa livre de **R\$ 877,0 milhões** no período.

Resultado Financeiro

	3T25	3T24	Δ	9M25	9M24	Δ
Receitas Financeiras	47,1	72,4	-34,9%	122,4	261,8	-53,2%
Rendimentos de equivalentes de caixa e aplicações financeiras	33,3	48,7	-31,6%	102,1	153,3	-33,4%
Juros Selic sobre créditos tributários	13,7	23,7	-41,9%	20,3	108,5	-81,3%
Despesas Financeiras	(58,2)	(74,0)	-21,3%	(192,9)	(238,3)	-19,1%
Juros de empréstimos, financiamentos e debêntures	(0,0)	(16,0)	-100,0%	(9,7)	(57,7)	-83,3%
Juros sobre arrendamentos	(58,2)	(58,0)	0,3%	(183,3)	(180,7)	1,4%
Variações cambiais e correções monetárias, líquidas	(10,4)	6,4	NA	(23,5)	48,6	NA
Outras receitas e (despesas)	2,4	1,9	25,0%	10,6	(0,2)	<-1000%
Resultado Financeiro	(19,1)	6,6	NA	(83,4)	71,9	NA

O Resultado Financeiro foi **negativo** em **R\$ 19,1 milhões** versus **R\$ 6,6 milhões positivos** no 3T24, principalmente em função da não comparabilidade dos montantes relativos aos rendimentos dos juros sobre os créditos tributários recuperados no 3T24, como também da menor contribuição dos efeitos líquidos de variação cambial e monetária, relativos à subsidiária na Argentina.

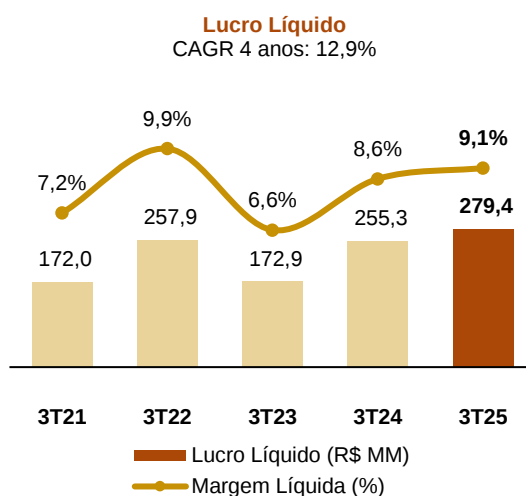
Adicionalmente, os menores rendimentos de caixa e aplicações financeiras refletiram a redução na posição de caixa, bem como o efeito da eliminação do funding da Realize CFI pela Renner na visão consolidada, cujo benefício na receita da Realize CFI tem a contrapartida nos rendimentos de caixa. Estes efeitos foram parcialmente compensados pela maior taxa de juros no período.

Lucro Líquido

O Lucro Líquido aumentou **9,4%** versus o mesmo trimestre do ano anterior, atingindo **R\$ 279,4 milhões**, reflexo principalmente da melhor performance operacional, bem como da menor alíquota efetiva (vide NE 11.4).

Quanto ao lucro por ação, o trimestre encerrou em **R\$ 0,2803**, maior em **15,5%** versus o ano anterior (R\$ 0,2427 por ação).

No trimestre, foram destinados aos acionistas **R\$ 217,9 milhões** de Juros sobre Capital Próprio (R\$ 161,4 milhões no 3T24), correspondentes a **R\$ 0,219727** por ação (R\$ 0,168760 no 3T24), cujo pagamento foi efetuado a partir de 07/10/2025.



Demonstração dos Resultados Consolidados

	3T25	3T24	9M25	9M24
Receita operacional líquida	3.563,5	3.390,5	10.988,6	9.819,1
Vendas de mercadorias	3.072,1	2.945,6	9.463,0	8.464,1
Venda de serviços	491,4	444,9	1.525,6	1.355,0
Custo das vendas	(1.377,4)	(1.347,8)	(4.177,3)	(3.849,3)
Custo das mercadorias vendidas	(1.379,8)	(1.336,8)	(4.176,1)	(3.797,3)
Custos dos serviços	2,4	(11,0)	(1,2)	(52,1)
Lucro bruto	2.186,1	2.042,7	6.811,4	5.969,8
Despesas operacionais	(1.907,2)	(1.769,7)	(5.701,8)	(5.265,9)
Vendas	(803,0)	(745,9)	(2.421,6)	(2.207,0)
Gerais e administrativas	(373,0)	(357,1)	(1.150,7)	(1.053,7)
Depreciações e amortizações	(307,2)	(296,2)	(936,2)	(891,4)
Perdas em crédito	(263,1)	(224,8)	(696,0)	(742,9)
Outros resultados operacionais	(161,0)	(145,7)	(497,3)	(370,9)
Lucro operacional antes do resultado financeiro	278,9	273,0	1.109,6	703,9
Resultado financeiro	(19,1)	6,6	(83,4)	71,9
Imposto de renda e contribuição social	19,8	(24,3)	(121,2)	(66,2)
Lucro líquido do período	279,6	255,3	904,9	709,5

Balanços Patrimoniais

Consolidados

	30/09/2025	31/12/2024
Ativo total	18.348,6	20.364,5
Ativo circulante	10.617,3	12.316,7
Caixa e equivalentes de caixa	866,9	1.926,1
Aplicações financeiras	767,3	845,2
Contas a receber	6.060,7	6.902,9
Estoques	2.123,3	1.929,9
Tributos a recuperar	535,6	414,2
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	151,3	164,1
Instrumentos financeiros derivativos	0,2	27,8
Outros ativos	112,0	106,5
Ativo não circulante	7.731,3	8.047,8
Tributos a recuperar	301,5	305,7
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	29,4	31,3
Imposto de renda e contribuição social diferidos	810,1	790,2
Outros ativos	103,2	97,7
Investimentos	54,4	56,6
Imobilizado	2.816,1	2.900,4
Direito de uso	2.057,7	2.252,5
Intangível	1.558,9	1.613,4
Passivo total e patrimônio líquido	18.348,6	20.364,5
Passivo circulante	6.036,1	7.647,6
Empréstimos, financiamentos e debêntures	-	522,4
Financiamentos - operações serviços financeiros	29,9	409,3
Arrendamentos a pagar	745,1	783,9
Fornecedores	1.517,6	1.807,3
Obrigações com administradora de cartões	2.470,7	2.610,2
Obrigações fiscais	196,6	545,3
Obrigações sociais e trabalhistas	514,4	488,5
Obrigações estatutárias	191,9	170,6
Provisão para riscos	102,8	90,0
Instrumentos financeiros derivativos	66,1	-
Outras obrigações	201,0	220,1
Passivo não circulante	2.169,6	1.944,0
Financiamentos - operações serviços financeiros	344,0	13,7
Arrendamentos a pagar	1.750,2	1.847,6
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1,4	5,7
Fornecedores	2,2	1,8
Provisão para riscos	58,2	56,2
Outras obrigações	13,6	19,0
Patrimônio líquido	10.142,9	10.772,9
Capital social	9.544,8	9.540,9
Ações em tesouraria	(1.003,3)	(154,4)
Reservas de capital	187,0	166,4
Reservas de lucros	1.079,0	1.079,0
Outros resultados abrangentes	41,1	141,0
Lucros (prejuízos) acumulados	294,3	-

Fluxos de Caixa

Consolidados

	3T25	3T24	9M25	9M24
Fluxos de caixa das atividades operacionais				
Lucro líquido ajustado	682,9	622,9	2.863,9	1.746,0
(Aumento) Redução nos Ativos				
Contas a receber de clientes	433,9	238,3	362,1	1.091,2
Estoques	(170,9)	(138,3)	(186,0)	(219,8)
Tributos a recuperar	(60,8)	66,1	(126,7)	(127,6)
Outros ativos	(9,8)	23,2	(76,3)	2,7
Aumento (Redução) nos Passivos				
Fornecedores	188,7	111,5	(266,0)	(296,4)
Obrigações fiscais	(157,2)	(186,5)	(303,1)	(224,4)
Obrigações com administradoras de cartões	(3,4)	(28,1)	(139,5)	(70,7)
Outras obrigações	(7,4)	67,3	(74,2)	93,1
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(30,8)	(0,5)	(162,1)	(108,0)
Juros pagos sobre empréstimos, financiamentos e debêntures	(75,6)	(37,0)	(114,9)	(136,3)
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais, antes das aplicações financeiras	789,6	738,9	1.777,2	1.749,8
Aplicações financeiras	190,0	(226,1)	77,9	(223,6)
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	979,6	512,8	1.855,1	1.526,2
Fluxos de caixa das atividades de investimentos				
Aquisições de imobilizado e intangível	(202,9)	(176,0)	(457,8)	(407,6)
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimentos	(202,9)	(176,0)	(457,8)	(407,6)
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos				
Aumento do capital social, líquido das custas de emissão	3,9	-	3,9	-
Recompra de ações	(212,6)	-	(860,6)	-
Captações e amortizações de empréstimos e debêntures	(156,8)	(68,5)	(514,6)	(734,0)
Contraprestação de arrendamentos a pagar	(200,1)	(182,0)	(578,2)	(588,0)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(177,1)	(129,6)	(497,1)	(550,9)
Caixa líquido consumido pelas atividades de financiamentos	(742,7)	(380,1)	(2.446,6)	(1.872,9)
Efeito da variação cambial sobre o saldo de caixa e equivalentes de caixa	(0,6)	(4,8)	(10,0)	6,5
Redução no caixa e equivalentes de caixa	33,4	(48,1)	(1.059,3)	(747,8)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	833,5	1.832,5	1.926,1	2.532,2
Caixa e equivalentes de caixa no fim do período	866,9	1.784,4	866,9	1.784,4

Sobre a Lojas Renner S.A.

A Companhia foi constituída em 1965 e teve seu capital aberto em 1967. Desde 2005, tem capital totalmente pulverizado com 100% de free float, sendo considerada a primeira corporação brasileira. Negociada na B3 sob o código LREN3, no Novo Mercado, o mais alto nível de Governança Corporativa.

A **Lojas Renner S.A.** é um ecossistema de moda e lifestyle conectado aos clientes por meio de canais digitais e suas lojas físicas no Brasil, Argentina e Uruguai e é, hoje, o ecossistema líder no varejo de moda omnichannel no país, através dos negócios Renner, Camicado, Youcom, Realize CFI e Repassa.

A **Renner** tem como propósito entregar a melhor experiência omni em moda com diferentes estilos para o segmento médio/alto, encantando seus clientes com produtos e serviços de qualidade a preços competitivos, sempre inovando de forma sustentável. A Renner desenvolve e vende roupas, calçados e moda íntima de qualidade sob marcas próprias no conceito de lifestyle.

A **Camicado**, adquirida em 2011, tem mais de 35 anos de especialização no mercado de Home & Decor. Oferece uma grande variedade de produtos para decoração, utensílios domésticos, eletroportáteis, organização, cama, mesa e banho.

A **Youcom**, criada em 2013, é uma marca com um estilo de vida inspirado no jovem urbano, que oferece uma experiência omnichannel para seus clientes. A marca segue crescendo e cumprindo seu propósito de encantar e conectar pessoas de lifestyle jovem com a moda.

A **Ashua**, marca fashion plus size lançada em 2016, inspira o empoderamento feminino e celebra a diversidade, oferecendo coleções modernas, com foco em cortes confortáveis e o estilo de cada mulher, através da experiência omnichannel.

A **Realize** é uma instituição financeira que apoia a fidelização e a conveniência dos clientes do ecossistema, oferecendo um conjunto de serviços financeiros, entre eles o Cartão Renner e o Meu Cartão.

A Companhia conta também com a **Repassa**, uma plataforma online de revenda de vestuário, calçados e acessórios.

Relações com Investidores

CFO e DRI
Daniel Martins dos Santos

Relações com Investidores

ri@lojasrenner.com.br

Fabiana Oliver

Carla Sffair

Caroline Luccarini

Maurício Töller

Luciana Moura

Governança Corporativa

gc@lojasrenner.com.br

Eloisa Sassen

Bruna Miranda

Pedro da Costa

Aviso Legal

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da Lojas Renner S.A. são meramente expectativas 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. Todas as variações aqui apresentadas são calculadas com base nos números em milhares de reais, assim como os arredondamentos.

LOJAS RENNER S.A.

RENNER CMICADO youcom realize ASHUA repasse



LOJAS RENNER S.A.

RENNER CMCADDO youcom realize ASHUA repassa



Results

3Q 25

Highlights

3Q25

November 6, 2025 - Lojas Renner S.A. (B3: LREN3) announces its results for the third quarter 2025 (3Q25). All amounts are expressed in millions of Reais and comparisons are with the same period in the previous year, except when otherwise indicated.

- **Apparel sales** increased by **4.7%** with a **3.3% increase in SSS**, reaching a **56.2% gross margin (+0.5p.p.)**
- **Retail gross margin** increased by **0.4p.p.**, reaching **55.1%**
- Results for **Realize CFI** were **R\$ 79.8 MM**, a 36.9% increase **reflecting a healthy portfolio risk profile**
- **Total Adjusted EBITDA** reached **R\$ 593.8 MM** (+2.9%), with a **19.3% margin** (-0.2p.p.)
- **Cash position of R\$ 1.6 bi** and net cash position of **R\$ 1.3 bi**
- Generation of **R\$ 473.1 MM** in **Free Cash Flow**
- ~85% of the **buyback program** executed to date (~64 million shares; a total of R\$860 MM)
- **Net profit of R\$ 279.4 MM (+9.4%)** and **Earnings per Share of R\$ 0.2803 (+15.5%)**
- Another quarter of **ROIC (LTM)** improvement, reaching **14.4% (+1.7 p.p.)**

R\$ million	3Q25	3Q24	Δ	9M25	9M24	Δ
Retailing net revenue	3.079,1	2.956,0	4,2%	9.485,7	8.497,2	11,6%
Retailing Same Store Sales	3,1%	11,5%	NA	10,5%	6,8%	NA
Apparel net revenue	2.723,3	2.602,0	4,7%	8.439,0	7.484,2	12,8%
Apparel Same Store Sales	3,3%	11,9%	NA	11,4%	6,9%	NA
Digital GMV (1P + 3P)	679,8	652,0	4,3%	2.004,1	1.767,9	13,4%
Digital GMV Penetration	16,7%	16,6%	0,1p.p.	15,9%	15,7%	0,2p.p.
Retail gross margin	55,1%	54,7%	0,4p.p.	55,9%	55,2%	0,7p.p.
Apparel gross margin	56,2%	55,7%	0,5p.p.	57,1%	56,5%	0,6p.p.
Operating expenses	(1.208,9)	(1.129,2)	7,1%	(3.673,4)	(3.323,1)	10,5%
% Operating expenses/Retailing net revenue	-39,3%	-38,2%	1,1p.p.	-38,7%	-39,1%	-0,4p.p.
Retailing Adjusted EBITDA	514,1	518,5	-0,8%	1.682,2	1.518,7	17,7%
Retailing Adjusted EBITDA Margin	16,7%	17,5%	-0,8p.p.	17,7%	17,9%	-0,2p.p.
Financial Services Result	79,8	58,3	36,9%	388,7	106,5	265,1%
Total Adjusted EBITDA	593,8	576,8	2,9%	2.070,9	1.625,0	27,4%
Total EBITDA Margin	19,3%	19,5%	-0,2p.p.	21,8%	19,1%	2,7p.p.
Free Cash Flow	473,1	411,0	15,1%	878,0	884,7	-0,8%
Net Income	279,4	255,3	9,4%	904,9	709,5	27,5%
Net Margin	9,1%	8,6%	0,5p.p.	9,5%	8,3%	1,2p.p.
Earnings per Share (R\$)	0,2803	0,2427	15,5%	0,8862	0,6742	31,4%
¹ ROIC ^{LTM}	14,4%	12,7%	1,7p.p.	14,4%	12,7%	1,7p.p.

¹Return on Invested Capital, calculated according to the formula NOPAT/Invested Capital, where NOPAT means the Company's operating profit after taxes and Invested Capital means the average total capital allocated by the Company, considering the sum of equity and third-party capital.

Information as of October 31, 2025

▪ **LREN3**
R\$ 14.84/share

▪ **MARKET CAP**
R\$ 14.6 billion

▪ **SHARES OUTSTANDING**

▪ **987,106,655**

▪ EARNINGS CONFERENCE CALL

November 7th 2025
10:00 a.m. BRT / 8:00 a.m. US-EDT

Live webinar with simultaneous English translation. Click here to register:

https://us06web.zoom.us/webinar/register/WN_4Ea6Qc5aQ46jQSe1szTtqQ

Message from the CEO

Our performance throughout the year demonstrates that the initiatives we've implemented to evolve our business model are contributing to our results. While third quarter results reflect the challenges of a distinct climate dynamic compared to 2024, this does not alter our trajectory.

Autumn temperatures boosted second quarter sales this year, however, this limited the availability of winter items in the third quarter. We thoroughly assessed the risk/return outlook for the upcoming months and opted not to place additional orders which, when combined with our considerable exposure to colder regions, had a temporary impact of approximately 2 to 3 percentage points on our sales. We established a process that incorporates more frequent monitoring and decision checkpoints, minimizing the risk of future missed opportunities.

Retail sales therefore **grew by 4.2%**, 4.7% in apparel, with combined average growth for Q2 and Q3 which **reached 11.5%**, 12.5% in apparel. We delivered an **11.6%**, 12.8% in apparel, year-on-year increase for the nine-month period, also with market share gains.

We delivered another quarter of solid progress in profitability, and apparel gross margin improved for another consecutive quarter, reaching **56.2%**, a **0.5 percentage point** increase, and a 0.4 percentage point increase in retail. This reflects our relentless pursuit of faster and more flexible fashion execution, supported by a more precise and integrated supply model, resulting in a 1.9 percentage point decrease in the share of aged inventory in sales.

Lower sales volumes and the previously scheduled timing of certain operational initiatives resulted in a temporary increase in expenses above sales growth this quarter. However, this does not alter the structural trajectory of annual operational leverage we initiated in 2024. With the intensive cycle of structural investments in CAPEX and OPEX complete, we are now positioned to drive sales growth with consistent expense dilution. This reinforces our expectation of consistent expense dilution, both due to previous investments—which support a higher level of sales growth—and through cost reduction opportunities, driven by a targeted effort we have already initiated.

Realize CFI, a key driver of customer engagement and loyalty, delivered its eighth consecutive quarter of results growth, up 37%, driven by the quality of its credit portfolio.

Net income increased by 9% increase to **R\$279 million**, or **R\$0.2803 per share**, a **16% increase**. Our trailing twelve-month ROIC reached **14.4%**, a **1.7 percentage point** improvement, alongside free cash flow generation of **R\$473 million**- the highest in the fashion industry in Brazil.

Our digital channel now represents **17% of total sales**, driven by the prior years' investments which will enable continued growth within this channel without compromising Company's profitability. The integration of our online and bricks and mortar operations at our São Paulo DC, resulting in an 8 percentage point increase in share of new inventory within e-commerce sales year-to-date.

We opened 18 stores year to date advancing toward our goal of 30–37 openings by year-end, with a focus on expanding into new markets. Our new store formats continue to deliver above average performance, positioning us well to scale sustainably across different market environments. We've completed 16 store renovations so far this year, with two more scheduled for completion. These renovations and new store openings, together with continued improvements in our digital and omnichannel journey and strengthened fashion execution, have enabled us to expand our active customer base and improve our NPS.

We ended 3Q with net cash position of **R\$1.3 billion**, together with sustained free cash flow generation, provides us both the strength and resilience to confidently navigate adverse scenarios. We have the flexibility to pursue targeted investments to drive growth and capture opportunities. Likewise, our solid balance sheet enables us to deliver shareholder returns above the industry average: in 2025, we have already distributed R\$1.4 billion through interest on equity and share buybacks, with **approximately 85%** of the program (~64 million shares) we announced in February.

We remain focused on further unlocking the full potential of our business model and reaffirm our commitment to driving sustainable profitable long-term growth and value creation.

Fabio Faccio – CEO

Retail

Net Revenue

R\$ million	3Q25	3Q24	Δ	9M25	9M24	Δ
Retail net revenue	3,079.1	2,956.0	4.2%	9,485.7	8,497.2	11.6%
Renner	2,822.1	2,705.7	4.3%	8,721.4	7,800.6	11.8%
Youcom	135.2	134.2	0.7%	396.0	382.4	3.6%
Camicado	121.8	116.0	5.0%	368.3	314.1	17.3%
Retail same store sales	3.1%	11.5%	NA	10.5%	6.8%	NA
Apparel net revenue	2,723.3	2,602.0	4.7%	8,439.0	7,484.2	12.8%
Apparel same store sales	3.3%	11.9%	NA	11.4%	6.9%	NA
Digital GMV (1P + 3P)	679.8	652.0	4.3%	2,004.1	1,767.9	13.4%
Digital GMV penetration	16.7%	16.6%	0.1p.p.	15.9%	16.6%	-0.7p.p.
Retailing net revenue per sq meters (thousand R\$)	3.8	3.7	3.0%	11.8	10.6	10.8%
Company average ticket size (R\$)	204.8	198.8	3.0%	209.2	200.4	4.4%
Proprietary cards average ticket size (R\$)	289.9	272.9	6.2%	281.1	282.5	-0.5%
Average sales area (thousand sq. meters)	805.8	796.9	1.1%	805.0	799.2	0.7%

Note: The retail operation includes revenue from merchandise sales, as well as net service revenues and costs related to the retail (marketplace) business. The operations of Ashua and Repassa are consolidated under Renner.

3Q25 retail net revenue **increased by 4.2%** year-over-year to reach R\$ 3,079.1 million. Same store sales (SSS) **increased by 3.1%**. Apparel retail and SSS net revenue increased by 4.7% and 3.3%, respectively, above the market's average growth rate according to the IBGE Monthly Retail Survey (PMC – IBGE) for August. The combined 2Q25 and 3Q25 quarter average increased by 12.5% year-over-year. Notably, 3Q25 was also adversely impacted by a stronger comparative base. Consolidated retail revenue per m², one of the Company's key growth levers, reported a 3.0% improvement in the quarter.

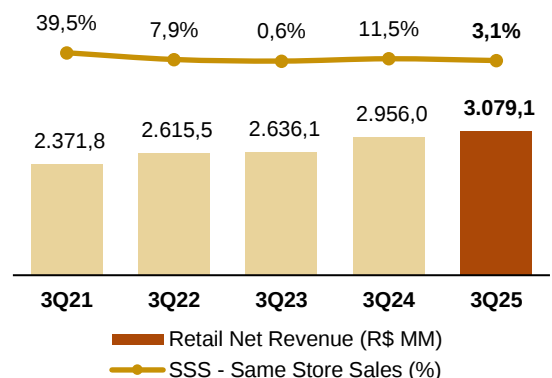
Fall temperatures normalized in 2025 and supported sales of winter items in the second quarter. On the other hand, this limited the availability of these products throughout the third quarter, combined with the Company's decision not to increase the purchase volume of winter items. The prolonged cold weather, which extended into mid-September, impacted the performance of the spring/summer transition collection. Despite the negative volume trend, store conversion rates improved.

Approximately 25% of the Company's stores are located in the South of Brazil, where the weather is colder and sales were most impacted. In contrast, in warmer regions, growth was significantly above average.

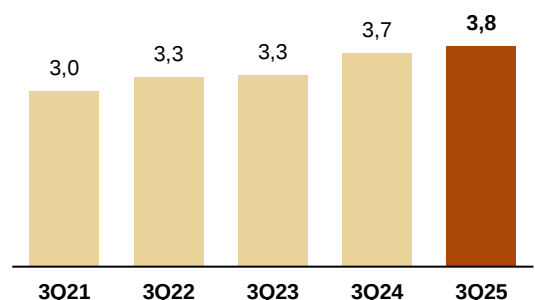
Further, price adjustments to reflect inflation, along with a higher proportion of new items in the mix, contributed positively. These actions supported the proper positioning of the brand in the market.

The Youcom youth brand reported R\$ 121.8 million in net revenue, a 5.0% increase impacted by the above factors as well as a strong 3Q24 comparison base (+27%). Camicado, which focuses on Home and Decor, posted R\$ 135.2 million in net revenue, a 0.7% increase reflecting a segment particularly impacted by the current macro economic environment.

Retail Net Revenue
4-years CAGR 6.7%

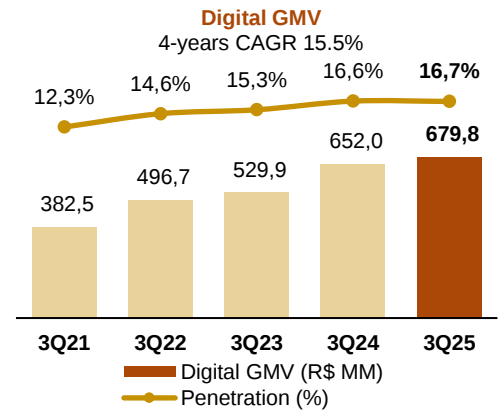


Retail Net Revenue/m² (R\$ thousand)
4-years CAGR 5.9%



DIGITAL

Digital GMV increased by **4.3%**, reaching **16.7%** penetration with increased profitability compared to 3Q24. Notably, the app set a new customer base record, strengthening its leadership position among the sector's main omni players. Additionally, the Company's site and app were the most visited among domestic fashion players. Finally, the product recommendation engine made significant progress during the quarter with increased revenue resulting from customer recommendations, driven by algorithm optimization and personalization based on browsing history, category preferences, brands, and consumer regions.



Retail

Gross Profit and Margin

R\$ million	3Q25	3Q24	Δ	9M25	9M24	Δ
Retail gross profit	1,695.8	1,615.9	4.9%	5,298.0	4,687.7	13.0%
Retail gross margin	55.1%	54.7%	0.4p.p.	55.9%	55.2%	0.7p.p.
Renner	54.8%	54.4%	0.4p.p.	57.1%	55.0%	2.1p.p.
Camicado	56.2%	55.5%	0.7p.p.	55.8%	53.9%	1.9p.p.
Youcom	60.3%	61.0%	-0.7p.p.	61.4%	61.3%	0.1p.p.
Apparel gross profit	1,530.4	1,449.8	5.6%	4,817.5	4,226.1	14.0%
Apparel gross margin	56.2%	55.7%	0.5p.p.	57.1%	56.5%	0.6p.p.

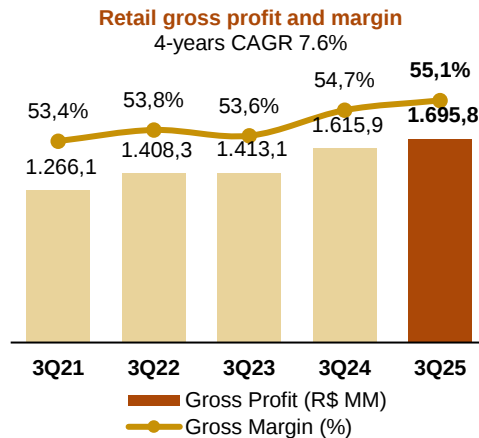
Note: The retail operation includes revenue from merchandise sales, as well as net service revenues and costs related to the retail (marketplace) business. The operations of Ashua and Repassa are consolidated under Renner.

Gross Profit totaled **R\$ 1,695.8 million**, a **4.9%** year-over-year increase. Consolidated gross margin reached **55.1%**, a **0.4p.p. increase**. Gross margin from apparel retail also **increased by 0.5p.p.**, to reach **56.2%**.

Gross margin improvement for the quarter reflected progress related to commercial execution and inventory management, notably with a reduction in aged inventory (more than 16 weeks), favoring the profitability of the online channel. The price dynamic, already mentioned, also contributed to this dynamic.

Improved agility in identifying trends and developing collections, together with ongoing enhancements to the Company's replenishment model, drove enhanced precision and flexibility in inventory management, contributing to the quarter's performance. The Company ended 3Q25 with a 5% year-over-year increase in inventory value, reflecting higher imports in transit, due to preparation for the 4Q25.

Camicado posted a gross margin of **56.2%**, a **0.7 p.p.** increase versus the prior year driven by disciplined commercial and inventory management. Home & Style private label sales increased by 7 p.p. year-over-year. Youcom's **0.7 p.p.** margin decline was driven by higher markdown levels versus the prior year.



Retail Operating Expenses

R\$ million	3Q25		3Q24		Δ		9M25		9M24		Δ	
Operating expenses	(1.208,9)	-39,3%	(1.129,2)	-38,2%	7,1%	1,1p.p.	(3.673,4)	-38,7%	(3.323,1)	-39,1%	10,5%	-0,4p.p.
Sales	(803,0)	-26,1%	(745,9)	-25,2%	7,7%	0,9p.p.	(2.421,6)	-25,5%	(2.207,0)	-26,0%	9,7%	-0,5p.p.
General and Administrative	(373,0)	-12,1%	(357,1)	-12,1%	4,5%	0,0p.p.	(1.150,7)	-12,1%	(1.053,7)	-12,4%	9,2%	-0,3p.p.
Profit Sharing Program	(32,9)	-1,1%	(26,2)	-0,9%	25,6%	0,2p.p.	(101,1)	-1,1%	(62,4)	-0,7%	62,0%	0,4p.p.

Note: operating expenses do not consider depreciation and amortization lines.

Third quarter operating expenses totaled **R\$ 1,208.9 million**, a 7.1% increase, outpacing revenue growth, primarily due to lower sales volumes and the timing of certain expense executions, as detailed below. This deleveraging was a one-off event and does not affect the structural deleveraging trajectory initiated in 2024, which we remain committed to advancing consistently throughout 2025 and in the years ahead.

Sales expenses increased by 0.9 p.p. as a percentage of retail revenue, primarily reflecting lower operational leverage as well as the following factors:

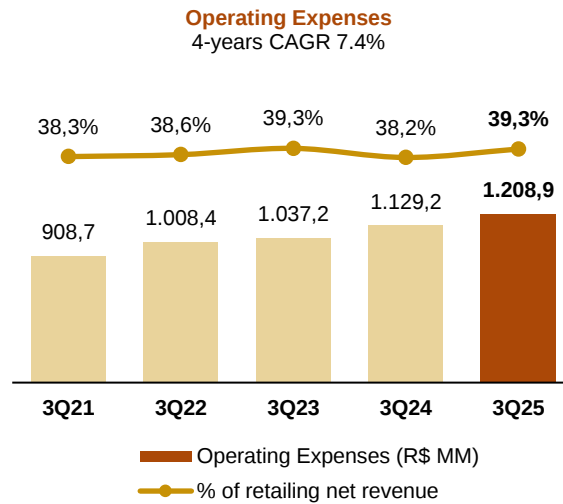
a) Changes in benefits for personnel (medical insurance and food vouchers) led to an increase in personnel expenses. The adjustment to the food vouchers caused a temporary duplication of expenses during the transition period. This initiative has had a positive impact on team retention, resulting in an average sales headcount higher than expected in the third quarter. This non-recurring effect amounted to approximately R\$7 million in the quarter and impacted the growth of selling expenses by 1p.p.. By October personnel levels had been readjusted.

b) Higher occupancy expenses, due to an increased number of contracts negotiated under the Total Cost of Occupancy (CTO) model, now recognized as occupancy expenses rather than amortization and interest (IFRS 16). Given the economic benefit to the Company, part of the lease agreements and renewals were carried out under the CTO model. This change contributed 0.9p.p to increased expenses (IFRS 16).

General and Administrative Expenses increased by **4.5%** reflecting inflation during the period and the changes in employee benefits mentioned above. These costs were partially offset by lower expenses related to restricted stock units, totaling approximately R\$8 million, resulting from share price performance compared to the prior year, which serves as the basis for calculating charges on the balance of unexercised grants.

The digital channel continued evolving efficiently reflecting lower expenses as a percentage of Renner's online revenue compared to the same period in 2024.

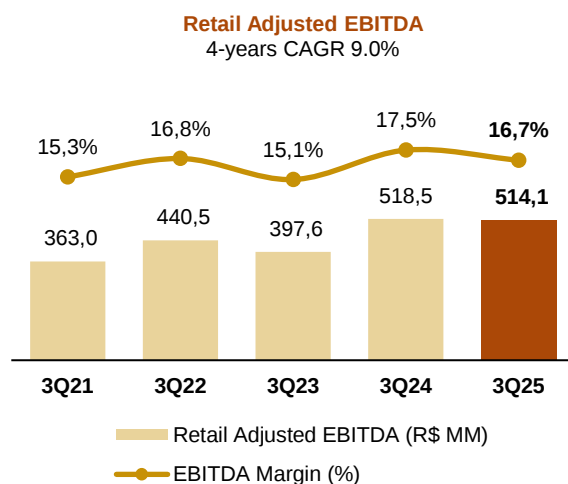
Finally, during the quarter expenses related to the Profit-Sharing Program (PPR) increased, reflecting the Company's year-to-date operating results. The comparison with the previous year, both for the quarter and the year-to-date, was impacted by the non-linear performance dynamics in 2024. The PPR provision is based on the accumulated annual results and the annual budget, rather than the achievement of targets in an isolated quarter.



Retail Adjusted EBITDA

R\$ million	3Q25		3Q24		Δ		9M25		9M24		Δ	
Gross profit	1,695.8	55.1%	1,615.9	54.7%	4.9%	0.4p.p.	5,298.0	55.9%	4,687.7	55.2%	13.0%	0.7p.p.
Operating expenses	(1,208.9)	-39.3%	(1,129.2)	-38.2%	7.1%	-1.1p.p.	(3,673.4)	-38.7%	(3,323.1)	-39.1%	10.5%	0.4p.p.
Other revenues/expenses	27.2	0.9%	31.8	1.0%	-14.5%	-0.1p.p.	57.6	0.6%	154.1	1.8%	-62.6%	-1.2p.p.
Retail Adjusted EBITDA	514.1	16.7%	518.5	17.5%	-0.8%	-0.8p.p.	1,682.2	17.7%	1,518.7	17.9%	10.8%	-0.2p.p.

In 3Q25, retail adjusted EBITDA reached **R\$ 514.1 million** with a **16.7%** margin. This performance was the result of deleveraging of one-off expenses in the quarter (-1.1p.p.) as well as a lower recovery of tax credits in Other revenues/expenses (-0.1p.p.), despite the evolution in Gross Margin (0.4p.p.).



Financial Services

Beginning 1Q25, the Company revised the timelines for recognizing overdue interest and writing-off of overdue assets, according to the regulations established by the Central Bank of Brazil (Bacen) and CMN, Resolution 4.966. This adjustment aims to align local accounting practices with international standards (IFRS 9), reinforcing the Company's commitment to transparency and best financial reporting practices.

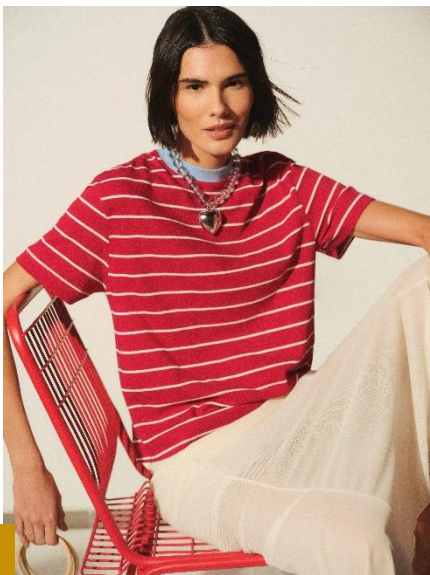
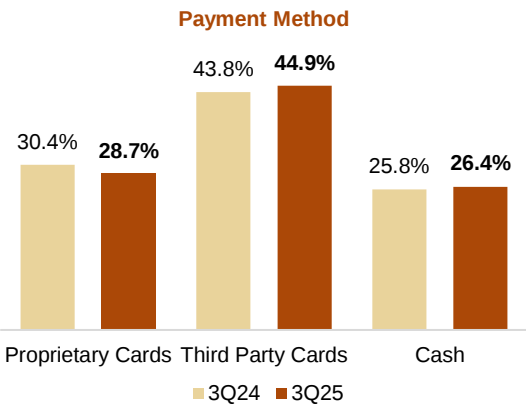
The following changes were implemented by the Company's Consolidated Financial Statements, together with their primary impacts:

Theme	Up to 12/31/2024	As from 01/01/2025	Effects	Frequency
Recognition of interest income	Up to 60 days past due	Up to 90 days past due	Increase in accounts receivable and increase in past due interest Increase in provision for losses on the portion of revenue added to the portfolio	Recurring
Write-off of delinquent portfolio	After 360 days	After 540 days	Increase in accounts receivable and a reduction in the amount of net credit losses	Non-recurring gains recognized exclusively in 1H25

PAYMENT METHOD

Realize CFI maintained its conservative credit policy, with new originations managed selectively and focused primarily on the Private Label, reinforcing its commitment to a low risk and well-controlled credit base. In this context, the volume of sales financed through proprietary cards remained stable compared to 3Q24. The slight decrease in participation was primarily due to the shorter duration of the cashback campaign during the period. The active customer base totaled **4.7 million** customers by quarter's end, remaining stable versus 2Q25 and 3Q24.

The average ticket on proprietary card sales **increased by 6.2% to R\$ 290** versus the overall average of R\$ 205, reinforcing the contribution of Realize CFI to customer loyalty and retail growth.



CREDIT PORTFOLIO

(R\$ million)	3Q25		3Q25 (ex 4,966)		3Q24		Δ 3T25x3T24		Δ 3Q25x3Q24 (ex 4,966)	
Total portfolio	6,395.7	100.0%	5,748.9	100.0%	5,734.5	100.0%	11.5%	-	0.3%	-
On due	4,556.4	71.2%	4,556.4	79.3%	4,469.9	77.9%	1.9%	-6.7p.p.	1.9%	1.4p.p.
Past due	1,839.3	28.8%	1,192.5	20.7%	1,264.7	22.1%	45.4%	6.7p.p.	-5.7%	-1.4p.p.
Stage 1	115.8	1.8%	115.8	2.0%	118.0	2.1%	-1.9%	-0.3p.p.	-1.9%	-0.1p.p.
Stage 2	230.0	3.6%	230.0	4.0%	230.3	4.0%	-0.1%	-0.4p.p.	-0.1%	0.0p.p.
Stage 3	1,493.5	23.4%	846.7	14.7%	916.4	16.0%	63.0%	7.4p.p.	-7.6%	-1.3p.p.

Stage 1 – Past due operations up to 30 days

Stage 2 – Past due operations from 31 to 89 days

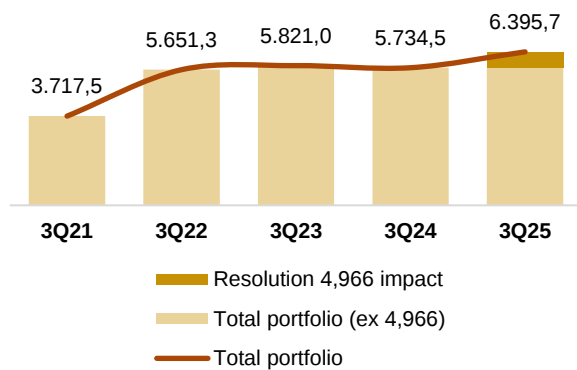
Stage 3 – Past due operations from 90 days

The total credit portfolio increased by **11.5%**, primarily reflecting the change in the write-off criteria for overdue assets - now occurring after 540 days past due, compared to 360 days previously - as well as the additional recognition of revenue. Excluding these effects, the portfolio remained stable at **0.3%** reflecting the continued improvement in risk profile. The performing portfolio increased by **1.9%** driven by higher card spending and growth in the Total Payment Volume (TPV).

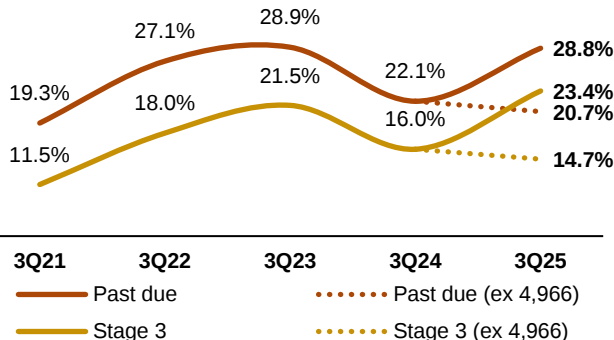
The overdue portfolio increased by **6.7p.p.**, due to the application of CMN Resolution 4.966. Excluding this effect, delinquency decreased by **1.4p.p.**, including a notable **1.3 p.p. decrease in Stage 3 loans (14.7%** of the total portfolio) reflecting stronger credit quality and improved collections. This improvement was primarily driven by the stable formation of balances over 90 days past due in nominal terms (NPL90 Formation) and reflects the positive impact of the Company's conservative credit initiatives and strengthened collection efficiency, which together contributed to the continued enhancement of credit quality.

Total coverage for losses reached **21.8%**, an increase of **5.4p.p.** Conversely, coverage of the overdue portfolio in Stage 3 (over 90 days past due) closed the quarter at **93.2%**, representing a reduction of **9.1p.p.**. When excluding the accounting effects of CMN Resolution 4.966, total coverage reached **15.5%**, a decrease of **0.8p.p.** reflecting the continued improvement in the quality of receivables. Coverage of the Stage 3 (over 90 days) portfolio would have been **105.5%**, an increase of **3.2p.p.**

Total portfolio
(R\$ MM)



Past due



FINANCIAL SERVICES RESULT

(R\$ million)	Effects of 4,966*			3Q25 (current)	3Q24	Δ 3Q25 (current) x 3Q24	Δ 3Q25 (current) x 3Q24
	Recurrent	Non-Recurrent	(ex 4,966)				
Revenues, net of funding	490.3	55.0	-	435.3	426.8	14.9%	2.0%
Credit losses, net of recoveries	(263.1)	(50.0)	-	(213.1)	(224.8)	17.1%	-5.2%
Operating expenses	(147.4)	-	-	(147.4)	(143.7)	2.5%	2.5%
Financial services result	79.8	5.0	-	74.8	58.3	36.9%	28.3%
% of Total Adjusted EBITDA	13.4%	0.8%	0.0%	12.6%	10.1%	3.3p.p.	0.2p.p.

(R\$ million)	Effects of 4,966*			9M25 (current)	9M24	Δ 9M25 (current) x 9M24	Δ 9M25 (current) x 9M24
	Recurrent	Non-Recurrent	(ex 4,966)				
Revenues, net of funding	1,513.4	175.0	-	1,338.4	1,282.1	18.0%	4.4%
Credit losses, net of recoveries	(696.0)	(130.0)	115.0	(681.0)	(742.9)	-6.3%	-8.3%
Operating expenses	(428.6)	-	-	(428.6)	(432.8)	-1.0%	-1.0%
Financial services result	388.7	45.0	115.0	228.7	106.5	265.1%	114.8%
% of Total Adjusted EBITDA	18.8%	2.2%	5.6%	11.1%	6.6%	12.2p.p.	0.7p.p.

*Approximate values.

Financial services result reached **R\$ 79.8 million for the quarter**, driven by the credit portfolio profile.

Revenues, net of funding, increased by **14.9%**, compared to 3Q24, primarily due to:

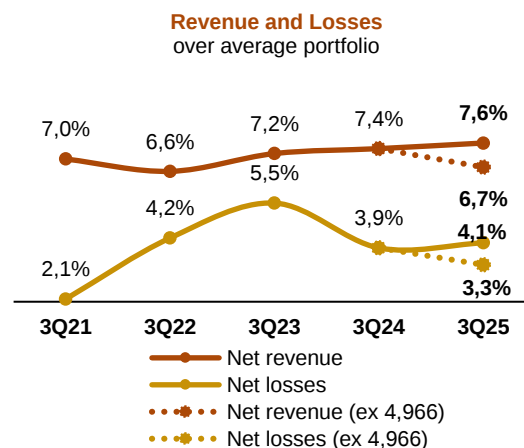
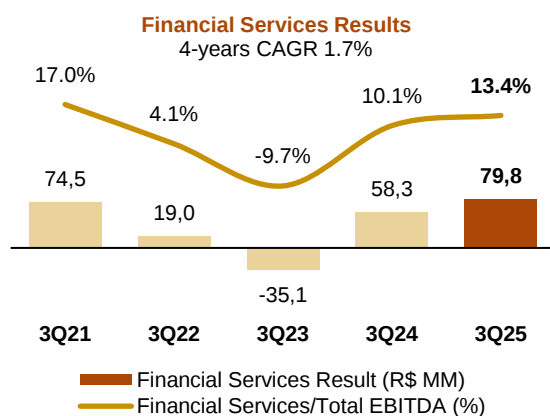
a) the recognition of overdue interest for the past-due portfolio in the 61 to 90-day segment, compared to the previous threshold of up to 60 days, resulting in an estimated gain of **R\$ 55 million** in 3Q25. While this effect is **recurring**, the amounts recognized in future periods will depend on portfolio performance and delinquency trends. This amount was lower when compared to 2Q25, reflecting the seasonal dynamics of the retail business, as the formation of the overdue portfolio up to 90 days in 2Q25 corresponded to sales volumes in 4Q24, a period that typically records stronger seasonal sales.

b) funding costs decreased by **R\$ 24.9 million** reflecting the partial substitution of Realize's third-party funding with Parent Company financing as shown in Explanatory Notes 25.3 and 31 of the Financial Statements. The related-party transaction is eliminated in the consolidated statements, specifically from the net revenues (net of funding) and financial income lines.

Credit losses increased **17.1%**, primarily due to the change in the methodology to calculate the period for recognizing overdue interest, which had an estimated negative impact of approximately **R\$ 50 million**. This variation also reflects the increased provisioning for losses associated with the additional revenue recognized in 3Q25 and the rollover of past due balances from 2Q25. On a comparable basis, credit losses declined **5.2%**, highlighting the lower need for provisioning given the improved risk profile of the credit portfolio.

The effects of additional revenue from the change in the methodology for the recognition of overdue interest, net of loss provisions, while recurring, were less significant in 3Q25 and are expected to remain so in 4Q25. Conversely, the non-recurring effect- the benefit associated with the extension of the write-off period for overdue assets to beyond 540 days, ceased to impact results as of 3Q25.

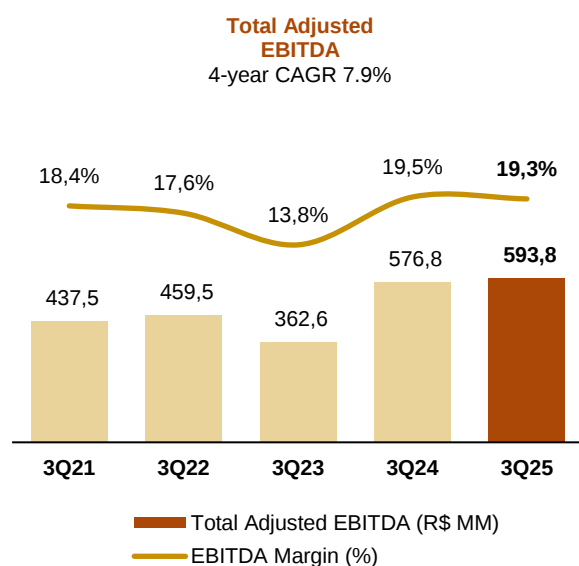
Expenses totaled **R\$ 147.4 million**, representing a **2.5% increase** year-over-year, a variation below both portfolio growth and inflation.



Total Adjusted EBITDA

(R\$ million)	3Q25	3Q24	Δ	9M25	9M24	Δ
Net Income for the Period	279,4	255,3	9,4%	904,9	709,5	27,5%
Income Tax and Social Contribution	(19,8)	24,3	NA	121,2	66,2	83,1%
Financial Result, Net	19,1	(6,6)	NA	83,4	(71,9)	NA
Depreciation and amortization	307,2	296,2	3,7%	936,2	891,3	5,0%
Total EBITDA	585,9	569,2	2,9%	2.045,7	1.595,1	28,2%
Stock Option Plan	4,9	6,3	-22,2%	17,2	18,4	-6,5%
Statutory Participation	-	-	NA	-	1,7	NA
Result of Disposals or Asset Write-Offs	3,0	1,3	130,8%	8,0	9,8	-18,4%
Total Adjusted EBITDA	593,8	576,8	2,9%	2.070,9	1.625,0	27,4%
Total Adjusted EBITDA margin	19,3%	19,5%	-0,2p.p.	21,8%	19,1%	2,7p.p.

In the quarter, total Adjusted EBITDA increased **2.9%**, reaching **R\$ 593.8 million**, with a **19.3%** margin, **0.2p.p.** lower than 3Q24, due to the higher operational result from Financial Services, despite retail performance. As previously described, Other Operating Revenues and Expenses had no material impact on 3Q25 results.



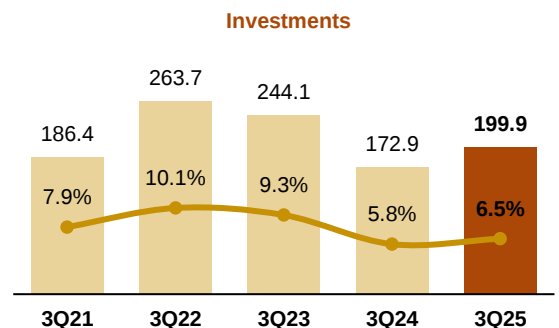
Investments and expansion

INVESTMENTS

(R\$ million)	3Q25	3Q24	9M25	9M24
New stores	42.6	44.8	60.6	86.7
Remodeling of installations and others	99.0	64.4	198.9	131.5
IT equipment and systems	51.0	57.4	152.8	144.2
Logistics and others	7.3	6.3	15.1	16.5
Total investments	199.9	172.9	427.4	379.0

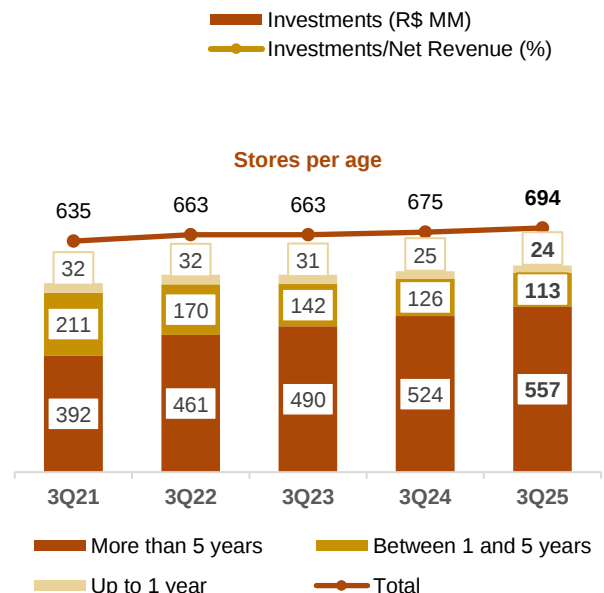
Investments totaled **R\$ 199.9 million** in the quarter, primarily allocated to store remodeling. The slight reduction in investments in these units reflects the construction and rollout schedule, with a greater concentration planned for the fourth quarter. During the 3Q25, five stores were opened, totaling 11 new units in the 9M25.

The Company plans to invest approximately **R\$ 850 million** in 2025, with a focus on store refurbishments aimed at enhancing operational productivity, alongside the opening of 30 to 37 new stores. This expansion will include: 15 to 20 Renner units, approximately 80% of which will be located in new markets with above-average store network profitability, further leveraging the growth of the online channel. In addition, the Company plans to open approximately 15 Youcom stores and 1 to 2 Camicado stores, complemented by investments in technology.



STORES IN OPERATION BY BUSINESS UNIT

Number of Stores	2024	3Q25	9M25
Renner	429	432	432
Openings	12	1	3
Closures	(7)	-	-
Camcicado	103	102	102
Openings	-	1	1
Closures	(4)	(1)	(2)
Youcom	135	142	142
Openings	11	3	7
Closures	-	-	-
Ashua	19	18	18
Openings	1	-	-
Closures	-	(1)	(1)
Total	686	694	694
Openings	24	5	11
Closures	(11)	(2)	(3)



DEPRECIATION AND AMORTIZATION

Depreciation and Amortization of fixed and intangible assets totaled **R\$ 177.6 million** in the quarter, representing a **2.1%** increase compared to 3Q24, due to the expansion of the asset base. Depreciation related to Right-of-Use assets, under IFRS 16, amounted to **R\$ 129.6 million**, a **6.0%** year-over-year increase.

Financial Management

FLUXO DE CAIXA LIVRE

(R\$ million)	3Q25	3Q24	Δ	9M25	9M24	Δ
Total Adjusted EBITDA	593.8	576.8	17.0	2,069.9	1,625.0	444.9
(+/-) Income Tax, Social Contribution/Financial Revenue	(25.1)	79.1	(104.2)	(100.8)	198.3	(299.1)
Operating Cash Flow	568.7	655.9	(87.2)	1,969.1	1,823.3	145.8
(+/-) Change in Working Capital	107.6	(49.8)	157.4	(633.8)	(499.8)	(134.0)
Accounts Receivable	435.2	161.6	273.6	842.2	820.7	21.5
Card Administrator Obligations	(3.4)	(28.1)	24.7	(139.5)	(70.7)	(68.8)
Inventory	(165.7)	(140.0)	(25.7)	(193.4)	(245.9)	52.5
Suppliers	190.2	102.9	87.3	(289.4)	(324.0)	34.6
Taxes	(159.4)	(74.8)	(84.6)	(359.0)	(274.5)	(84.5)
Other Accounts Receivable/Payable	(189.3)	(71.3)	(118.0)	(494.7)	(405.3)	(89.4)
(-) Capex	(202.9)	(176.0)	(26.9)	(457.9)	(407.6)	(50.3)
(-) Investments in subsidiaries	(0.4)	(19.1)	18.7	(0.4)	(31.2)	30.8
(=) Free Cash Flow	473.1	411.0	62.1	877.0	884.7	(7.7)

The increase in free cash flow was primarily due to the evolution in the management of working capital. Positive cash generation was maintained despite lower financial results and higher CAPEX.

(CASH) NET DEBT

(R\$ million)	09/30/2025	12/31/2024
Loans and Financing	-	522.4
Current	-	522.4
Non-current	-	-
Financing of Customer Credit Operations	373.9	423.1
Gross Debt	373.9	945.5
Cash and Cash Equivalents and Financial Investments	(1,634.2)	(2,771.3)
Net (Cash) Debt	(1,260.3)	(1,825.8)

The Company's net cash position decreased by R\$ 565.5 million versus December 2024, primarily due to the deployment of **R\$ 860.1 million** for the share buyback (~85% of the program) as well as the payment of **R\$ 572.2 million** of interest on equity related to 4Q24, 1Q25 and 2Q25, a **grand total of R\$ 1,432.3 million**, reverted to the shareholders. These effects were partially compensated by the free cash generation of **R\$ 877.0 million** in the period.

Financial Result

(R\$ MM)	3Q25	3Q24	Δ	9M25	9M24	Δ
Financial Revenues	47.1	72.4	-34.9%	122.4	261.8	-53.2%
Income from cash equivalents and financial investments	33.3	48.7	-31.6%	102.1	153.3	-33.4%
Selic interest on tax credits	13.7	23.7	-41.9%	20.3	108.5	-81.3%
Financial Expenses	(58.2)	(74.0)	-21.3%	(192.9)	(238.3)	-19.1%
Interest on loans, financing and debentures	(0.0)	(16.0)	-100.0%	(9.7)	(57.7)	-83.3%
Interest on leasing	(58.2)	(58.0)	0.3%	(183.3)	(180.7)	1.4%
Variations in foreign exchange and monetary restatement, net	(10.4)	6.4	NA	(23.5)	48.6	NA
Other revenues and expenses, net	2.4	1.9	25.0%	10.6	(0.2)	<-1000%
Financial Result	(19.1)	6.6	NA	(83.4)	71.9	NA

The Company reported a **negative** financial result of **R\$ 19.1 million**, compared to a **positive result of R\$ 6.6 million** in 3Q24. This variation was primarily attributable to the non-comparability of income from interest on recovered tax credits recognized in 3Q24, as well as a lower contribution from the net effects of exchange rate and monetary restatement variations related to the Argentine subsidiary.

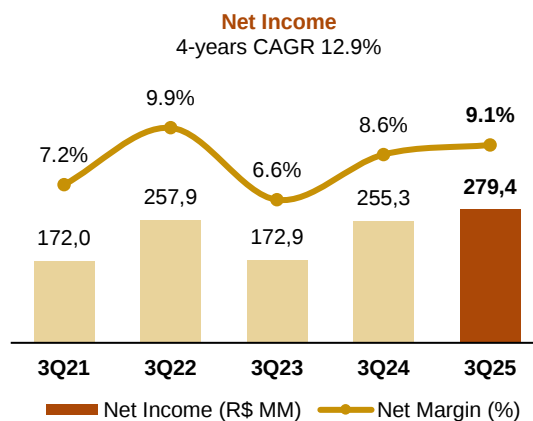
In addition, financial income from cash and financial investments decreased in the quarter reflecting the reduced cash position. The consolidated result also reflects the elimination of intercompany funding between Renner and Realize CFI, whose revenue benefit is offset by cash income at the group level. These effects were partially offset by the higher interest rate environment.

Net Income

Net Income increased **9.4%** year-over-year, reaching **R\$ 279.4 million**, primarily due to stronger operating performance, as well as the lower effective tax rate (see Explanatory Note 11.4).

Earnings per share for the quarter were **R\$ 0.2803**, **15.5%** higher than the preceding year (R\$ 0.2427 per share).

In the quarter, shareholders received **R\$ 217.9 million** in Interest on Equity (IoE), compared to R\$161.4 million in 3Q24, equivalent to **R\$0.219727** per share (R\$0.168760 in 3Q24). Payment is scheduled to begin on October 7, 2025.



Consolidated Income Statements

(R\$ MM)	3Q25	3Q24	9M25	9M24
Net Operating Revenue	3.563,5	3.390,5	10.988,6	9.819,1
Net Revenue from merchandise sales	3.072,1	2.945,6	9.463,0	8.464,1
Net Revenue from Services	491,4	444,9	1.525,6	1.355,0
Cost of Sales	(1.377,4)	(1.347,8)	(4.177,3)	(3.849,3)
Cost of merchandise sales	(1.379,8)	(1.336,8)	(4.176,1)	(3.797,3)
Cost of services	2,4	(11,0)	(1,2)	(52,1)
Gross Profit	2.186,1	2.042,7	6.811,4	5.969,8
Operating Expenses	(1.907,2)	(1.769,7)	(5.701,8)	(5.265,9)
Sales	(803,0)	(745,9)	(2.421,6)	(2.207,0)
General and Administrative	(373,0)	(357,1)	(1.150,7)	(1.053,7)
Depreciation and amortization	(307,2)	(296,2)	(936,2)	(891,4)
Credit Losses, Net	(263,1)	(224,8)	(696,0)	(742,9)
Other Operating Results	(161,0)	(145,7)	(497,3)	(370,9)
Operating Profit (loss) before Financial Result	278,9	273,0	1.109,6	703,9
Financial Result, Net	(19,1)	6,6	(83,4)	71,9
Income Tax and Social Contribution	19,8	(24,3)	(121,2)	(66,2)
Net Income for the Period	279,6	255,3	904,9	709,5

Consolidated Balance Sheets

(R\$ MM)	09/30/2025	12/31/2024
TOTAL ASSETS	18.348,6	20.364,5
Current Assets	10.617,3	12.316,7
Cash and Cash Equivalents	866,9	1.926,1
Financial Investments	767,3	845,2
Accounts Receivable	6.060,7	6.902,9
Inventories	2.123,3	1.929,9
Recoverable Taxes	535,6	414,2
Income tax and social security contributions recoverable	151,3	164,1
Financial Derivatives	0,2	27,8
Other Assets	112,0	106,5
Non-Current Assets	7.731,3	8.047,8
Recoverable Taxes	301,5	305,7
Income tax and social security contributions recoverable	29,4	31,3
Deferred Income Tax and Social Contribution	810,1	790,2
Other Assets	103,2	97,7
Investments	54,4	56,6
Fixed Assets	2.816,1	2.900,4
Right of Use of Assets	2.057,7	2.252,5
Intangible	1.558,9	1.613,4
TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS EQUITY	18.348,6	20.364,5
Current Liabilities	6.036,1	7.647,6
Loans, Financing and Debentures	-	522,4
Financing – Financial Services Operations	29,9	409,3
Financial Leases payable	745,1	783,9
Suppliers	1.517,6	1.807,3
Obligations with Card Administrators	2.470,7	2.610,2
Fiscal Obligations	196,6	545,3
Social and Labor Obligations	514,4	488,5
Statutory Obligations	191,9	170,6
Provision for Risks	102,8	90,0
Financial Derivatives	66,1	-
Other Obligations	201,0	220,1
Non-Current Liabilities	2.169,6	1.944,0
Financing – Financial Services Operations	344,0	13,7
Financial Services Payable	1.750,2	1.847,6
Deferred Income Tax and Social Contribution	1,4	5,7
Suppliers	2,2	1,8
Provision for Risks	58,2	56,2
Other Obligations	13,6	19,0
Shareholders' Equity	10.142,9	10.772,9
Capital Stock	9.544,8	9.540,9
Treasury Stock	(1.003,3)	(154,4)
Capital Reserves	187,0	166,4
Profit Reserves	1.079,0	1.079,0
Other Comprehensive Income	41,1	141,0
Retained Earnings (Accumulated Deficit)	294,3	-

Consolidated Cash Flows

(R\$ MM)	3Q25	3Q24	9M25	9M24
Cash flows from operating activities				
Adjusted net income	682,9	622,9	2.863,9	1.746,0
(Increase) Reduction in the Assets				
Accounts receivable from customers	433,9	238,3	362,1	1.091,2
Inventories	(170,9)	(138,3)	(186,0)	(219,8)
Taxes recoverable	(60,8)	66,1	(126,7)	(127,6)
Other assets	(9,8)	23,2	(76,3)	2,7
Increase (Reduction) in Liabilities				
Suppliers	188,7	111,5	(266,0)	(296,4)
Fiscal obligations	(157,2)	(186,5)	(303,1)	(224,4)
Obligations with card administrators	(3,4)	(28,1)	(139,5)	(70,7)
Other obligations	(7,4)	67,3	(74,2)	93,1
Payment of income tax and social contribution	(30,8)	(0,5)	(162,1)	(108,0)
Interest paid on loans, financing and debentures	(75,6)	(37,0)	(114,9)	(136,3)
Net cash generated by operating activities, before investments. Financial	789,6	738,9	1.777,2	1.749,8
Financial investments	190,0	(226,1)	77,9	(223,6)
Net cash generated by operating activities	979,6	512,8	1.855,1	1.526,2
Cash flows from investment activities				
Acquisitions of fixed and intangible assets	(202,9)	(176,0)	(457,8)	(407,6)
Net cash consumed by investment activities	(202,9)	(176,0)	(457,8)	(407,6)
Cash flows from financing activities				
Capital increase net of issuance costs	3,9	-	3,9	-
Share buy-back	(212,6)	-	(860,6)	-
Borrowing and amortization of loans and debentures	(156,8)	(68,5)	(514,6)	(734,0)
Lease installment payable	(200,1)	(182,0)	(578,2)	(588,0)
Interest on equity and dividends payable	(177,1)	(129,6)	(497,1)	(550,9)
Cash flows from financing activities	(742,7)	(380,1)	(2.446,6)	(1.872,9)
Effect of exchange rate variation on balance of cash and cash equivalents	(0,6)	(4,8)	(10,0)	6,5
Variation in cash and cash equivalents	33,4	(48,1)	(1.059,3)	(747,8)
Cash and cash equivalents at the start of the period	833,5	1.832,5	1.926,1	2.532,2
Cash and cash equivalents at the end of the period	866,9	1.784,4	866,9	1.784,4

About

Lojas Renner S.A.

The Company was incorporated in 1965 and listed in 1967, becoming a pure widely held company in 2005 with a 100% free float, being considered the first true Brazilian corporation. Renner's equities are traded on B3 under the LREN3 symbol in the Novo Mercado segment, the highest level of corporate governance

Lojas Renner S.A. is a fashion and lifestyle ecosystem connected to its customers through digital channels and its physical stores in Brazil, Argentina and Uruguay. It is today the ecosystem leader in omnichannel fashion retailing in Brazil through the Renner, Camicado, Youcom, Realize CFI and Repassa businesses.

Renner's value proposition is to deliver the best omni experience in fashion with different styles for the medium/high end segment, enchanting our customers with quality products and services at competitive prices, always innovating in a sustainable way. Renner designs and sells quality apparel, footwear and underwear under its own labels representing the lifestyle concept.

Camicado, acquired in 2011, is a store network with more than 35 years of specialization in the Home & Décor market. The company offers a wide selection of products for decoration, domestic utensils, small electrical household appliances, organization, bed, bath, and tableware.

Youcom, created in 2013, is a fashion brand with a lifestyle inspired by urban youth, offering an omnichannel experience for its customers. The brand continues to grow, fulfilling its proposition to enchant and connect people to a youth lifestyle with fashion.

Ashua is a plus size fashion brand launched in 2016, inspiring female empowerment and celebrating diversity, offering modern collections, prioritizing comfortable cuts and style for each woman through the omnichannel experience.

Realize is a financial institution supporting the loyalty and convenience of ecosystem customers offering a set of financial services, among them, the Renner Card and Meu Cartão.

The Company also has **Repassa**, an online platform for reselling clothing, footwear and accessories.

Investor Relations

CFO and IRO
Daniel Martins dos Santos

Investor Relations
ri@lojasrenner.com.br
Fabiana Oliver
Carla Sffair
Caroline Luccarini
Maurício Töller
Luciana Moura

Corporate Governance
gc@lojasrenner.com.br
Eloisa Sassen
Bruna Miranda
Pedro da Costa

LEGAL NOTICE

The statements contained within this document relate to the prospects for the business, estimates for operating and financial results. and those related to growth prospects of Lojas Renner S.A. are merely projections and, as such, are based exclusively on the expectations of the Company's management with respect to the future of the business. Such forward-looking statements depend substantially on changes in market conditions, the performance of the Brazilian economy, the sector and the international markets and are therefore subject to change without prior notice.

All variations and totals as well as rounded numbers presented herein are calculated in thousands of Reais.

LOJAS RENNER S.A.

RENNER CAMICADO youcom realize ASHUA repasse

