

Resultados 3T26

LOJAS RENNER S.A.

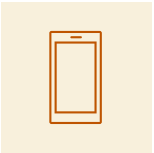
RENNER CAMICADO YOUCOM realize ASHUA

Destaques do trimestre

5 de novembro de 2026 - A Lojas Renner S.A. (B3: LREN3), anuncia seus resultados do 3T26 e 9M26. 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.



Margem bruta de varejo recorde de **55,5% (+0,4p.p.)** e margem bruta de vestuário de **56,5% (+0,3p.p.)**



GMV digital cresceu **3,7%**, com participação de **17,5%** sobre as vendas totais do varejo



Disciplina na **gestão de despesas** operacionais de varejo, com **redução de 1,1%**



EBITDA de Varejo de **R$ 530,3 MM (+3,2%)**, com margem de **17,5% (+0,8p.p.)**



Realize com resultado de **R$ 40,7 MM** e inadimplência permanece controlada



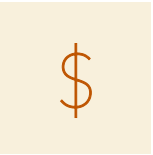
Lucro líquido de **R$ 246,4 MM** e lucro por ação de **R$ 0,2583**



Mais um trimestre de evolução no ROIC[1] LTM, que atingiu **14,8% (+0,4p.p.)**, acima do custo de capital



Fluxo de Caixa Livre de **R$ 423,4 MM** (R$ 816,7MM em 9M26); posição robusta de caixa de **R$ 2,0 bi** e caixa líquido de **R$ 1,2 bi**



Recompra de ações totalizando **R$ 187,3 MM** (R$ 500,3 MM em 9M26) e deliberação de **R$ 227,5 MM** de JCP (R$ 665,3 MM em 9M26)



Inauguração de 22 lojas e **23 reformas** em 9M26

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



Videoconferência de Resultados

6 de novembro de 2026
10:00h BRT / 8:00h EST

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

https://us06web.zoom.us/webinar/register/WN_2ZyqBiBqRDCTxnw7UPpssg

LREN3

Fechamento em 30/10/2026

- **Cotação**
  R$ 8,98/ação
- **Valor de mercado**
  R$ 8,5 bilhões
- **Ações em circulação**
  945,5 milhões

Mensagem do Presidente

O terceiro trimestre de 2026 foi marcado por um ambiente de consumo mais desafiador para o varejo de moda, com contínua pressão sobre a renda disponível e intensificação da competição, especialmente por parte das plataformas internacionais. Mantivemos o foco em adaptar nossa oferta comercial ao atual contexto de consumo dos clientes, por meio de ajustes no mix de produtos e preços, preservando o posicionamento de nossas marcas e seus atributos de moda, qualidade e diferenciação.

Observamos uma recuperação gradual da demanda ao longo do trimestre, porém em ritmo inferior ao projetado. Encerramos o período com receita líquida de varejo de **R$ 3,0 bilhões**, menor em 1,6% em relação ao ano anterior. Em resposta a esse desempenho, avançamos na revisão do sortimento e em iniciativas comerciais, focando em atrair fluxo de clientes, melhorar a conversão e fortalecer a produtividade de vendas.

O canal digital apresentou desempenho superior ao das lojas físicas, com **GMV de R$ 705 milhões**, maior em 3,7% e participação de 17,5% nas vendas totais de varejo. **Mantivemos os investimentos para o aumento do engajamento de clientes e da performance de vendas,** maior integração entre os canais, e uma jornada de compras cada vez mais personalizada e fluida. A inteligência artificial é uma alavanca relevante, com aplicações que já contribuem para ganhos de conversão e produtividade. Também avançamos em *social commerce* através do TikTok Shop, com resultados favoráveis e alinhados às tendências de maior integração entre conteúdo e experiência compra.

Expandimos a margem bruta de varejo em 0,4 p.p., **alcançando nível recorde de 55,5% para um terceiro trimestre**. As eficiências do nosso modelo operacional, combinadas aos efeitos favoráveis do câmbio, mais do que compensaram a maior intensidade promocional, demonstrando a nossa capacidade de adaptação. As despesas operacionais de varejo (ex PPR e ILP) cresceram 1,3%, e refletiram a gestão criteriosa dos gastos e o avanço das iniciativas de eficiência operacional, apesar da inflação e da expansão da área de vendas.

Na Realize, mantivemos uma política seletiva de concessão de crédito, priorizando a qualidade da carteira em um ambiente de elevado endividamento das famílias. Os indicadores de inadimplência estão em linha com as nossas ‘expectativas e as coberturas para perdas permanecem adequadas. Seguimos confiantes na estratégia e no papel da Realize na fidelização dos clientes e na geração de valor para o ecossistema Lojas Renner S.A.

A atual conjuntura macroeconômica e competitiva aumentou o grau de incerteza reduzindo a previsibilidade do ritmo de crescimento da receita. Nesse contexto, **optamos por descontinuar as projeções de crescimento da receita líquida para 2026 e para o período de 2027 a 2030**. As demais projeções permanecem inalteradas, sustentadas pelo nosso foco contínuo em eficiência operacional, investimentos disciplinados e nas oportunidades estruturais para fortalecer a rentabilidade e os retornos.

Nossa prioridade de curto prazo é acelerar a execução de iniciativas comerciais, garantindo que nossa proposta de valor permaneça alinhada às necessidades em constante evolução dos consumidores, ao mesmo tempo em que identificamos novas oportunidades para aprimorar a produtividade e a eficiência operacional. Continuamos avançando em nosso plano de longo prazo, que inclui o fortalecimento de nossas capacidades digitais, melhorias em nossa infraestrutura tecnológica e logística, e a expansão e a renovação de lojas com foco na ampliação da base de clientes omni. Temos convicção na atratividade das oportunidades identificadas e **reafirmamos nosso compromisso de abertura de 50 a 60 lojas esse ano**.

Estamos confiantes na força de nossas marcas, em nosso modelo operacional integrado e nas competências que construímos ao longo do tempo. Nosso foco está em converter esses diferenciais em ganho de *market share*, mantendo rentabilidade sustentável e criação de valor a longo prazo para nossos clientes, colaboradores e acionistas.

Porto Alegre, 5 de novembro de 2026

Fabio Adegas Faccio - Diretor Presidente

Classificação: Confidencial

Principais indicadores

R$ milhões	3T26	3T25	Δ	9M26	9M25	Δ
Receita líquida de varejo	3.029,4	3.079,1	*-1,6%*	9.594,6	9.485,7	*1,1%*
Vendas em mesmas lojas - varejo	-2,5%	3,1%	*n.a*	0,3%	10,5%	*n.a*
Receita líquida de vestuário	2.703,1	2.723,3	*-0,7%*	8.613,0	8.426,8	*2,2%*
Vendas em mesmas lojas - vestuário	-1,8%	3,3%	*n.a*	1,2%	11,4%	*n.a*
GMV digital (1P + 3P)	705,1	679,8	*3,7%*	2.170,0	2.004,1	*8,3%*
Penetração do GMV Digital	17,5%	16,7%	*0,8p.p.*	17,0%	15,9%	*1,1p.p.*
Margem bruta de varejo	55,5%	55,1%	*0,4p.p.*	56,6%	55,9%	*0,7p.p.*
Margem bruta de vestuário	56,5%	56,2%	*0,3p.p.*	57,8%	57,0%	*0,8p.p.*
Despesas operacionais de varejo (pós IFRS 16)	(1.195,9)	(1.208,8)	*-1,1%*	(3.751,4)	(3.673,4)	*2,1%*
% Receita liq. de varejo	-39,5%	-39,3%	*0,2p.p.*	-39,1%	-38,7%	*0,4p.p.*
Despesas operacionais de varejo (ex IFRS 16)	(1.372,6)	(1.378,3)	*-0,4%*	(4.275,7)	(4.175,7)	*2,4%*
% Receita liq. de varejo	-45,3%	-44,8%	*0,5p.p.*	-44,6%	-44,0%	*0,6p.p.*
EBITDA de varejo	530,3	514,1	*3,2%*	1.809,0	1.682,2	*7,5%*
Margem EBITDA de varejo	17,5%	16,7%	*0,8p.p.*	18,9%	17,7%	*1,2p.p.*
Resultado de serviços financeiros	40,7	79,8	*-49,0%*	217,1	273,7	*-20,7%*
EBITDA Total Ajustado	570,9	593,9	*-3,9%*	2.026,0	2.070,9	*-2,2%*
Margem EBITDA total	18,8%	19,3%	*-0,5p.p.*	21,1%	21,8%	*-0,7p.p.*
Fluxo de caixa livre	423,4	473,6	*-10,6%*	816,7	877,5	*-6,9%*
Lucro líquido	246,4	279,4	*-11,8%*	908,3	904,9	*0,4%*
Margem Líquida	8,1%	9,1%	*-1,0p.p.*	9,5%	9,5%	*0,0p.p.*
Lucro por ação (R$)	0,2583	0,2803	*-7,8%*	0,9380	0,8862	*5,8%*
ROIC[1] LTM	14,8%	14,4%	*0,4p.p.*	14,8%	14,4%	*0,4p.p.*

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





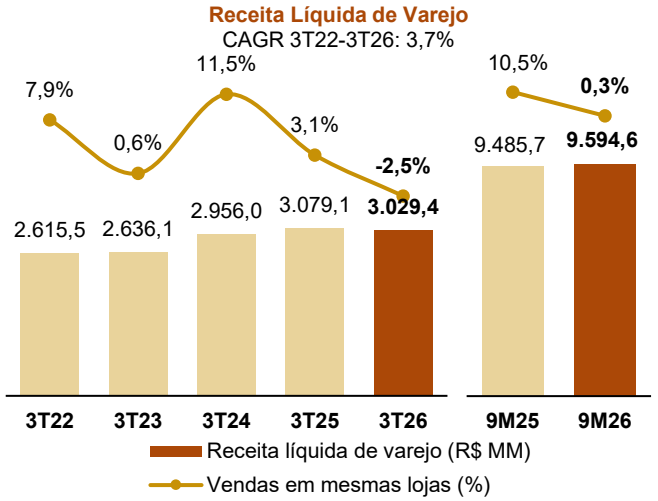
Desempenho Varejo

Receita líquida de varejo

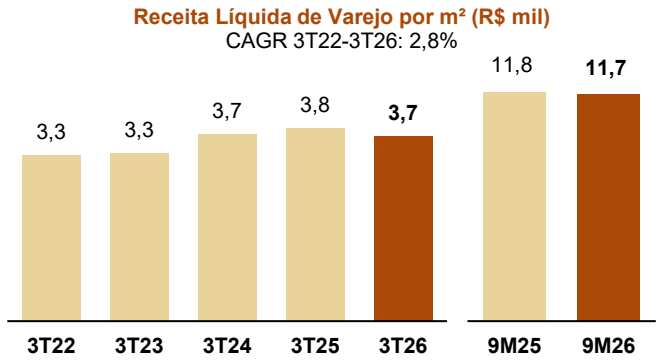
R$ milhões	3T26	3T25	Δ	9M26	9M25	Δ
Receita líquida de varejo	**3.029,4**	**3.079,1**	***-1,6%***	**9.594,6**	**9.485,7**	***1,1%***
Renner	2.753,4	2.822,1	*-2,4%*	8.791,1	8.721,4	*0,8%*
Youcom	138,8	121,8	*14,0%*	402,4	368,3	*9,3%*
Camicado	137,2	135,2	*1,5%*	401,1	396,0	*1,3%*
Vendas em mesmas lojas	-2,5%	3,1%	*n.a*	0,3%	10,5%	*n.a*
Receita líquida de vestuário	**2.703,1**	**2.723,3**	***-0,7%***	**8.613,0**	**8.426,8**	***2,2%***
Vendas em mesmas lojas - vestuário	-1,8%	3,3%	*n.a*	1,2%	11,4%	*n.a*
Dados operacionais						
GMV Digital (1P + 3P)	705,1	679,8	*3,7%*	2.170,0	2.004,1	*8,3%*
Participação do digital	17,5%	16,7%	*0,8p.p.*	17,0%	15,9%	*1,1p.p.*
Receita líquida do varejo/m² (R$ mil)	3,67	3,82	*-4,1%*	11,66	11,78	*-1,1%*
Ticket médio total (R$)	212,1	204,8	*3,6%*	214,7	209,2	*2,6%*
Ticket médio dos cartões próprios (R$)	295,2	289,9	*1,8%*	299,1	293,2	*2,0%*
Área de vendas média (mil m²)	826,3	805,8	*2,5%*	822,9	805,0	*2,2%*

Nota: a receita líquida do segmento de varejo inclui a receita das vendas de mercadorias (categorias de vestuário, calçados, beleza, casa e decoração), bem como a receita dos serviços relacionados às operações de *marketplace*. Para fins de melhor análise, a receita das operações de Ashua é apresentada junto à operação da Renner.

A receita líquida consolidada de varejo totalizou **R$ 3.029,4 milhões** no 3T26, menor em **1,6%** em relação ao mesmo período de 2025. No conceito de vendas em mesmas lojas (SSS) a redução foi de **2,5%**. Na categoria de vestuário, a receita líquida totalizou **R$ 2.703,1 milhões**, redução de **0,7%**, enquanto SSS registrou redução de **1,8%**.



O desempenho do 3T26 refletiu um ambiente de consumo mais desafiador, caracterizado por maior seletividade e sensibilidade a preço, em um contexto de juros e endividamento das famílias elevados. Essa dinâmica foi acompanhada por maior intensidade competitiva, especialmente diante da expansão das plataformas internacionais de *cross-border,* impulsionado pelo benefício fiscal federal concedido a essas empresas, a partir de maio de 2026. Os jogos da Copa do Mundo também afetaram o fluxo no início do trimestre, conforme já mencionado na última videoconferência de resultados.



Ao longo do trimestre, a Companhia observou uma melhora gradual das vendas, porém em ritmo inferior ao esperado, que acabou não compensando o desempenho mais fraco do início do período. A resposta do consumidor permaneceu distinta entre categorias e canais, reforçando a necessidade de calibrar a oferta comercial e o sortimento ao atual perfil da demanda.

Diante de um ambiente macroeconômico de maior incerteza, marcado por mudanças regulatórias relevantes para o setor, a capacidade da Companhia de estimar, com o grau de confiabilidade adequado, a evolução de variáveis externas que afetam sua receita tornou-se mais limitada. Nesse contexto, a **Companhia decidiu descontinuar as projeções de crescimento da receita líquida para 2026 e para o período de 2027 a 2030**.

No acumulado de nove meses, a receita líquida de varejo totalizou **R$ 9.594,6 milhões**, crescimento de **1,1%**. Já o SSS foi positivo em **0,3%**. Na categoria de vestuário, a receita totalizou **R$ 8.613,0 milhões**, crescimento de **2,2%**, enquanto o SSS foi positivo em **1,2%**.

- **Renner**

A **Renner** apresentou receita líquida de **R$ 2.753,4 milhões**, com redução de **2,4%** no trimestre.

O cenário macro se traduziu em um padrão de demanda diferente da observada em períodos anteriores e planejada para o período, com maior procura por produtos versáteis, de uso recorrente e menor preço. Os itens de entrada e os produtos essenciais apresentaram maior resiliência, enquanto o topo da pirâmide, com maior conteúdo de moda e diferenciação, também registrou resposta favorável. A Companhia identificou oportunidades para aumentar a profundidade dos itens de entrada e, no *core*, ampliar a versatilidade dos produtos e equilibrar a composição de preços.

A partir disso, a Companhia iniciou a calibragem do sortimento e da pirâmide de preços, com maior disponibilidade de itens de entrada em categorias específicas e ajuste do core para uma oferta mais versátil. Também intensificou iniciativas comerciais, com ofertas progressivas e combinações de produtos, com decisões orientadas pela resposta dos clientes e pela relação entre preço e volume. Esses movimentos buscam adequar a oferta ao perfil da demanda atual, preservando o posicionamento da marca e seus atributos de moda, qualidade e diferenciação.

Por fim, vale ressaltar que a exclusão da categoria de produtos de beleza do regime de ICMS ST no estado de São Paulo, a partir de 1º de abril de 2026, reduziu o crescimento da receita líquida no trimestre em **0.4p.p.** Trata-se de um efeito contábil, sem impacto no lucro bruto.

No acumulado de nove meses, a receita líquida totalizou **R$ 8.791,1 milhões**, crescimento de **0,8%**.

A **Renner** lançou a coleção Primavera-Verão em um evento que integrou moda, cultura e influência, com destaque para alfaiataria contemporânea, matérias-primas diferenciadas com o uso de tecidos *premium* e tecnológicos.

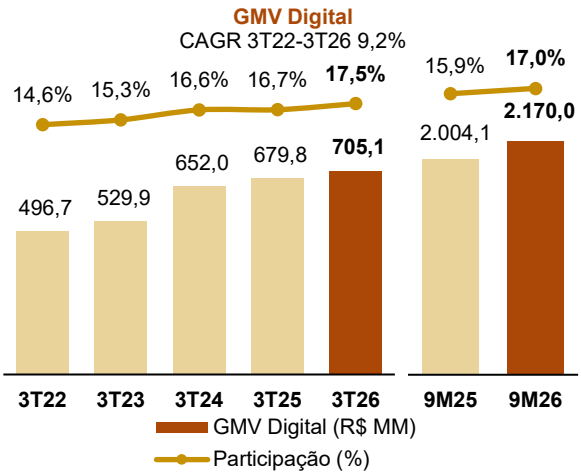
A estratégia ganhou força com edições limitadas, licenças e *collabs*, como a parceria com **Francesca**, que alcançou alto *sell-through* ao unir moda autoral, desejo e acessibilidade.

Essas iniciativas reforçaram a conexão com os consumidores e a relevância da Renner como marca de moda.



- **Digital**

O GMV digital totalizou **R$ 705,1 milhões**, crescimento de **3,7%**, com participação de **17,5%** das vendas totais do varejo. O canal mostrou desempenho superior ao das lojas físicas e ampliou sua participação nas vendas totais. Entretanto, sua performance também refletiu o ambiente de consumo mais desafiador, maior pressão promocional no setor e a crescente presença de plataformas globais.



A Companhia manteve níveis de investimento em marketing consistentes com a estratégia do canal, priorizando iniciativas com maior potencial de conversão e retorno. A evolução do digital permanece vinculada ao fortalecimento da oferta comercial, à maior aderência do sortimento e à capacidade de utilizar de forma integrada os estoques, dados, tecnologia, lojas e infraestrutura de distribuição.

Ao longo do trimestre, a Companhia estendeu a mais categorias funcionalidades baseadas em inteligência artificial, incluindo recomendação de produtos, busca por imagem, provador virtual, produção de imagens e vídeos e assistente de moda. Essas iniciativas reduzem fricções, elevam a conversão e aprofundam a personalização da jornada de compra. A Companhia também expandiu suas iniciativas de *social commerce*, com ativações e transmissões ao vivo no TikTok Shop, que apresentaram resultados favoráveis. Esse canal é uma importante ferramenta de aquisição de clientes, aumento de conversão e criação de conteúdo de moda, ao mesmo tempo em que aprofunda o conhecimento sobre a jornada de compra nas plataformas sociais.

No acumulado de nove meses, o GMV digital totalizou **R$ 2.170,0 milhões**, crescimento de **8,3%**, com participação de **17,0%** sobre as vendas totais do varejo.



Classificação: Confidencial

- **Negócios especializados**

A **Youcom** registrou receita líquida de **R$ 138,8 milhões**, crescimento de **14,0%**. A performance foi suportada pela expansão da base de lojas, enquanto o ambiente competitivo mais intenso no segmento jovem continuou pressionando a produtividade da marca, especialmente em um público mais exposto às plataformas digitais.

As categorias femininas apresentaram desempenho consistente, contribuindo para sustentar as vendas e apoiar a renovação dos estoques. A marca segue ampliando a produtividade das categorias masculina e jeans e vem ajustando o sortimento, inclusive por meio da ampliação da oferta de itens básicos, visando à evolução gradual da produtividade ao longo dos próximos trimestres.

No acumulado de nove meses, a receita líquida totalizou **R$ 402,4 milhões**, crescimento de **9,3%**.





A **Camicado** alcançou receita líquida de **R$ 137,2 milhões**, crescimento de **1,5%**. Mesmo em um contexto ainda desafiador para o setor de casa e decoração, o desempenho do trimestre foi beneficiado pelo fortalecimento dos canais digitais, com maior relevância do WhatsApp nas vendas e evolução operacional da plataforma digital, que segue ganhando participação nas vendas totais.

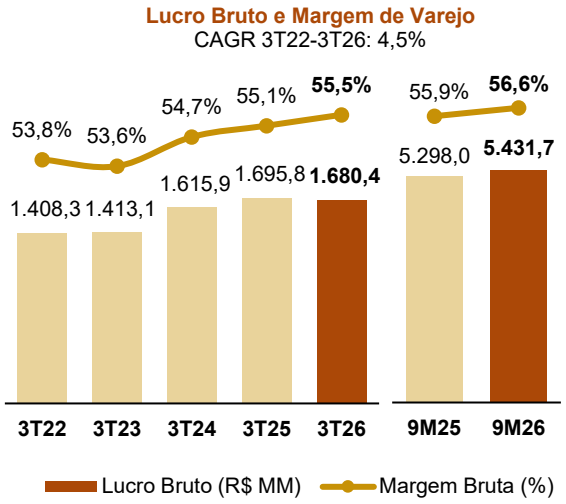
No acumulado de nove meses, a receita líquida totalizou **R$ 401,1 milhões**, crescimento de **1,3%**. O negócio segue priorizando produtividade, aumento da participação de produtos exclusivos e gestão ativa de portfólio, com integração crescente entre os canais físico e digital.

Lucro bruto e margem de varejo

R$ milhões	3T26	3T25	Δ	9M26	9M25	Δ
Lucro bruto de varejo	**1.680,4**	**1.695,8**	***-0,9%***	**5.431,7**	**5.298,0**	***2,5%***
Margem bruta de varejo	**55,5%**	**55,1%**	***0,4p.p.***	**56,6%**	**55,9%**	***0,7p.p.***
Renner	55,2%	54,8%	*0,4p.p.*	56,4%	55,6%	*0,8p.p.*
Youcom	58,7%	60,3%	*-1,6p.p.*	61,2%	61,4%	*-0,2p.p.*
Camicado	58,3%	56,2%	*2,1p.p.*	57,3%	55,8%	*1,5p.p.*
Lucro bruto de vestuário	**1.526,0**	**1.530,4**	***-0,3%***	**4.976,6**	**4.805,3**	***3,6%***
Margem bruta de vestuário	**56,5%**	**56,2%**	***0,3p.p.***	**57,8%**	**57,0%**	***0,8p.p.***

Nota: o lucro bruto do segmento de varejo inclui o custo das vendas de mercadorias (categorias de vestuário, calçados, beleza, casa e decoração). Para fins de melhor análise, o custo das operações de Ashua é apresentado junto à operação da Renner.

O lucro bruto consolidado de varejo totalizou **R$ 1.680,4 milhões**, redução de **0,9%**. A margem bruta de varejo alcançou **55,5%** recorde para um terceiro trimestre, expansão de **0,4p.p.** versus o ano anterior, enquanto a margem bruta de vestuário atingiu **56,5%**, com crescimento de **0,3p.p.** ambas beneficiadas pelas eficiências do nosso modelo operacional, combinadas aos efeitos favoráveis do câmbio.



Ao longo do trimestre, a Companhia intensificou ações promocionais para apoiar o escoamento de produtos antigos e dos saldos da coleção de inverno, bem como ações pontuais para fomentar o fluxo nos canais digitais, principalmente nos eventos de 08/08 e 09/09.

Diante da mudança na composição da demanda, a Companhia utilizou a agilidade e a reatividade de sua cadeia de fornecimento, bem como a flexibilidade do modelo de abastecimento, para ajustar a oferta de mercadorias às tendências de venda observadas ao longo do trimestre, mitigando parcialmente a formação de estoques adicionais.

Ao final do trimestre, o saldo contábil dos estoques cresceu **6%** (**2%** em peças) em relação ao 3T25. A idade média dos estoques está mais elevada, devido a menor venda do trimestre, mas permaneceu em linha com níveis históricos. O prazo médio (LTM) atingiu 127 dias, maior em 3 dias versus o mesmo período do ano anterior. A Companhia segue com foco na gestão dos estoques, com ações comerciais e remarcações calibradas para acelerar o giro, equilibrando margem e a percepção de valor das marcas.

No acumulado de nove meses, o lucro bruto consolidado de varejo totalizou **R$ 5.431,7 milhões**, crescimento de **2,5%** em relação ao ano anterior. A margem bruta consolidada de varejo atingiu **56,6%**, com avanço de **0,7p.p.** A margem bruta de vestuário evoluiu **0,8p.p.** e alcançou **57,8%**.

- **Renner**

A Renner apresentou margem bruta de **55,2%**, expansão de **0,4p.p.** em relação ao ano anterior. No acumulado de nove meses, a margem bruta alcançou **56,4%**, expansão de **0,8p.p.**

Esse desempenho é resultado de uma gestão equilibrada entre precificação, sortimento e abastecimento, mesmo diante de uma maior intensidade promocional direcionada à venda de produtos remanescentes de inverno. Adicionalmente, parte dos ganhos obtidos com iniciativas operacionais e de eficiência foi reinvestida em ações comerciais voltadas ao estímulo da demanda e ao fortalecimento do posicionamento competitivo da marca.

Classificação: Confidencial

- **Negócios especializados**

Na **Youcom**, o trimestre encerrou com margem bruta de **58,7%**, menor em **1,6p.p.** versus o mesmo trimestre do ano anterior, impactada pela necessidade de remarcações mais intensas, refletindo principalmente o ajuste dos níveis de estoque e a menor aceitação de determinadas coleções, especialmente nas categorias de masculino e jeans. Ao longo do período, a marca avançou na renovação do seu sortimento e na recomposição de categorias com melhor desempenho e maior potencial de recorrência de compras, mantendo o foco na qualidade dos estoques e na melhoria gradual da produtividade comercial. No acumulado de nove meses, a margem bruta da marca foi de **61,2%**, redução de **0,2p.p.**

Os estoques permaneceram acima do patamar considerado adequado para algumas categorias ao longo do trimestre. Diante desse cenário, a Companhia acelerou ações de otimização do portfólio e de renovação das coleções, visando aumentar a relevância e a acuracidade da oferta e criar uma base mais equilibrada para os próximos ciclos de vendas.

Já na **Camicado**, a margem bruta permaneceu em patamar saudável no trimestre, alcançando **58,3%**, uma forte expansão de **2,1p.p.** beneficiada pelo aumento da participação de produtos exclusivos e de marca própria, além da gestão ativa do portfólio. A Companhia também avançou em iniciativas para melhorar a competitividade em categorias de alta comparabilidade, por meio de ajustes seletivos de preço, buscando fortalecer a proposta de valor ao cliente e ampliar a relevância comercial em segmentos estratégicos. No acumulado de nove meses, a margem bruta da marca foi de **57,3%**, expansão de **1,5p.p.**

A gestão de estoques permaneceu alinhada à estratégia de maior produtividade e eficiência operacional da Camicado. A Companhia continuou priorizando a expansão da participação de produtos exclusivos e o desenvolvimento de coleções sazonais, mantendo uma estrutura de abastecimento compatível com as oportunidades de venda nos canais físicos e digitais.





Classificação: Confidencial

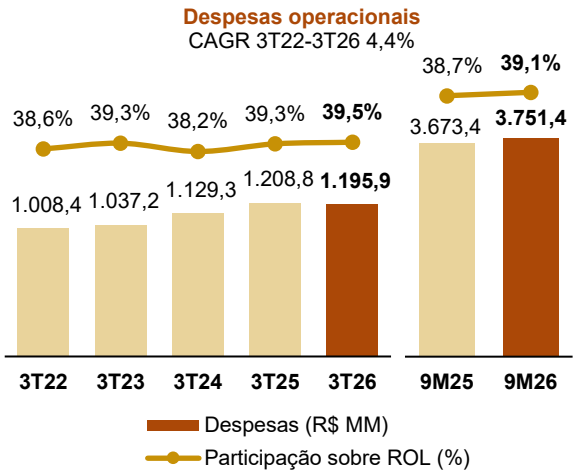
Despesas operacionais de varejo

R$ MM	3T26	% ROL	3T25	% ROL	Δ	
Despesas operacionais (pós IFRS 16)	**(1.195,9)**	***-39,5%***	**(1.208,8)**	***-39,3%***	***-1,1%***	***0,2p.p.***
Vendas	(811,2)	*-26,8%*	(803,0)	*-26,1%*	*1,0%*	*0,7p.p.*
Gerais e administrativas	(376,4)	*-12,4%*	(369,5)	*-12,0%*	*1,9%*	*0,4p.p.*
PPR e ILP	(8,3)	*-0,3%*	(36,3)	*-1,2%*	*-77,1%*	*-0,9p.p.*
Despesas operacionais (ex IFRS 16)	**(1.372,6)**	***-45,3%***	**(1.378,3)**	***-44,8%***	***-0,4%***	***0,5p.p.***
Vendas	(961,0)	*-31,7%*	(947,2)	*-30,8%*	*1,5%*	*0,9p.p.*
Gerais e administrativas	(403,4)	*-13,3%*	(394,8)	*-12,8%*	*2,2%*	*0,5p.p.*
PPR e ILP	(8,3)	*-0,3%*	(36,3)	*-1,2%*	*-77,1%*	*-0,9p.p.*

R$ MM	9M26	% ROL	9M25	% ROL	Δ	
Despesas operacionais (pós IFRS 16)	**(3.751,4)**	***-39,1%***	**(3.673,4)**	***-38,7%***	***2,1%***	***0,4p.p.***
Vendas	(2.514,1)	*-26,2%*	(2.421,6)	*-25,5%*	*3,8%*	*0,7p.p.*
Gerais e administrativas	(1.141,5)	*-11,9%*	(1.116,7)	*-11,8%*	*2,2%*	*0,1p.p.*
PPR e ILP	(95,8)	*-1,0%*	(135,1)	*-1,4%*	*-29,1%*	*-0,4p.p.*
Despesas operacionais (ex IFRS 16)	**(4.275,7)**	***-44,6%***	**(4.175,7)**	***-44,0%***	***2,4%***	***0,6p.p.***
Vendas	(2.959,4)	*-30,8%*	(2.847,6)	*-30,0%*	*3,9%*	*0,8p.p.*
Gerais e administrativas	(1.220,5)	*-12,7%*	(1.193,1)	*-12,6%*	*2,3%*	*0,1p.p.*
PPR e ILP	(95,8)	*-1,0%*	(135,1)	*-1,4%*	*-29,1%*	*-0,4p.p.*

Nota 1: Despesas Operacionais do Varejo: Vendas e Gerais e Administrativas (+) Programa de Participação nos Resultados e Incentivos de Longo Prazo (-) Depreciação e amortização.
Nota 2: Conforme divulgado no 4T25, a partir do 1T26, a Companhia passa a apresentar de forma complementar as despesas operacionais de varejo no conceito anterior à adoção do IFRS 16. Nesta visão, as contraprestações de arrendamento passarão a compor as despesas operacionais, nas contas de Despesas com Vendas e Despesas Gerais e Administrativas.
Nota 3: Conforme divulgado no 4T25, a partir do 1T26, a Companhia passa a apresentar juntamente com a conta de despesas com o Programa de Participação nos Resultados (PPR), as despesas relacionadas ao plano de outorga de ações restritas e de performance.
Nota 4: Valores da contraprestação de arrendamento: R$ (176,7) MM no 3T26, R$ (169,5) no 3T25, R$ (524,3) MM no 9M26 e R$ (502,3) no 9M25.

As despesas operacionais de varejo, conforme mostrado acima totalizaram **R$ 1.195,9 milhões**, redução de **1,1%**. Na visão ex IFRS-16, que inclui as contraprestações de arrendamento, as despesas atingiram **R$ 1.372,6 milhões**, com redução de **0,4%**. Mesmo diante das menores vendas, da inflação acumulada no período e da expansão da área de vendas, a Companhia manteve disciplina na gestão das despesas. Desconsiderando os efeitos de PPR e ILP, as despesas cresceram **1,3%.**



As despesas com vendas alcançaram **R$ 811,2 milhões**, crescimento de **1,0%** e participação sobre a receita líquida maior em **0,7p.p.** As despesas gerais e administrativas totalizaram **R$ 376,4 milhões**, com crescimento de **1,9%** e participação sobre a receita líquida maior em **0,4p.p**.

As despesas relacionadas ao Programa de Participação de Resultados (PPR) e ao plano de Incentivos de Longo Prazo (ILP) totalizaram **R$ 8,3 milhões** (R$ 36,3 milhões no 3T25), redução de **77,1%** refletindo a menor necessidade de constituição de provisões adicionais no trimestre, diante dos resultados acumulados no período e dos montantes já provisionados no primeiro semestre.

A Companhia avançou na execução de seu plano de eficiência em despesas, por meio de iniciativas em diversas frentes, incluindo a renegociação de contratos com fornecedores e ganho de produtividade em operações de loja e nas áreas administrativas. Nas lojas, a expansão da instalação de caixas de autoatendimento ao longo do ano já alcançou cerca de 75% das unidades da Renner, permitindo absorver um maior volume de transações com menor necessidade de incremento de equipes. Nas áreas corporativas, ferramentas de inteligência artificial vêm apoiando processos jurídicos, financeiros, de atendimento, produção de conteúdo e análise de dados. Parte dessas iniciativas já começou a gerar resultados e a implementação contínua do plano seguirá com captura progressiva dos benefícios à medida que os projetos forem concluídos.

A Companhia mantém a ambição de reduzir a participação das despesas operacionais ex IFRS-16 sobre a receita líquida de varejo em 2,5p.p. a 3,5p.p. até 2030.

Classificação: Confidencial

EBITDA de varejo

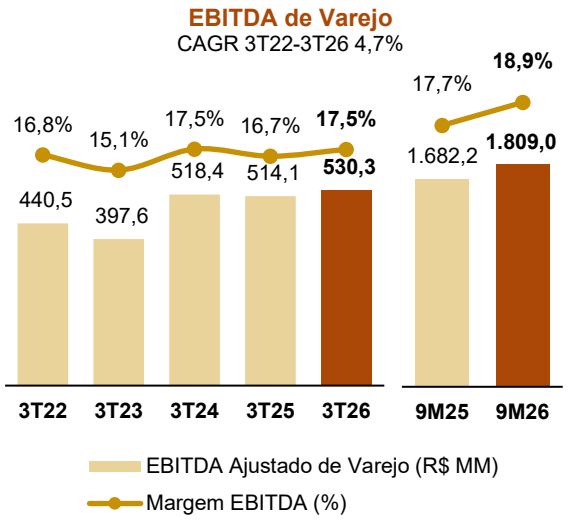
R$ milhões	3T26	3T25	Δ	9M26	9M25	Δ
Lucro Bruto	1.680,4	1.695,8	*-0,9%*	5.431,7	5.298,0	*2,5%*
Despesas Operacionais	(1.195,9)	(1.208,8)	*-1,1%*	(3.751,4)	(3.673,4)	*2,1%*
Outras receitas/despesas	45,8	27,1	*69,0%*	128,7	57,6	*123,4%*
EBITDA de varejo	**530,3**	**514,1**	*3,2%*	**1.809,0**	**1.682,2**	*7,5%*
Margem EBITDA de varejo	17,5%	16,7%	*0,8p.p.*	18,9%	17,7%	*1,2p.p.*
EBITDA de varejo (ex IFRS 16)	**353,6**	**344,6**	*2,6%*	**1.284,9**	**1.180,1**	*8,9%*
Margem EBITDA de varejo (ex IFRS 16)	11,7%	11,2%	*0,5p.p.*	13,4%	12,4%	*1,0p.p.*

Nota 1: Margem EBITDA de Varejo está relacionada à receita líquida de varejo.
Nota 2: Conforme divulgado nos materiais do 4T25, a partir do 1T26, a Companhia apresenta de forma complementar o EBITDA de varejo e EBITDA total ajustado no conceito anterior à adoção do IFRS-16 – Arrendamentos. Nesta visão, as contraprestações de arrendamento passarão a compor as despesas operacionais, e por consequência, impactam o EBITDA.

O EBITDA de varejo atingiu **R$ 530,3 milhões**, crescimento de **3,2%**, com margem de **17,5%**, expansão de **0,8p.p.** No trimestre, as Outras Receitas Operacionais decorrem, na sua maior parte, ao levantamento de créditos tributários de PIS e COFINS em processo judicial transitado em julgado. Em bases comparáveis, excluindo o montante de outras receitas e despesas, o EBITDA de varejo totalizou R$ 484,5 milhões, com margem de 16,0%, maior em 0,2p.p. versus o ano anterior. Na visão ex IFRS-16, o EBITDA de varejo totalizou **R$ 353,6 milhões**, crescimento de **2,6%**, com margem de **11,7%** e variação de **0,5p.p.**

Na visão de nove meses, o EBITDA de varejo atingiu **R$ 1.809,0 milhões**, crescimento de **7,5%**, com margem de **18,9%**, expansão de **1,2p.p.** Em bases comparáveis, excluindo o montante de outras receitas e despesas, o EBITDA de varejo totalizou R$ 1.680,3 milhões, com margem de 17,5%, maior em 0,4p.p. versus o ano anterior. Na visão ex IFRS-16, o EBITDA de varejo totalizou **R$ 1.284,9 milhões**, crescimento de **8,9%**, com margem de **13,4%** e variação de **1,0p.p.**

A Companhia tem como ambição alcançar margem EBITDA de varejo anual ex IFRS-16 entre 18% e 20% até 2030.



realize

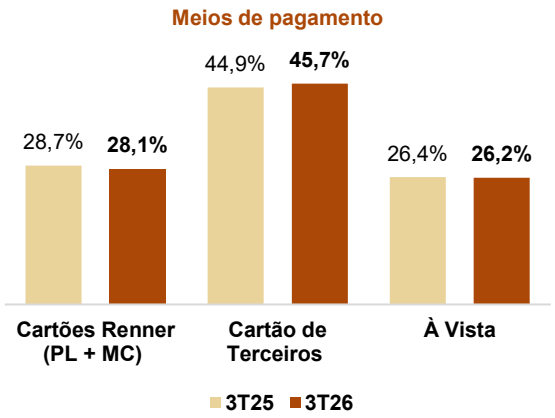


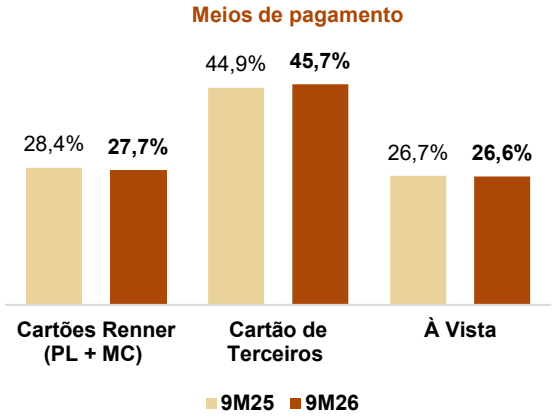
Desempenho
Serviços financeiros

Serviços financeiros

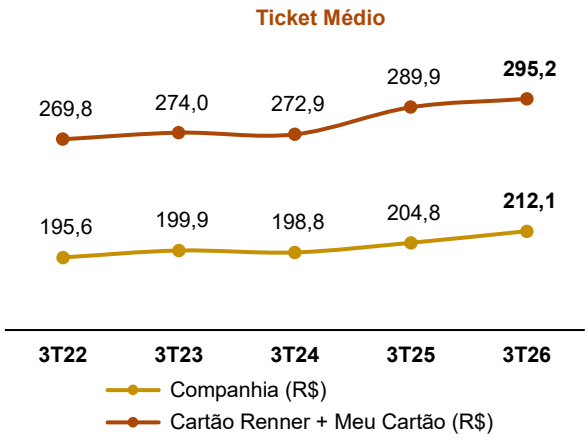
- **Meios de pagamento e base ativa de clientes**

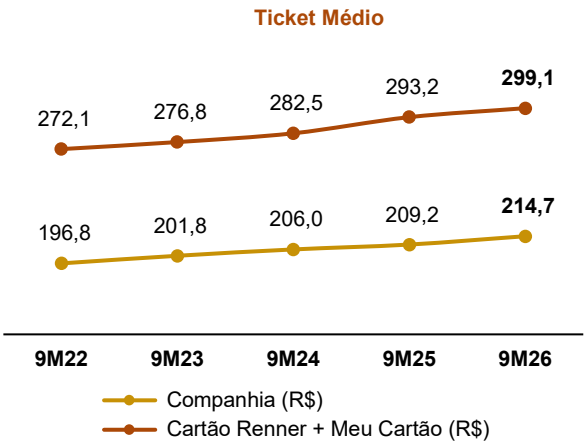
A participação dos cartões próprios nas vendas foi de **28,1%**, redução de **0,6p.p.** em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. O indicador reflete a manutenção de uma política de concessão de crédito seletiva, dado o atual cenário de endividamento das famílias e de maior risco de crédito.





A Realize encerrou o trimestre com **4,8 milhões** de clientes ativos, estável versus o mesmo período do ano anterior. Já o ticket médio das vendas realizadas por meio dos cartões próprios atingiu **R$ 295,2**, aproximadamente 40% superior ao ticket médio total da Companhia. O indicador reforça o papel dos produtos financeiros no fortalecimento da fidelização, relacionamento e alavancagem das vendas do varejo.





Carteira de Crédito

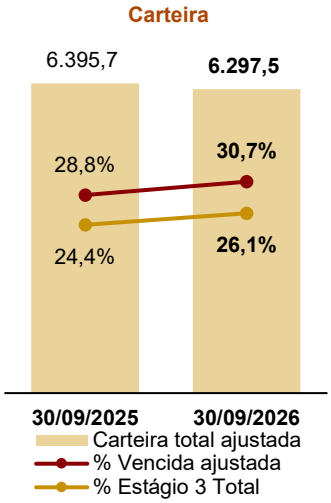
R$ milhões	30/09/2026		Ajustado 30/09/2026		30/09/2025		Δ	
Carteira total	**6.435,0**	**100,0%**	**6.297,5**	**100,0%**	**6.395,7**	**100,0%**	**-1,5%**	-
A vencer	4.364,1	67,8%	4.364,1	69,3%	4.556,4	71,2%	-4,2%	-1,9p.p.
Vencida	2.070,9	32,2%	1.933,4	30,7%	1.839,3	28,8%	5,1%	1,9p.p.
Carteira total	**6.435,0**	**100,0%**	**6.297,5**	**100,0%**	**6.395,7**	**100,0%**	**-1,5%**	-
Estágio 1	3.140,6	48,8%	3.140,6	49,9%	3.395,5	53,1%	-7,5%	-3,2p.p.
Estágio 2	1.512,4	23,5%	1.512,4	24,0%	1.437,5	22,5%	5,2%	1,5p.p.
Estágio 3	1.782,0	27,7%	1.644,5	26,1%	1.562,7	24,4%	5,2%	1,7p.p.

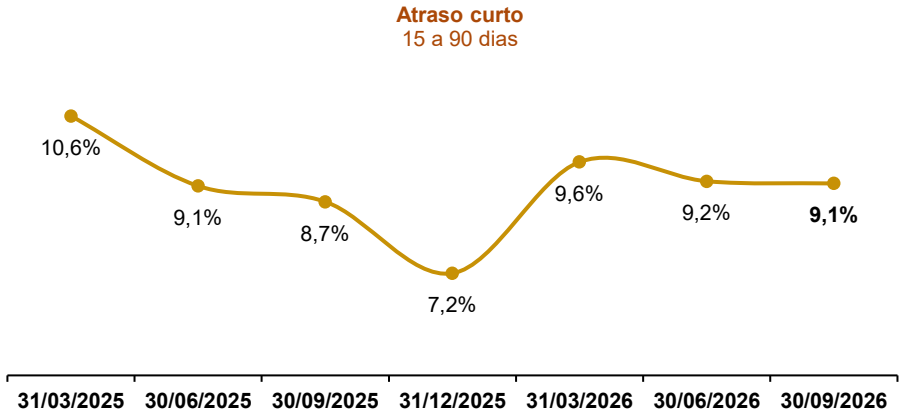
Estágio 1: Operações em dia e até 30 dias de atraso: perda esperada para os próximos 6 meses.
Estágio 2: Atraso de 31 a 89 dias ou renegociação adimplente ou utilização do *overlimit* para o produto Meu Cartão, projetada para 12 meses.
Estágio 3: Atraso a partir de 90 dias ou renegociação inadimplente: mensuração de perda considerando apenas a perda efetiva, dado o default.

A carteira total ajustada encerrou o trimestre em **R$ 6.297,5 milhões**, redução de **1,5%** em relação ao 3T25, em bases comparáveis já incorporando o prazo de até 540 dias para baixa de créditos vencidos. A redução refletiu a manutenção de uma política de concessão seletiva, em um ambiente de menor consumo e maior cautela na originação de crédito.

A participação da carteira vencida atingiu **30,7%**, crescimento de **1,9p.p.**, enquanto o estágio 3 representou **26,1%** da carteira total, variação de **1,7p.p.** em relação ao mesmo período do ano anterior.

A evolução do estágio 3 refletiu principalmente a maturação das safras anteriores e a menor originação da carteira em dia, além do ambiente de crédito mais desafiador. Este crescimento foi parcialmente compensado pela manutenção da estratégia de seletividade nas novas concessões e pelas ações de cobrança e recuperação da carteira baixada em períodos anteriores.





Estimativa para perdas esperadas e cobertura

A provisão para perdas totalizou **R$ 1.445,8 milhões**, equivalente a uma cobertura de **23,0%**, maior em **1,2p.p.** versus o mesmo período do ano anterior. A cobertura do estágio 3 total encerrou o trimestre em **87,9%**, menor em **1.1p.p.**

As provisões permanecem adequadas ao atual nível de risco da carteira. A avaliação da suficiência considera a exposição e a perda esperada de cada estágio, bem como as recuperações observadas após a transferência dos créditos para perda.

(R$ milhões)	30/09/2026 até 540 dias	30/09/2026 Ajustado até 540 dias	30/09/2025 até 540 dias	Δ
Provisão para perdas	**(1.553,0)**	**(1.445,8)**	**(1.391,4)**	**3,9%**
Cobertura total	24,1%	23,0%	21,8%	1,2p.p.
Cobertura vencidos	75,0%	74,8%	75,6%	-0,8p.p.
Cobertura estágio 3	87,1%	87,9%	89,0%	-1,1p.p.

Classificação: Confidencial

Resultado de Serviços Financeiros

(R$ milhões)	3T26	3T25	Δ
Receitas, líquidas de *funding*	488,8	490,3	*-0,3%*
Perdas em créditos, líquidas das recuperações	(297,5)	(263,1)	*13,0%*
Despesas operacionais	(150,7)	(147,4)	*2,3%*
Resultado de serviços financeiros	**40,7**	**79,8**	*-49,0%*
% sobre o EBITDA Total (pós IFRS 16)	*7,1%*	*13,4%*	*-6,3p.p.*
% sobre o EBITDA Total (ex IFRS 16)	*10,3%*	*18,8%*	*-8,5p.p.*

(R$ milhões)	9M26	9M25 Ajustado	Δ	9M25 Reportado
Receitas, líquidas de *funding*	1.495,6	1.513,4	*-1,2%*	1.513,4
Perdas em créditos, líquidas das recuperações	(828,9)	(811,0)	*2,2%*	(696,0)
Despesas operacionais	(449,6)	(428,6)	*4,9%*	(428,6)
Resultado de serviços financeiros	**217,1**	**273,7**	*-20,7%*	**388,7**
% sobre o EBITDA Total (pós IFRS 16)	*10,7%*	*13,2%*	*-2,5p.p.*	*18,8%*
% sobre o EBITDA Total (ex IFRS 16)	*14,5%*	*17,5%*	*-3,0p.p.*	*24,8%*

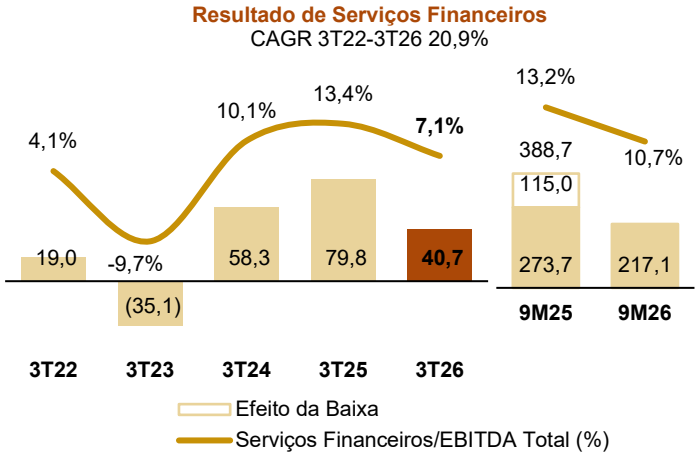
As receitas, líquidas de *funding*, totalizaram **R$ 488,8 milhões**, estável em relação ao 3T25. O desempenho refletiu a menor representatividade das safras de atraso mais curto (1 a 90 dias), em razão da dinâmica de consumo já mencionada e pela manutenção de uma política mais seletiva de concessão de crédito. Vale destacar que, a partir de 01/01/2025, a Companhia passou a reconhecer as receitas de juros de atraso sobre a parcela da carteira vencida entre 61 e 90 dias. Dessa forma, desde o 1T26 a comparabilidade entre os períodos já está estabelecida.

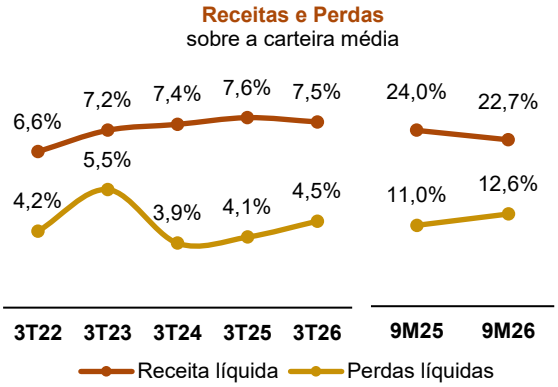
As perdas em créditos, líquidas das recuperações, atingiram **R$ 297,5 milhões**, aumento de **13%** em relação ao mesmo período do ano anterior. A evolução refletiu um ambiente mais desafiador, com maior volume de créditos transferidos para perdas. Vale lembrar que, conforme já mencionado em relatórios anteriores, a alteração do prazo para baixa de recebíveis, vigente desde 01/01/2025, mudou a sazonalidade desse movimento, tornando-o mais relevante no terceiro trimestre de cada ano. Em relação às provisões para perdas esperadas, estas permanecem compatíveis com o risco atual da carteira, com inadimplência controlada.

As despesas operacionais totalizaram **R$ 150,7 milhões**, crescimento de apenas **2,3%**, inferior a inflação acumulada nos últimos doze meses, refletindo o rígido controle das despesas.

Diante disso, o resultado de Serviços Financeiros alcançou **R$ 40,7 milhões**, **redução de 49,0%** em relação ao 3T25. Já o acumulado de nove meses totalizou **R$ 217,1 milhões**, menor em **20,7%** ante o mesmo período do ano anterior.

A Companhia reitera a projeção divulgada em dezembro de 2025, segundo a qual o resultado operacional anual da Realize deverá representar entre 8% e 12% do EBITDA total ex IFRS 16. A operação segue contribuindo para o fortalecimento do ecossistema por meio do crescimento sustentável do negócio, alinhada à estratégia da Companhia e ao seu papel como alavanca de fidelização dos clientes, com impacto positivo na experiência de compra e nas vendas do varejo.







Indicadores Consolidados

EBITDA total ajustado

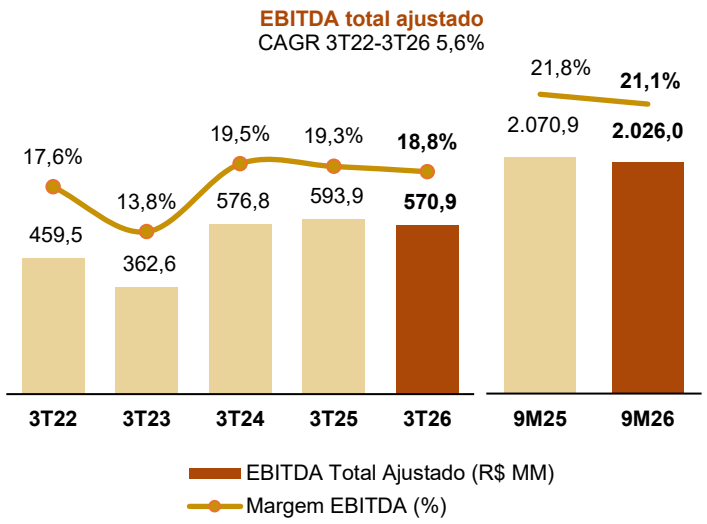
R$ milhões	3T26	3T25	Δ	9M26	9M25	Δ
Lucro Líquido do Período	**246,4**	**279,4**	***-11,8%***	**908,3**	**904,9**	***0,4%***
Imposto de Renda e Contribuição Social	(7,4)	(19,8)	*-62,9%*	91,3	121,3	*-24,7%*
Resultado Financeiro, líquido	8,7	19,1	*-54,5%*	64,3	83,4	*-23,0%*
Depreciações e amortizações	319,8	307,2	*4,1%*	953,0	936,2	*1,8%*
EBITDA Total	567,5	585,9	*-3,1%*	2.016,8	2.045,8	*-1,4%*
Plano de Opção de Compra de Ações	3,1	4,9	*-37,7%*	10,9	17,2	*-36,5%*
Resultado da Venda ou Baixa de Ativos	0,3	3,0	*-90,8%*	(1,7)	7,9	*NA*
EBITDA Total Ajustado	**570,9**	**593,9**	***-3,9%***	**2.026,0**	**2.070,9**	***-2,2%***
Margem EBITDA Total Ajustado	18,8%	19,3%	*-0,5p.p.*	21,1%	21,8%	*-0,7p.p.*
EBITDA Total Ajustado (ex IFRS 16)	**394,1**	**424,4**	***-7,1%***	**1.501,7**	**1.568,6**	***-4,3%***
Margem EBITDA Total Ajustado (ex IFRS 16)	13,0%	13,8%	*-0,8p.p.*	15,7%	16,5%	*-0,8p.p.*

Nota 1: Margem EBITDA Total Ajustado está relacionada à receita líquida de varejo.
Nota 2: Conforme divulgado nos materiais do 4T25, a partir do 1T26, a Companhia apresenta de forma complementar o EBITDA total ajustado no conceito anterior à adoção do IFRS 16 – Arrendamentos. Nesta visão, as contraprestações de arrendamento passam a compor as despesas operacionais, e por consequência, impactam o EBITDA.

No trimestre, o EBITDA total ajustado atingiu **R$ 570,9 milhões**, queda de **3,9%**, com margem de **18,8%**, menor em **0,5 p.p**. Em bases comparáveis, excluindo outras receitas e despesas do varejo, o EBITDA total ajustado somou R$ 525,1 milhões, com margem de 17,3%, menor em 1,1p.p. versus o ano anterior. Na visão ex IFRS 16, o EBITDA total ajustado somou **R$ 394,1 milhões**, queda de **7,1%**, com margem de **13,0%**, menor em **0,8 p.p.**

Já no acumulado de nove meses, o EBITDA total ajustado atingiu **R$ 2.026,0 milhões**, queda de **2,2%**, com margem de **21,1%**, menor em **0,7 p.p.** Em bases comparáveis, excluindo o montante de outras receitas e despesas do varejo, e os efeitos não recorrentes de serviços financeiros, o EBITDA total ajustado somou R$ 1.897,3 milhões, com margem de 19,8%, menor em 0,2 p.p. versus o ano anterior. Na visão ex IFRS 16, o EBITDA total ajustado somou **R$ 1.501,7 milhões**, queda de **4,3%**, com margem de **15,7%**, menor em **0,8 p.p**.

O desempenho refletiu um cenário operacional mais pressionado, tanto no segmento de varejo quanto de serviços financeiros.

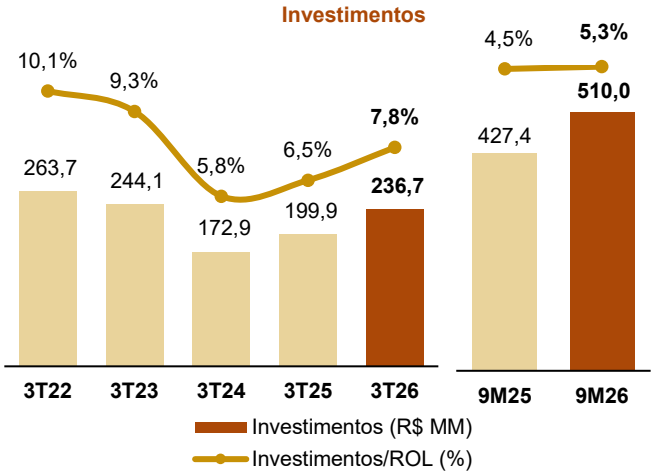




Investimentos e expansão

(R$ MM)	3T26	3T25	9M26	9M25
Investimentos	**236,7**	**199,9**	**510,0**	**427,4**
Novas lojas	75,6	42,6	147,1	60,6
Remodelação de instalações e outros projetos	91,1	99,0	181,7	198,9
Sistemas e equipamentos de tecnologia	60,6	51,0	163,6	152,8
Logística e outros	9,3	7,3	17,6	15,1

Os investimentos totalizaram **R$ 236,7 milhões** no trimestre e **R$ 510,0 milhões** no acumulado do ano. Os recursos foram direcionados principalmente à abertura e reforma de lojas, tecnologia, manutenção da infraestrutura e iniciativas de produtividade.



Durante o trimestre foram inauguradas 6 lojas: 4 Renner, 1 Youcom e 1 Camicado. No acumulado do ano foram inauguradas 22 lojas, considerando todas as marcas.

Para 2026, o orçamento de capital proposto de **R$ 1.050 milhões** contempla a inauguração de 50 a 60 lojas, sendo 22 a 30 lojas Renner, 23 a 25 lojas Youcom e cerca de 5 lojas Camicado.

A Companhia mantém a projeção anual de Capex entre 6% e 7,5% da Receita Líquida de Varejo. Em relação a aberturas para a marca Renner, a Companhia prevê atingir entre 570 e 600 unidades até 2030, com foco em cidades de até 100 mil habitantes ainda não penetradas, no formato de loja Essencial e com rentabilidade atrativa. Já para a Youcom, a projeção é alcançar entre 260 e 290 unidades até 2030, priorizando shopping centers e praças nas quais a marca ainda não está presente.

Embora as vendas das novas lojas também tenham sido afetadas pelo ambiente de consumo mais pressionado já mencionado anteriormente, suas margens EBITDA permanecem dentro das expectativas. As unidades inauguradas em ciclos anteriores apresentam rentabilidade aderente ou superior à média da Companhia, reforçando a atratividade do plano de expansão.

A Companhia também avançou no processo de reformas de lojas, sendo 8 no trimestre e 23 no acumulado do ano. Durante a execução das obras, parte da área de vendas permanece indisponível, afetando temporariamente as vendas. Após a reinauguração, as unidades reformadas têm apresentado recuperação rápida e aumento médio da produtividade de 5 a 10%.

Quantidade de lojas	3T25	4T25	1T26	2T26	3T26	9M25	9M26
Renner	**432**	**443**	**444**	**446**	**449**	**432**	**449**
Aberturas	3	11	1	2	4	3	7
Fechamentos	-	-	-	-	(1)	-	(1)
Camicado	**102**	**104**	**102**	**100**	**99**	**102**	**99**
Aberturas	1	2	-	3	1	1	4
Fechamentos	(2)	-	(2)	(5)	(2)	(2)	(9)
Youcom	**142**	**152**	**152**	**161**	**162**	**142**	**162**
Aberturas	7	10	1	9	1	7	11
Fechamentos	-	-	(1)	-	-	-	(1)
Ashua	**18**	**18**	**17**	**16**	**15**	**18**	**15**
Aberturas	-	-	-	-	-	-	-
Fechamentos	(1)	-	(1)	(1)	(1)	(1)	(3)
Total	**694**	**717**	**715**	**723**	**725**	**694**	**725**
Aberturas	11	23	2	14	6	11	22
Fechamentos	(3)	-	(4)	(6)	(4)	(3)	(14)

Classificação: Confidencial

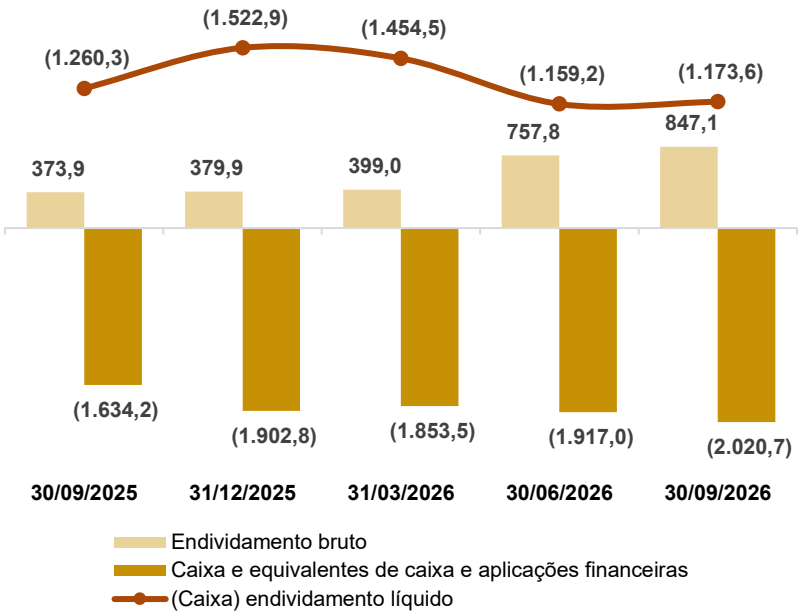
Gestão financeira

Fluxo de Caixa Livre

R$ milhões	3T26	3T25	Δ R$	9M26	9M25	Δ R$
EBITDA Total Ajustado (ex IFRS 16)	**394,1**	**424,4**	***(30,3)***	**1.501,7**	**1.568,6**	***(66,9)***
IR, CSLL/Receitas Financeiras	53,5	(25,1)	*78,6*	25,1	(100,8)	*125,9*
Fluxo de Caixa Operacional	**447,6**	**399,3**	***48,3***	**1.526,8**	**1.467,8**	***59,0***
(+/-) Variação Capital de Giro	**212,5**	**277,1**	***(64,6)***	**(177,3)**	**(132,5)**	***(44,8)***
Contas a Receber	511,4	435,2	*76,2*	1.182,9	842,2	*340,7*
Obrigações com Administradora de Cartões	(38,6)	(3,4)	*(35,2)*	(216,1)	(139,5)	*(76,6)*
Estoques	(159,3)	(165,7)	*6,4*	(383,5)	(193,4)	*(190,1)*
Fornecedores	79,5	190,2	*(110,7)*	(132,4)	(289,4)	*157,0*
Impostos a Recuperar / Pagar	(101,1)	(159,4)	*58,3*	(355,8)	(359,0)	*3,2*
Outras Contas a Receber/Pagar	(79,4)	(19,8)	*(59,6)*	(272,4)	6,5	*(278,9)*
(-) Capex	**(236,7)**	**(202,9)**	***(33,8)***	**(532,8)**	**(457,8)**	***(75,0)***
(=) Fluxo de Caixa Livre	**423,4**	**473,6**	***(50,2)***	**816,7**	**877,5**	***(60,8)***

A geração de fluxo de caixa livre no 3T26 foi de **R$ 423,4 milhões**, menor em R$ 50,2 milhões versus o 3T25, impactado por maior necessidade de capital de giro, principalmente relacionado com fornecedores, devido a menor concentração de compras de produtos nacionais no período.

(Caixa) endividamento líquido



O caixa líquido da Companhia reduziu **R$ 349,4 milhões** versus dezembro de 2025, em razão principalmente da utilização de **R$ 500,3 milhões** para a recompra de ações e **R$ 574,4 milhões** como pagamento de JSCP, ambos realizados no período de nove meses de 2026. Estes movimentos foram parcialmente compensados pela geração de fluxo de caixa livre de **R$ 816,7 milhões** no período.

Classificação: Confidencial

Resultado Financeiro

Em R$ milhões	3T26	3T25	Δ	9M26	9M25	Δ
Receitas Financeiras	**63,2**	**47,1**	***34,1%***	**153,5**	**122,4**	***25,4%***
Rendimentos de equivalentes de caixa e aplicações financeiras	34,0	33,3	*2,1%*	100,9	102,1	*-1,2%*
Juros Selic sobre créditos tributários	29,1	13,7	*112,0%*	52,6	20,3	*159,3%*
Despesas Financeiras	**(70,8)**	**(63,2)**	***12,0%***	**(209,3)**	**(192,9)**	***8,5%***
Juros de empréstimos, financiamentos e debêntures	(5,0)	(5,0)	*0,0%*	(14,0)	(9,7)	*45,0%*
Juros sobre arrendamentos	(65,8)	(58,2)	*13,0%*	(195,3)	(183,3)	*6,5%*
Variações cambiais e correções monetárias, líquidas	**(1,4)**	**(10,4)**	***-86,9%***	**(13,5)**	**(23,5)**	***-42,7%***
Outras receitas e (despesas)	**0,3**	**7,4**	***-96,1%***	**5,0**	**10,6**	***-52,9%***
Resultado Financeiro	**(8,7)**	**(19,1)**	***54,5%***	**(64,3)**	**(83,4)**	***23,0%***

A Companhia registrou resultado financeiro negativo em **R$ 8,7 milhões**, versus **R$ 19,1 milhões** também negativos no 3T25. A melhora versus o ano anterior é atribuída principalmente aos juros SELIC sobre créditos tributários reconhecidos no trimestre. Nos 9M26, o Resultado Financeiro foi negativo em **R$ 64,3 milhões** versus **R$ 83,4 milhões** também negativos nos 9M25.

Lucro líquido e ROIC

O Lucro Líquido totalizou **R$ 246,4 milhões,** menor em **11,8%** versus o mesmo trimestre do ano anterior, reflexo da performance operacional tanto do segmento de varejo e de serviços financeiros. O lucro por ação no trimestre foi de **R$ 0,2583**, menor em **7,8%** versus o 3T25.

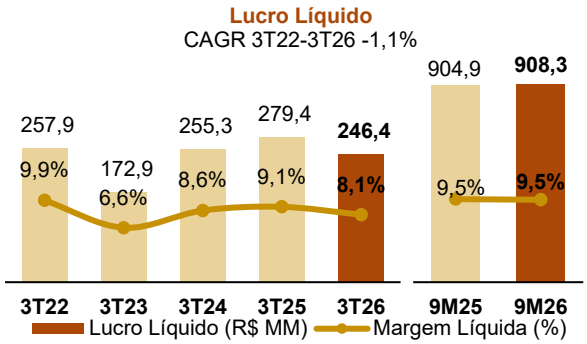
Excluindo os efeitos extraordinários de (i) Outros Resultados Operacionais do Varejo, líquidos de tributos; e (ii) Juros Selic; o Lucro Líquido foi de R$ 187,1 milhões, menor em 24,5% versus o mesmo trimestre do ano anterior. Já o lucro por ação comparável foi de R$ 0,1961, menor em 21,1% versus o 3T25.

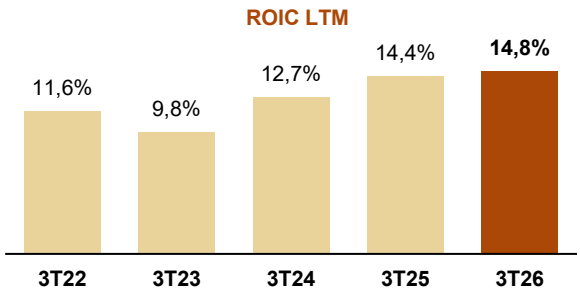
No trimestre, foram destinados aos acionistas **R$ 227,5 milhões** de Juros sobre Capital Próprio (R$ 217,9 milhões no 3T25), correspondentes a **R$ 0,240666** por ação (R$ 0,219727 no 3T25), cujo pagamento foi efetuado a partir de 14/10/2026.

No período de nove meses, o lucro líquido totalizou **R$ 908,3 milhões**, maior em **0,4%**. Já o Lucro por Ação encerrou o período em **R$ 0,9380**, maior em **5,8%**. Em bases comparáveis, o lucro líquido totalizou R$ 770,8 milhões, menor em 0,9%. Já o lucro por ação encerrou o período em R$ 0,7960, maior em 4,5%

No período de nove meses, somando a deliberação de JSCP e recompra de ações, a Companhia distribuiu aos acionistas R$ 1.165,6 milhões, equivalente a **128% do lucro líquido**. A Companhia mantém a projeção de distribuição de capital de **50% a 80%** do lucro líquido anual para o período de 2026 a 2030.

O ROIC LTM evoluiu **0,4p.p.** atingindo **14,8%**, acima do custo de capital. A expansão contínua do ROIC é sustentada por ganhos de margem, maior giro de ativos impulsionado pela produtividade de estoques e disciplina no capital de giro. Esses vetores reforçam a confiança da Companhia na trajetória rumo a projeção de **ROIC de ~20% em 2030.**





Classificação: Confidencial



Anexos

Demonstrativos

Demonstração do resultado consolidado

R$ milhões	3T26	3T25	9M26	9M25
Receita operacional líquida	**3.522,0**	**3.563,5**	**11.089,2**	**10.988,6**
Vendas de mercadorias	3.026,4	3.072,1	9.579,9	9.463,0
Venda de serviços	495,6	491,4	1.509,3	1.525,6
Custo das vendas	**(1.352,8)**	**(1.377,4)**	**(4.161,9)**	**(4.177,3)**
Custo das mercadorias vendidas	(1.343,4)	(1.379,8)	(4.148,8)	(4.176,1)
Custos dos serviços	(9,4)	2,4	(13,1)	(1,2)
Lucro bruto	**2.169,2**	**2.186,1**	**6.927,3**	**6.811,4**
Despesas operacionais	**(1.921,4)**	**(1.907,3)**	**(5.863,4)**	**(5.701,8)**
Vendas	(811,2)	(803,0)	(2.514,1)	(2.421,6)
Gerais e administrativas	(376,4)	(369,5)	(1.141,5)	(1.116,7)
Depreciações e amortizações	(319,8)	(307,2)	(953,0)	(936,2)
Perdas em crédito	(297,5)	(263,1)	(828,9)	(696,0)
Outros resultados operacionais	(116,6)	(164,5)	(426,1)	(531,3)
Lucro operacional antes do resultado financeiro	**247,8**	**278,8**	**1.063,9**	**1.109,6**
Resultado financeiro	(8,7)	(19,1)	(64,3)	(83,4)
Imposto de renda e contribuição social	7,3	19,7	(91,3)	(121,2)
Lucro líquido do período	**246,4**	**279,4**	**908,3**	**904,9**

Fluxo de caixa consolidado

R$ milhões	3T26	3T25	9M26	9M25
Atividades operacionais				
Lucro líquido ajustado	**661,0**	**682,9**	**2.390,8**	**2.863,9**
(Aumento) Redução nos Ativos				
Contas a receber de clientes	522,8	433,9	1.109,4	362,1
Estoques	(164,8)	(170,9)	(379,2)	(186,0)
Tributos a recuperar	26,7	(60,8)	12,0	(126,7)
Outros ativos	(17,4)	(9,9)	(73,1)	(76,6)
Aumento (Redução) nos Passivos				
Fornecedores	73,5	188,7	(126,9)	(266,0)
Obrigações - risco sacado	(0,8)	-	(41,4)	-
Obrigações fiscais	(154,2)	(157,2)	(496,2)	(303,1)
Obrigações com administradoras de cartões	(38,5)	(3,4)	(216,0)	(139,5)
Outras obrigações	(26,0)	(7,4)	(127,5)	(74,2)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(0,1)	(30,8)	(87,2)	(162,1)
Juros pagos sobre empréstimos, financiamentos e debêntures	(1,5)	(75,6)	(3,2)	(114,9)
Fluxo de caixa das atividades operacionais, antes das aplicações financeiras	**880,7**	**789,5**	**1.961,5**	**1.776,9**
Aplicações financeiras	(9,2)	190,0	214,5	77,9
Fluxo de caixa das atividades operacionais	**871,5**	**979,5**	**2.176,0**	**1.854,8**
Atividades de investimentos				
Aquisições de imobilizado e intangível	(236,7)	(202,9)	(532,8)	(457,8)
Aporte de capital em controladas e aquisição de controladas, líquida de caixa adquirido	(10,2)	-	(10,2)	-
Fluxos de caixa das atividades de investimentos	**(246,9)**	**(202,9)**	**(543,0)**	**(457,8)**
Atividades de financiamentos				
Aumento do capital social, líquido das custas de emissão	-	3,9	-	3,9
Recompra de ações	(187,3)	(212,6)	(500,3)	(860,6)
Captações e amortizações de empréstimos e debêntures	62,4	(156,8)	404,2	(514,6)
Contraprestação de arrendamentos a pagar	(215,8)	(200,1)	(620,5)	(578,2)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(190,1)	(177,1)	(574,4)	(497,1)
Fluxos de caixa das atividades de financiamento	**(530,8)**	**(742,7)**	**(1.291,0)**	**(2.446,6)**
Efeito da variação cambial sobre o saldo de caixa e equivalentes de caixa	0,8	(0,6)	(9,7)	(9,9)
Variação no caixa e equivalentes de caixa	**94,6**	**33,3**	**332,3**	**(1.059,5)**
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	1.215,9	833,5	978,1	1.926,1
Caixa e equivalentes de caixa no fim do período	**1.310,4**	**866,9**	**1.310,4**	**866,9**

Classificação: Confidencial

Balanço patrimonial consolidado

R$ milhões	30/09/2026	31/12/2025
Ativo total	**18.954,5**	**19.625,9**
Ativo circulante	**11.060,1**	**11.633,6**
Caixa e equivalentes de caixa	1.310,4	978,1
Aplicações financeiras	710,2	924,7
Contas a receber	5.992,3	7.175,2
Estoques	2.243,9	1.860,4
Tributos a recuperar	524,1	470,0
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	116,4	122,7
Instrumentos financeiros derivativos	2,9	7,9
Outros ativos	159,9	94,6
Ativo não circulante	**7.894,4**	**7.992,3**
Tributos a recuperar	321,3	368,7
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	19,1	32,3
Imposto de renda e contribuição social diferidos	696,1	741,9
Outros ativos	187,4	177,5
Investimentos	71,4	55,1
Imobilizado	2.925,1	2.929,2
Direito de uso	2.113,1	2.076,6
Intangível	1.560,9	1.611,0
Passivo total e patrimônio líquido	**18.954,5**	**19.625,9**
Passivo circulante	**6.604,7**	**6.866,6**
Financiamentos - operações serviços financeiros	738,4	21,1
Arrendamentos a pagar	676,4	740,2
Fornecedores	1.656,2	1.774,4
Obrigações - risco Sacado	0,5	41,2
Obrigações com administradora de cartões	2.386,2	2.602,2
Obrigações fiscais	140,9	503,3
Imposto de renda e contribuição social a pagar	7,8	86,8
Obrigações sociais e trabalhistas	496,8	543,9
Obrigações estatutárias	198,7	212,0
Provisão para riscos	98,1	92,1
Instrumentos financeiros derivativos	9,2	13,8
Outras obrigações	195,5	235,6
Passivo não circulante	**2.136,8**	**2.303,1**
Financiamentos - operações serviços financeiros	108,8	358,8
Arrendamentos a pagar	1.860,9	1.765,3
Imposto de renda e contribuição social diferidos	2,2	1,6
Fornecedores	57,5	71,6
Provisão para riscos	63,0	64,2
Outras obrigações	44,4	41,6
Patrimônio líquido	**10.213,0**	**10.456,2**
Capital social	9.544,8	9.544,8
Ações em tesouraria	(833,7)	(344,4)
Reservas de capital	30,7	10,2
Reservas de lucros	1.148,8	1.148,8
Ajuste de avaliação patrimonial	79,4	96,8
Lucros (prejuízos) acumulados	243,0	-

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 setor 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.

Relações com Investidores

CFO e DRI
Daniel Martins dos Santos

Relações com Investidores
ri@lojasrenner.com.br
Fabiana Oliver
Maurício Töller
Caroline Luccarini
Luciana Moura

Governança Corporativa
gc@lojasrenner.com.br
Eloisa Sassen
Bruna Miranda
Ana Cristina Borelli

- **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
CAMICADO
YOUCOM
realize
ASHUA



Earnings Release
3Q26

LOJAS RENNER S.A.

RENNER CAMICADO YOUCOM realize ASHUA

Quarter highlights

November 5, 2026 - Lojas Renner S.A. (B3: LREN3) announces its results for 3Q26 and 9M26. All amounts are expressed in millions of Reais, and comparisons are made with the same period of the previous year, unless otherwise indicated.



Record retail gross margin of **55.5% (+0.4 p.p.)** and apparel gross margin of **56.5% (+0.3 p.p.)**



Digital GMV grew **3.7%** reaching a **17.5%** share of retail total sales



Disciplined **retail operating expense management**, down by **1.1%**



Retail EBITDA of **R$ 530.3 MM (+3.2%),** with a margin of **17.5% (+0.8p.p.)**



Realize delivered earnings of **R$ 40.7 MM**, with delinquency remaining under control



Net Income of **R$ 246.4 MM** and earnings per share of **R$ 0.2583**



Another quarter of LTM ROIC[1] improvement, reaching **14.8% (+0.4p.p.)**, above the cost of capital



Free Cash Flow of **R$ 423.4 MM** (R$ 816.7 MM in 9M26); robust cash position of **R$ 2.0 billion** and net cash of **R$1.2 billion**



Share buyback totaling **R$ 187.3 MM** (R$ 500.3 million in 9M26) and approval of **R$ 227.5 MM** in Interest on Capital (R$ 665.3 million in 9M26)



22 stores opened and **23 renovations** in 9M26

[1] Return on Invested Capital (ROIC), calculated as NOPAT divided by Invested Capital, where (a) NOPAT represents operating profit after taxes and (b) Invested Capital corresponds to the average total capital allocated, including equity and debt.



Earnings conference call

November 6th, 2026
10:00 a.m. BRT / 8:00 a.m. EST

Webinar with live broadcast and simultaneous translation into English. To register, click on:

https://us06web.zoom.us/webinar/register/WN_2ZyqBiBqRDCTxnw7UPpssg

LREN3

Data as of October 30, 2026

- **Price**
  R$ 8.98/share
- **Market cap**
  R$ 8.5 billion
- **Outstanding shares**
  945.5 MM

Message from CEO

The third quarter of 2026 was marked by a more challenging environment for fashion retail, with continued pressure on household purchasing power and intensified competition, particularly from international platforms. We remained focused on adapting our commercial offering to the current consumer context, by adjusting our product mix and pricing, while preserving our brands' positioning and their distinctive attributes of fashion, quality and differentiation.

We observed a gradual recovery in demand throughout the quarter, although at a slower pace than initially anticipated. The period ended with net retail revenue of **R$ 3.0 billion**, down 1.6% year-on-year. In response, we accelerated the recalibration of our assortment and commercial initiatives, focusing on driving customer traffic, improving conversion and strengthening sales productivity.

Our digital channel outperformed physical stores, with **GMV of R$ 705 million**, up 3.7% and accounting for 17.5% of total retail sales. **Our investments remained focused on increasing customer engagement and improving sales performance,** deepening integration between channels, and delivering an increasingly personalized and seamless shopping journey. Artificial intelligence is a key lever in this process, with applications that are already contributing to conversion and productivity gains. We also advanced in social commerce through TikTok Shop, with favorable results and in line with the trend toward greater integration between content and commerce.

Retail gross margin expanded 0.4 p.p., **reaching a record third-quarter level of 55.5%**. Efficiencies in our operating model, combined with favorable currency effects, more than offset higher promotional intensity, demonstrating our ability to adapt. Retail operating expenses (ex PSP and LTI) grew 1.3%, reflecting continued cost discipline and the benefits of ongoing efficiency initiatives, despite inflationary pressures and the expansion of the store network.

At Realize, we maintained a selective approach to credit origination, prioritizing portfolio quality in an environment of elevated household indebtedness. Delinquency indicators are in line with our expectations and loss coverage remains adequate. We remain confident in Realize's strategy and role in building customer loyalty and generating value for the Lojas Renner S.A. ecosystem.

The macroeconomic and competitive environment has heightened uncertainty, reducing visibility into the pace of revenue growth. In this context, **we have decided to discontinue our net revenue growth guidance for 2026 and for the 2027-2030 period.** Our other projections remain unchanged, supported by our continued focus on operating efficiency, disciplined investment and the structural opportunities to strengthen profitability and returns.

Our near-term priority is to step up the execution of our commercial initiatives, ensuring our value proposition remains aligned with evolving consumer needs, while identifying further opportunities to improve productivity and operating efficiency. We continue to advance our long-term plan, including strengthening our digital capabilities, upgrading our technology and logistics infrastructure and expanding and renovating our store network to broaden our omnichannel customer base. We are convinced that the opportunities we have identified are attractive and **reaffirm our commitment to opening between 50 and 60 stores in 2026**.

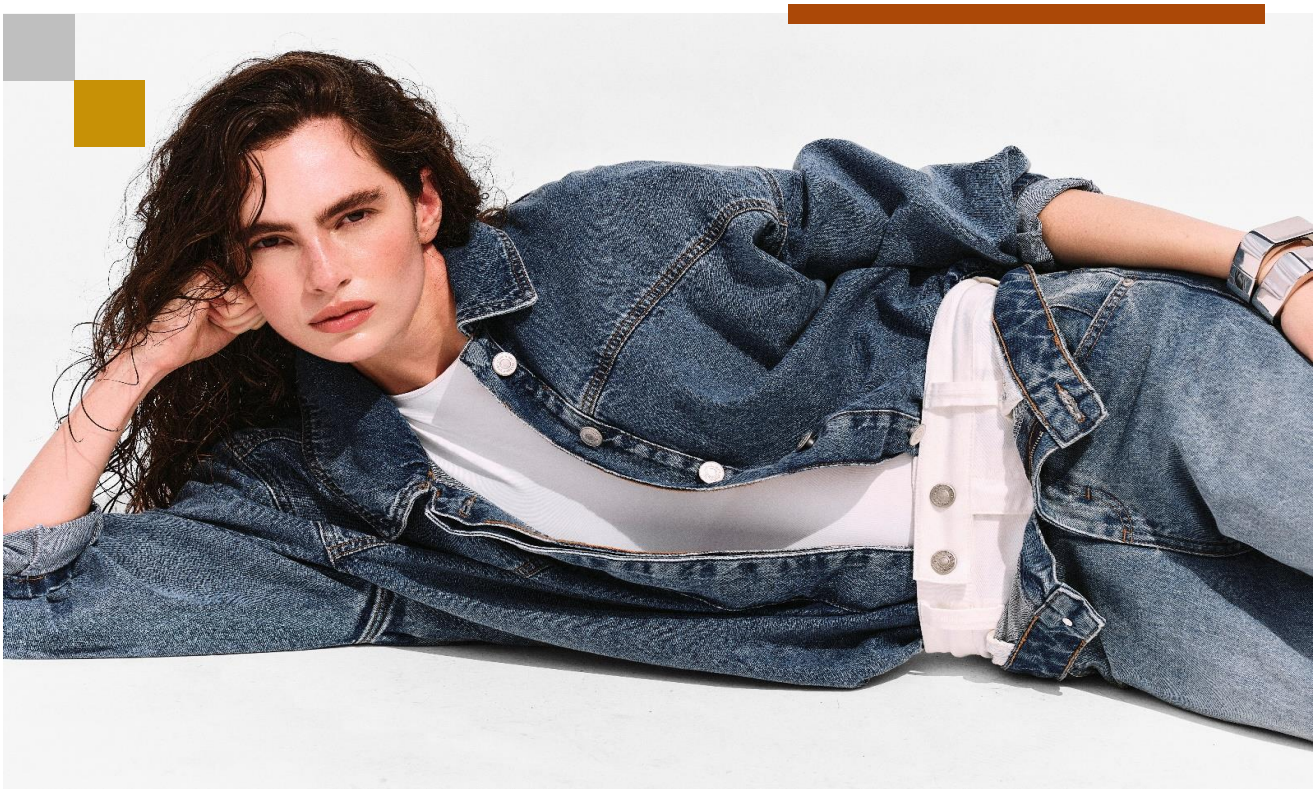
We are confident in the power of our brands, our integrated operating model and the capabilities we have built over time. Our focus is on leveraging these strengths into higher market share, sustainable profitability and long-term value creation for our customers, employees and shareholders.

Porto Alegre, November 5, 2026

Fabio Adegas Faccio - CEO

Key Indicators

R$ million	3Q26	3Q25	Δ	9M26	9M25	Δ
Retail net revenue	3,029.4	3,079.1	*-1.6%*	9,594.6	9,485.7	*1.1%*
Retail Same-Store Sales	-2.5%	3.1%	*n.a*	0.3%	10,5%	*n.a*
Apparel net revenue	2,703.1	2,723.3	*-0.7%*	8,613.0	8,426.8	*2.2%*
Apparel Same-Store Sales	-1.8%	3.3%	*n.a*	1.2%	11.4%	*n.a*
Digital GMV (1P + 3P)	705.1	679.8	*3.7%*	2,170.0	2,004.1	*8.3%*
Digital GMV share	17.5%	16.7%	*0.8p.p.*	17.0%	15.9%	*1.1p.p.*
Retail gross margin	55.5%	55.1%	*0.4p.p.*	56.6%	55.9%	*0.7p.p.*
Apparel gross margin	56.5%	56.2%	*0.3p.p.*	57.8%	57.0%	*0.8p.p.*
Operating expenses (post IFRS 16)	(1,195.9)	(1,208.8)	*-1.1%*	(3,751.4)	(3,673.4)	*2.1%*
% Operating expenses/Retail net revenue	-39.5%	-39.3%	*0.2p.p.*	-39.1%	-38.7%	*0.4p.p.*
Operating expenses (ex IFRS 16)	(1,372.6)	(1,378.3)	*-0.4%*	(4,275.7)	(4,175.7)	*2.4%*
% Operating expenses/Retail net revenue	-45.3%	-44.8%	*0.5p.p.*	-44.6%	-44.0%	*0.6p.p.*
Retail EBITDA	530.3	514.1	*3.2%*	1,809.0	1,682.2	*7.5%*
Retail EBITDA Margin	17.5%	16.7%	*0.8p.p.*	18.9%	17.7%	*1.2p.p.*
Financial Services Results	40.7	79.8	*-49.0%*	217.1	273.7	*-20.7%*
Total Adjusted EBITDA	570.9	593.9	*-3.9%*	2,026.0	2,070.9	*-2.2%*
Total EBITDA Margin	18.8%	19.3%	*-0.5p.p.*	21.1%	21.8%	*-0.7p.p.*
Free Cash Flow	423.4	473.6	*-10.6%*	816.7	877.5	*-6.9%*
Net Income	246.4	279.4	*-11.8%*	908.3	904.9	*0.4%*
Net Margin	8.1%	9.1%	*-1.0p.p.*	9.5%	9.5%	*0.0p.p.*
Earnings per Share (R$)	0.2583	0.2803	*-7.8%*	0.9380	0.8862	*5.8%*
ROIC^{LTM}	14.8%	14.4%	*0.4p.p.*	14.8%	14.4%	*0.4p.p.*





Retail Performance

Retail net revenue

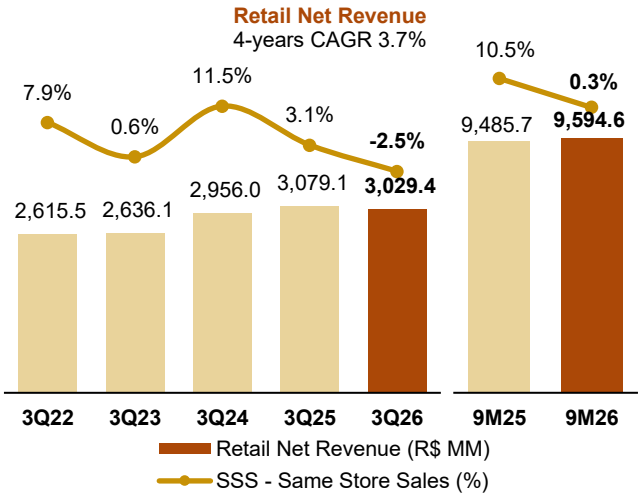
R$ million	3Q26	3Q25	Δ	9M26	9M25	Δ
Retail net revenue	**3,029.4**	**3,079.1**	***-1.6%***	**9,594.6**	**9,485.7**	***1.1%***
Renner	2,753.4	2,822.1	*-2.4%*	8,791.1	8,721.4	*0.8%*
Youcom	138.8	121.8	*14.0%*	402.4	368.3	*9.3%*
Camicado	137.2	135.2	*1.5%*	401.1	396.0	*1.3%*
Retail same store sales	-2.5%	3.1%	*n.a*	0.3%	10.5%	*n.a*
Apparel net revenue	**2,703.1**	**2,723.3**	***-0.7%***	**8,613.0**	**8,426.8**	***2.2%***
Apparel same store sales	-1.8%	3.3%	*n.a*	1.2%	11.4%	*n.a*
Operating data						
Digital GMV (1P + 3P)	705.1	679.8	*3.7%*	2,170.0	2,004.1	*8.3%*
Digital GMV share	17.5%	16.7%	*0.8p.p.*	17.0%	15.9%	*1.1p.p.*
Retailing net revenue per square meter (thousand R$)	3.67	3.82	*-4.1%*	11.66	11.78	*-1.1%*
Company average ticket size (R$)	212.1	204.8	*3.6%*	214.7	209.2	*2.6%*
Proprietary cards average ticket size (R$)	295.2	289.9	*1.8%*	299.1	293.2	*2.0%*
Average sales area (thousand sq. meters)	826.3	805.8	*2.5%*	822.9	805.0	*2.2%*

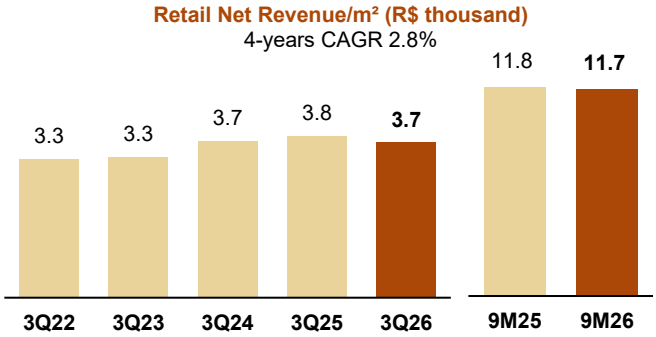
Note: Retail net revenue includes revenue from merchandise sales (apparel, footwear, beauty, home, and decoration categories), as well as revenue from services related to marketplace operations. For enhanced analysis, revenue from Ashua's operation is presented together with Renner's operation.

Consolidated retail net revenue totaled **R$3,029.4 million** in 3Q26, **1.6%** lower than the same period in 2025. On a same-store sales (SSS) basis, the quarter posted a **2.5%** decrease. In the apparel category, net revenue totaled **R$ 2,703.1 million**, a decline of **0.7%,** while SSS was **1.8%** lower.

Performance in 3Q26 reflected a more challenging environment for consumers, characterized by greater selectivity and price sensitivity, in the context of high interest rates and household leverage. This dynamic was accompanied by greater competitive intensity, particularly given the expansion of international cross-border platforms, supported by the federal tax benefit granted to these companies beginning in May 2026. The World Cup games also affected traffic at the beginning of the quarter, as previously mentioned during the last earnings videoconference.

Throughout the quarter, the Company observed a gradual improvement in sales, but at a slower pace than expected, failing to offset the weaker performance at the beginning of the period. Consumer response continued to vary across categories and channels, reinforcing the need to calibrate the commercial offering and the assortment to the current demand profile.





In the face of a more uncertain macroeconomic environment, including significant regulatory changes affecting the sector, the Company's ability to estimate the evolution of external variables that affect its revenue with the appropriate degree of reliability has become more limited. In this context, the **Company has decided to discontinue net revenue growth guidance for 2026 and 2027-2030 period**.

In the nine-month period, net retail revenue totaled **R$ 9,594.6 million**, a **1.1% increase,** while SSS rose **0.3%.** In the apparel category, revenue totaled **R$ 8,613.0 million**, growth of **2.2%**, while SSS rose **1.2%.**

- **Renner**

Renner reported net revenue of **R$ 2,753.4 million**, a decrease of **2.4%** in the quarter.

The macroeconomic environment translated into a demand pattern that differed from both previous periods and from what had been planned for the quarter, with consumers favoring versatile, frequently worn and lower-priced products. Entry-level items and essentials proved greater resilience, while products at the top of the pyramid, with greater fashion content and differentiation, also saw a favorable response. The Company has identified opportunities to increase the depth of entry-level items and, within the core assortment, to enhance product versatility and rebalance the price mix.

Based on these insights, the Company began recalibrating its assortment and price pyramid, increasing the availability of entry-level items in specific categories and adjusting the core assortment toward a more versatile offering. It also intensified commercial initiatives, including tiered promotions and product bundles, with decisions guided by customer response and the price-volume relationship. These actions aim to align the offering with the current demand profile, while preserving the brand's positioning and its attributes of fashion, quality and differentiation.

It is also worth noting that the exclusion of the beauty products category from the ICMS ST regime in the state of São Paulo as from April 1st, 2026, reduced the quarter's net revenue growth by **0.4p.p.** This event had an accounting effect with no impact on gross profit.

In the nine-month period, net revenue totaled **R$ 8,791.1 million**, an increase of **0.8%.**

Renner launched the Spring-Summer collection in an event that integrated fashion, culture and influence, with emphasis on contemporary tailoring, differentiated raw materials with the use of premium and technological fabrics.

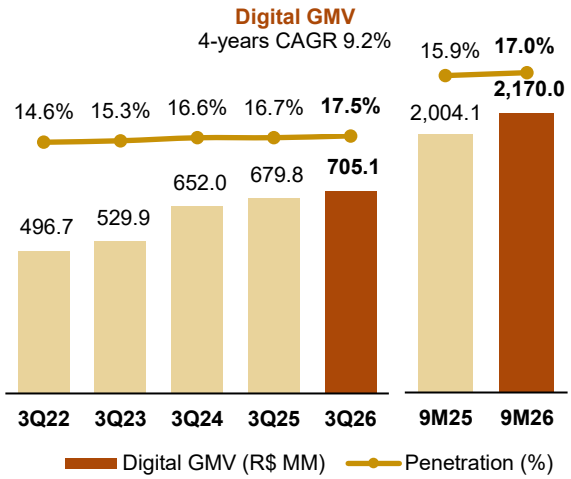
The strategy gained traction with limited editions, licenses and collabs, such as the partnership with Francesca, which achieved a high sell-through by uniting authorial fashion, desire and accessibility.

These initiatives reinforced the connection with consumers and Renner's relevance as a fashion brand.



- **Digital**

Digital GMV totaled **R$ 705.1 million**, an increase of **3.7%,** accounting for **17.5%** of total retail sales. The channel outperformed physical stores and increased its share of total sales. However, its performance also reflected the more challenging consumer environment, increased promotional pressure in the sector and the growing presence of international platforms.



The Company maintained marketing investment levels consistent with the channel's strategy, prioritizing initiatives with greater conversion and return potential. Digital performance remains tied to a stronger commercial offering, better assortment fit and the ability to integrate inventory, data, technology, stores and distribution infrastructure.

Throughout the quarter, the Company extended AI-powered features to more categories, including product recommendations, image search, virtual try-on, image and video production, and a fashion assistant. These initiatives reduce friction, increase conversion, and enhance the personalization of the shopping journey. The Company also expanded its social commerce efforts, with activations and livestreams on TikTok Shop that delivered positive results. This channel is an important lever for customer acquisition, conversion, and fashion content creation, while also providing deeper insight into the customer shopping journey on social platforms.

In the cumulative nine-month period, digital GMV totaled **R$ 2,170.0 million**, an increase of **8.3%**, accounting for **17.0%** of total retail sales.



- **Specialized businesses**

Youcom recorded net revenue of **R$ 138.8** million, an increase of **14.0%.** Performance was supported by store network expansion, while the more intense competitive environment in the youth segment continued to weigh on the brand's productivity, particularly given the segment's greater exposure to digital platforms.

Women's categories delivered consistent performance, helping sustain sales and supporting the inventory renewal. The brand continues to work on improving productivity in the men's and denim categories and has been adjusting the assortment by expanding its offering of basic items, aimed at gradually improving productivity over the coming quarters.

In the nine-month period, net revenue totaled **R$ 402.4 million**, an increase of **9.3%.**





Camicado posted net revenue of **R$ 137.2 million**, an increase of **1.5%.** Despite a persist challenging environment for the home and decor business, the quarter's performance benefited from the strengthening of digital channels, with WhatsApp becoming increasingly relevant to sales and operational improvements in the digital platform, which continues to gain share of total sales.

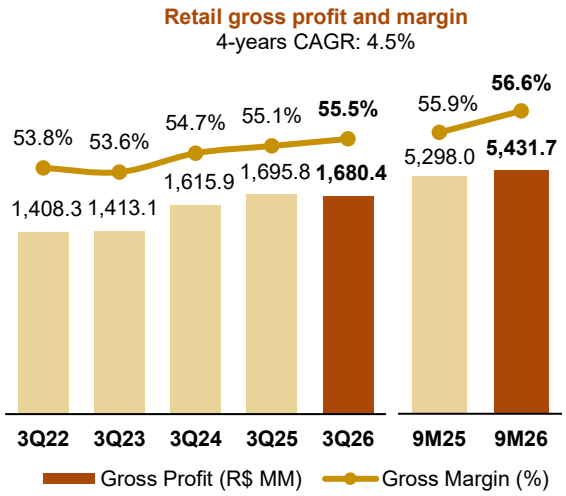
In the nine-month period, net revenue totaled **R$ 401.1 million**, an increase of **1.3%.** The business remains focused on productivity, a higher share of exclusive products and active portfolio management, with greater integration between physical and digital channels.

Retail Gross Profit and Gross Margin

R$ million	3Q26	3Q25	Δ	9M26	9M25	Δ
Retail gross profit	**1,680.4**	**1,695.8**	***-0.9%***	**5,431.7**	**5,298.0**	***2.5%***
Retail gross margin	**55.5%**	**55.1%**	***0.4p.p.***	**56.6%**	**55.9%**	***0.7p.p.***
Renner	55.2%	54.8%	*0.4p.p.*	56.4%	55.6%	*0.8p.p.*
Youcom	58.7%	60.3%	*-1.6p.p.*	61.2%	61.4%	*-0.2p.p.*
Camicado	58.3%	56.2%	*2.1p.p.*	57.3%	55.8%	*1.5p.p.*
Apparel gross profit	**1,526.0**	**1,530.4**	***-0.3%***	**4,976.6**	**4,805.3**	***3.6%***
Apparel gross margin	**56.5%**	**56.2%**	***0.3p.p.***	**57.8%**	**57.0%**	***0.8p.p.***

Note: Retail gross profit includes the cost of goods sold for merchandise sales (apparel, footwear, beauty, home, and décor categories). For improved comparability and analysis, the costs related to Ashua's operation are presented together with Renner's operations.

Consolidated retail gross profit amounted to **R$ 1,680.4 million**, down **0.9%**. Retail gross margin reached a record third-quarter level of **55.5%**, representing a **0.4p.p.** year-on-year expansion, while apparel gross margin reached **56.5%**, up **0.3p.p.** Both margins benefited from efficiencies in our operating model, combined with favorable foreign exchange effects.



Throughout the quarter, the Company intensified promotional initiatives to support the sell-through of aged inventory and remaining winter merchandise as well as specific initiatives to drive traffic in digital channels, especially in promotional events, such as August 8 and September 9.

Given the changing demand pattern, the Company used the agility and responsiveness of its supply chain, as well as the flexibility of the supply model, to adjust its product offering in line with observed sales trends throughout the quarter, partially helping to mitigate the formation of additional inventories.

At the end of the quarter, the inventory balance increased **6%** (**2%** in pieces) compared to 3Q25. The average age of inventory was higher, due to below-expected sales, but remained in line with historical levels. Inventory turnover reached 127 days (LTM), up by 3 days versus the same period of the previous year. The Company continues to focus on inventory management, employing commercial initiatives and calibrated markdowns to accelerate turnover, while balancing margins with the perceived value of its brands.

In the nine-month period, consolidated retail gross profit totaled **R$ 5,431.7 million**, up **2.5%** year-on-year. Consolidated retail gross margin reached **56.6%**, expanding by **0.7 p.p.**, while apparel gross margin increased by **0.8 p.p.** to **57.8%**.

- **Renner**

Renner posted a gross margin of **55.2%,** an increase of **0.4p.p.** year-on-year. In the nine-month period, the gross margin reached **56.4%**, an expansion of **0.8p.p.**

This performance reflects a balanced approach to pricing, assortment, and supply, even amid greater promotional intensity aimed at clearing remaining winter inventory. In addition, part of the gains from operational and efficiency initiatives was reinvested in commercial initiatives designed to stimulate demand and strengthen the brand's competitive positioning.

- **Specialized businesses**

At **Youcom**, the quarter ended with a gross margin of **58.7%,** down **1.6 p.p.** compared to the same quarter in 2025, impacted by the need for a more intense round of markdowns, mainly reflecting the need to adjust inventory levels and a lower customer acceptance of certain collections, especially in the men's and denim categories. Throughout the period, the brand made progress in renewing its assortment and recomposing categories with better performance and greater potential for repeat purchases, maintaining the focus on the quality of inventories and the gradual improvement in commercial productivity. In the nine-month period, the brand's gross margin was **61.2%**, down **0.2 p.p.** year-on-year.

Inventories remained above the level considered adequate for some categories throughout the quarter. Considering this scenario, the Company accelerated actions to optimize the portfolio and freshness collections, aiming to improve the relevance and accuracy of the assortment and create a more balanced basis for the next sales cycles.

At **Camicado**, gross margin remained at a healthy level in the quarter, reaching **58.3%,** a strong expansion of **2.1p.p.** driven by a higher share of exclusive and private-label products and active portfolio management. The Company also advanced initiatives to improve competitiveness in highly comparable categories, through selective price adjustments, seeking to strengthen the customer value proposition and expand commercial relevance in strategic segments. In the nine-month period, the brand's gross margin reached **57.3%**, expanding by **1.5 p.p**. year-on-year.

Inventory management remained in line with Camicado's strategy for greater productivity and operational efficiency. The Company continued to prioritize the expansion of the share of exclusive products and the development of seasonal collections, maintaining a supply structure compatible with sales opportunities in physical and digital channels.





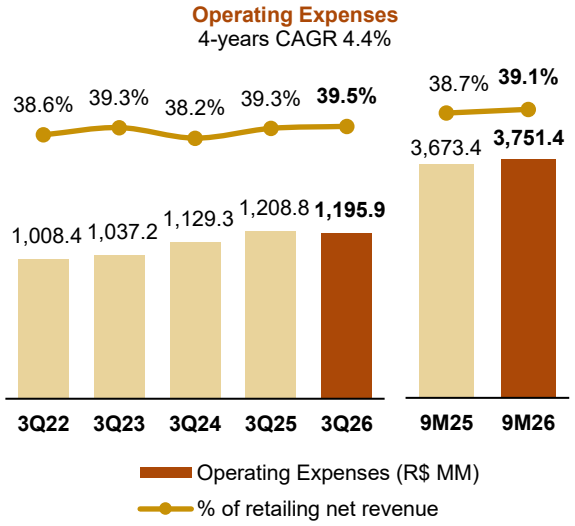
Retail operating expenses

R$ million	3Q26		3Q25		Δ	
Operating expenses (post IFRS 16)	**(1,195.9)**	***-39.5%***	**(1,208.8)**	***-39.3%***	***-1.1%***	***0.2p.p.***
Selling	(811.2)	*-26.8%*	(803.0)	*-26.1%*	*1.0%*	*0.7p.p.*
General and Administrative	(376.4)	*-12.4%*	(369.5)	*-12.0%*	*1.9%*	*0.4p.p.*
Profit Sharing Program and LTI	(8.3)	*-0.3%*	(36.3)	*-1.2%*	*-77.1%*	*-0.9p.p.*
Operating expenses (ex IFRS 16)	**(1,372.6)**	***-45.3%***	**(1,378.3)**	***-44.8%***	***-0.4%***	***0.5p.p.***
Selling	(961.0)	*-31.7%*	(947.2)	*-30.8%*	*1.5%*	*0.9p.p.*
General and Administrative	(403.4)	*-13.3%*	(394.8)	*-12.8%*	*2.2%*	*0.5p.p.*
Profit Sharing Program and LTI	(8.3)	*-0.3%*	(36.3)	*-1.2%*	*-77.1%*	*-0.9p.p.*

R$ million	9M26		9M25		Δ	
Operating expenses (post IFRS 16)	**(3,751.4)**	***-39.1%***	**(3,673.4)**	***-38.7%***	***2.1%***	***0.4p.p.***
Selling	(2,514.1)	*-26.2%*	(2,421.6)	*-25.5%*	*3.8%*	*0.7p.p.*
General and Administrative	(1,141.5)	*-11.9%*	(1,116.7)	*-11.8%*	*2.2%*	*0.1p.p.*
Profit Sharing Program and LTI	(95.8)	*-1.0%*	(135.1)	*-1.4%*	*-29.1%*	*-0.4p.p.*
Operating expenses (ex IFRS 16)	**(4,275.7)**	***-44.6%***	**(4,175.7)**	***-44.0%***	***2.4%***	***0.6p.p.***
Selling	(2,959.4)	*-30.8%*	(2,847.6)	*-30.0%*	*3.9%*	*0.8p.p.*
General and Administrative	(1,220.5)	*-12.7%*	(1,193.1)	*-12.6%*	*2.3%*	*0.1p.p.*
Profit Sharing Program and LTI	(95.8)	*-1.0%*	(135.1)	*-1.4%*	*-29.1%*	*-0.4p.p.*

Note 1: Retail Operating Expenses comprise Selling and General & Administrative expenses, plus the Profit Sharing Program and Long-Term Incentives, less Depreciation and Amortization.
Note 2: As disclosed in 4Q25, as from 1Q26, the Company began to present, on a supplementary basis, retail operating expenses under the accounting framework prior to the adoption of IFRS 16. Under this view, lease payments are included in operating expenses, within Selling and G&A expense lines.
Note 3: As disclosed in 4Q25, beginning in 1Q26, the Company will present, together with expenses related to the Profit Sharing Program (PSP), expenses related to the restricted and performance share grant plan.
Note 4: Lease payments amounted to: R$ (176,7) MM in 3Q26, R$ (169,5) in 3Q25, R$ (524,3) MM in 9M26 and R$ (502,3) in 9M25.

Retail operating expenses as shown above totaled **R$ 1,195.9 million**, decreasing by **1.1%.** On an ex-IFRS 16 basis, which includes lease payments, operating expenses reached **R$ 1,372.6 million**, a reduction of **0.4%.** Despite the lower sales, accumulated inflation during the period and the expansion of the sales area, the Company maintained discipline in the management of expenses. Excluding the effects of PSP and LTI, expenses increased by **1.3%.**



Selling expenses reached **R$ 811.2 million**, up **1.0%,** and increased by **0.7p.p.** as a percentage of net revenue. General and administrative expenses totaled **R$ 376.4 million**, an increase of **1.9%**, while increasing by **0.4 p.p.** as a percentage of net revenue.

Expenses related to the Profit-Sharing Program (PSP) and Long-Term Incentive plan (LTI) totaled **R$8.3 million** (R$36.3 million in 3Q25), a reduction of **77.1%,** reflecting the reduced requirement for additional provisions in the quarter, given the accumulated results in the period and the amounts already provisioned in the first half of the year.

The Company made progress in the execution of its expense efficiency plan, through initiatives on several fronts, including the renegotiation of contracts with suppliers and productivity gains in store operations and in the administrative areas. At the stores, expansion in the installation of self-service checkouts throughout the year has already been completed in about 75% of Renner's units, allowing it to absorb a greater volume of transactions with less need to expand staffing levels. In the corporate areas, artificial intelligence tools have been supporting processes across legal, finance, customer service, content production and data analysis. Some of these initiatives have already begun to deliver results, and the plan is expected to generate additional benefits progressively as the projects are completed.

The Company maintains its target to reduce operating expenses ex-IFRS 16 as a percentage of net retail revenue by 2.5p.p. to 3.5p.p. by 2030.

Retail EBITDA

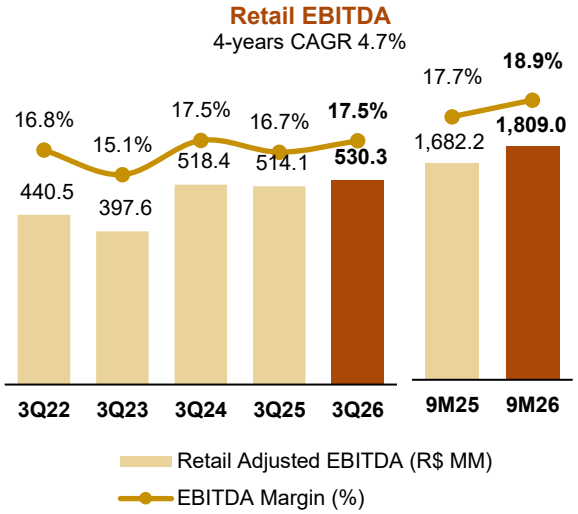
R$ million	3Q26	3Q25	Δ	9M26	9M25	Δ
Gross profit	1,680.4	1,695.8	*-0.9%*	5,431.7	5,298.0	*2.5%*
Operating expenses	(1,195.9)	(1,208.8)	*-1.1%*	(3,751.4)	(3,673.4)	*2.1%*
Other operating income/expenses	45.8	27.1	*69.0%*	128.7	57.6	*123.4%*
Retail EBITDA	**530.3**	**514.1**	*3.2%*	**1,809.0**	**1,682.2**	*7.5%*
Retail EBITDA Margin	17.5%	16.7%	*0.8p.p.*	18.9%	17.7%	*1.2p.p.*
Retail EBITDA (ex IFRS 16)	**353.6**	**344.6**	*2.6%*	**1,284.9**	**1,180.1**	*8.9%*
Retail EBITDA Margin (ex IFRS 16)	11.7%	11.2%	*0.5p.p.*	13.4%	12.4%	*1.0p.p.*

Note 1: Retail EBITDA Margin is calculated based on Retail Net Revenue.
Note 2: As disclosed in the 4Q25 materials, beginning in 1Q26, the Company additionally presents Retail EBITDA and Adjusted Total EBITDA under the methodology applied prior to the adoption of IFRS 16 – Leases. Under this approach, lease payments are included in operating expenses and, consequently, impact EBITDA.

Retail EBITDA reached **R$ 530.3 million**, up **3.2%**, with a margin of **17.5%**, an expansion of **0.8 p.p.** In the quarter, other operating income primarily reflected the recognition of PIS and COFINS tax credits arising from a lawsuit for which a final decision was issued. On a comparable basis, excluding other income and expenses, Retail EBITDA totaled **R$ 484.5 million**, with a margin of **16.0%**, up 0.2p.p. year-on-year. Ex-IFRS 16, Retail EBITDA totaled **R$ 353.6 million**, up **2.6%**, with a margin of **11.7%**, an increase of **0.5 p.p.**

For the nine-month period, Retail EBITDA reached **R$1,809.0 million**, up **7.5%**, with a margin of **18.9%**, an expansion of **1.2 p.p.** On a comparable basis, excluding other income and expenses, Retail EBITDA totaled **R$1,680.3 million**, with a margin of **17.5%**, **0.4 p.p.** higher than in the prior year. Ex-IFRS 16, Retail EBITDA totaled **R$1,284.9 million**, up **8.9%**, with a margin of **13.4%**, an increase of **1.0 p.p.**

The Company aims to achieve an annual retail EBITDA margin ex-IFRS 16 of between 18% and 20% by 2030.



realize

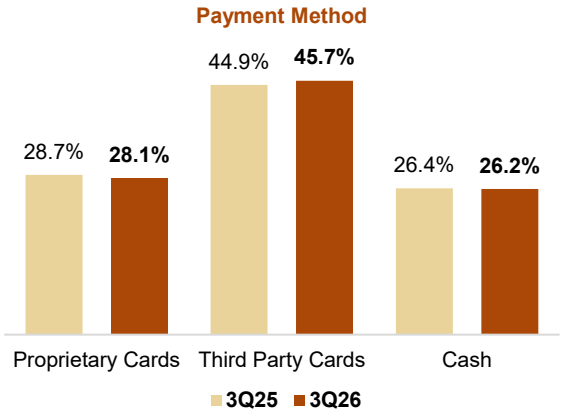


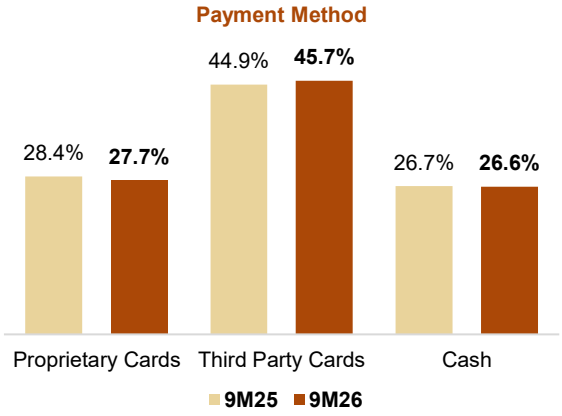
Consumer finance Performance

Consumer finance

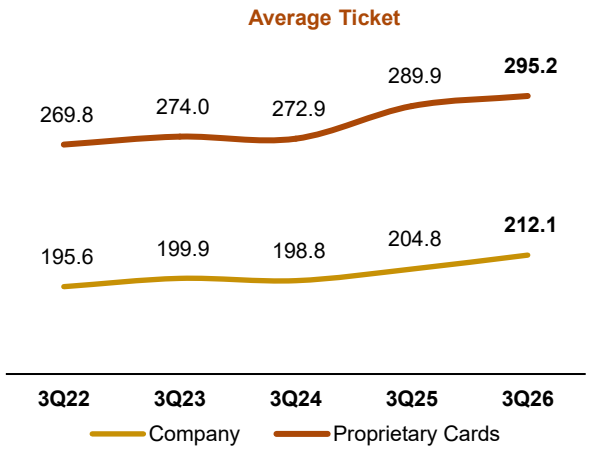
- **Payment methods and active customer base**

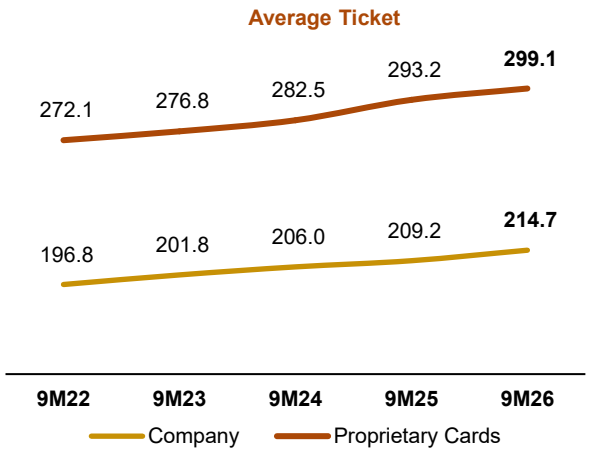
The share of private-label cards reached **28.1%** of sales, a decrease of **0.6p.p.** from the same quarter of the prior year. The indicator reflects the continuation of the Company's selective credit policy given the current environment of elevated household indebtedness and higher credit risk.





At the end of the quarter, the active customer base totaled **4.8 million**, stable versus the same period last year. The average ticket size for sales conducted using private-label cards reached **R$ 295.2**, approximately 40% higher than the Company's overall average ticket. The result underscores the role of financial products in strengthening customer loyalty and engagement and supporting retail sales.





Credit Portfolio

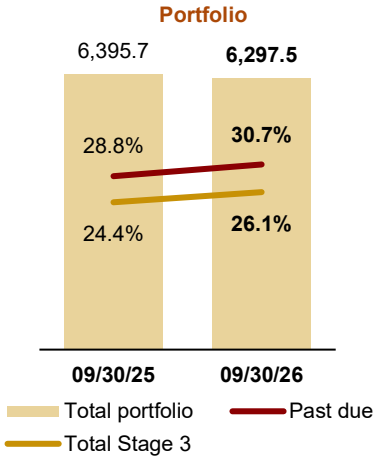
R$ million	30/09/2026		Adjusted 30/09/2026		30/09/2025		Δ	
Total portfolio	**6,435.0**	**100.0%**	**6,297.5**	**100.0%**	**6,395.7**	**100.0%**	**-1.5%**	-
Not yet due	4,364.1	67.8%	4,364.1	69.3%	4,556.4	71.2%	-4.2%	-1.9p.p.
Past due	2,070.9	32.2%	1,933.4	30.7%	1,839.3	28.8%	5.1%	1.9p.p.
Total portfolio	**6,435.0**	**100.0%**	**6,297.5**	**100.0%**	**6,395.7**	**100.0%**	**-1.5%**	-
Stage 1	3,140.6	48.8%	3,140.6	49.9%	3,395.5	53.1%	-7.5%	-3.2p.p.
Stage 2	1,512.4	23.5%	1,512.4	24.0%	1,437.5	22.5%	5.2%	1.5p.p.
Stage 3	1,782.0	27.7%	1,644.5	26.1%	1,562.7	24.4%	5.2%	1.7p.p.

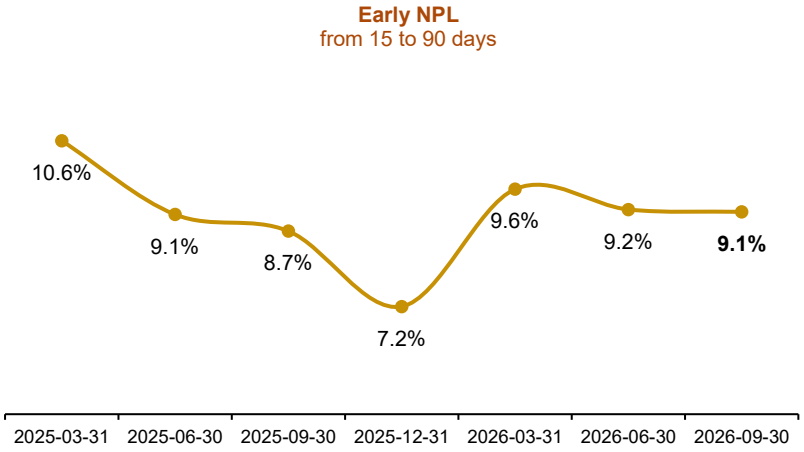
Stage 1 – Performing exposures and up to 30 days past due: expected credit loss measured over the next 6 months.
Stage 2 – Past due between 31 and 89 days, or performing renegotiated exposures, or use of overlimit for the Meu Cartão product: expected credit loss measured over 12 months.
Stage 3 – Past due from 90 days onwards, or non-performing renegotiated exposures: loss measurement considers only the effective loss, given default.

The total adjusted portfolio ended the quarter at **R$ 6,297.5 million**, a **1.5%** decrease compared to 3Q25, on a comparable basis, incorporating the 540-day write-off period for past-due receivables. The decline reflected the continued adoption of a selective credit policy amid weaker consumption and a more cautious approach to credit origination.

The share of the overdue portfolio reached **30.7%,** an increase of **1.9p.p.**, while stage 3 represented **26.1%** of the total, an increase of **1.7 p.p.** in relation to the same period of the preceding year.

The increase in Stage 3 mainly reflected the aging of earlier vintages, lower origination within the performing portfolio, and a more challenging credit environment. This increase was partially offset by the continued selective approach to new originations, as well as collection and recovery of previously written-off credits.





Expected credit losses and coverage

The expected credit losses totaled **R$1,445.8 million**, equivalent to total coverage of **23.0%**, up **1.2 p.p**. year-on-year. Total Stage 3 coverage ended the quarter at **87.9%,** down **1.1p.p.** Provisions remain adequate for the portfolio's current level of risk. The sufficiency assessment considers the expected exposure and losses of each stage, as well as the recoveries observed after receivables are written off as credit losses.

R$ million	9/30/2026	9/30/2026	9/30/2025	Δ
Estimate for credit losses	**(1,553.0)**	**(1,445.8)**	**(1,391.4)**	**3.9%**
Total coverage	24.1%	23.0%	21.8%	1.2p.p.
Past due coverage	75.0%	74.8%	75.6%	-0.8p.p.
Stage 3 coverage	87.1%	87.9%	89.0%	-1.1p.p.

Consumer Finance Results

R$ million	3Q26	3Q25	Δ
Net revenues, net of funding costs	488.8	490.3	*-0.3%*
Credit losses, net of recoveries	(297.5)	(263.1)	*13.0%*
Operating expenses	(150.7)	(147.4)	*2.3%*
Financial services result	**40.7**	**79.8**	*-49.0%*
% of Total EBITDA (post IFRS 16)	*7.1%*	*13.4%*	*-6.3p.p.*
% of Total EBITDA (ex IFRS 16)	*10.3%*	*18.8%*	*-8.5p.p.*

R$ million	9M26	9M25 Adjusted	Δ	9M25 Reported
Net revenues, net of funding costs	1,495.6	1,513.4	*-1.2%*	1,513.4
Credit losses, net of recoveries	(828.9)	(811.0)	*2.2%*	(696.0)
Operating expenses	(449.6)	(428.6)	*4.9%*	(428.6)
Financial services result	**217.1**	**273.7**	*-20.7%*	**388.7**
% of Total EBITDA (post IFRS 16)	*10.7%*	*13.2%*	*-2.5p.p.*	*18.8%*
% of Total EBITDA (ex IFRS 16)	*14.5%*	*17.5%*	*-3.0p.p.*	*24.8%*

Revenues, net of funding, totaled **R$ 488.8 million**, broadly stable compared to 3Q25. The performance reflected the lower contribution from short-delinquency vintages, from 1 to 90 days, due to the consumption dynamics discussed above and the maintenance of a more selective credit policy. It is worth noting that, as of January 1, 2025, the Company began recognizing late-payment interest income on the portion of the portfolio overdue between 61 and 90 days. Accordingly, the periods have been fully comparable since 1Q26.

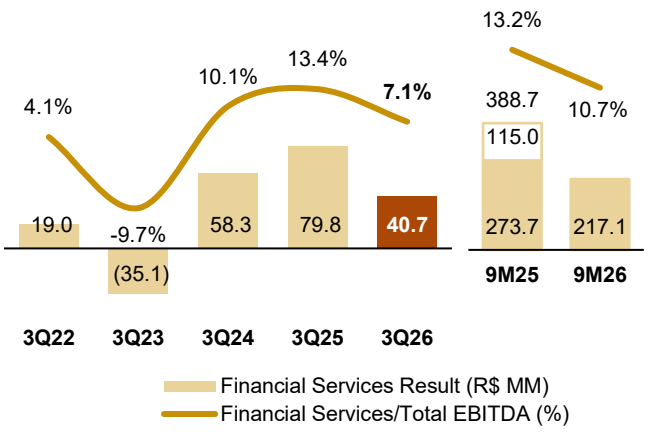
Credit losses, net of recoveries, totaled **R$ 297.5 million**, up **13%** year-on-year. The increase reflected a more challenging environment, with a higher volume of receivables written off as losses. As discussed in previous reports, the change in the receivables write-off period, effective January 1, 2025, altered the timing of write-offs, resulting in a greater concentration in the third quarter of each year. Expected credit loss provisions remained consistent with the current risk profile of the portfolio, with delinquencies remaining under control.

Operating expenses totaled **R$ 150.7 million**, an increase of only **2.3%,** below cumulative inflation over the last twelve months, reflecting the strict control of expenses.

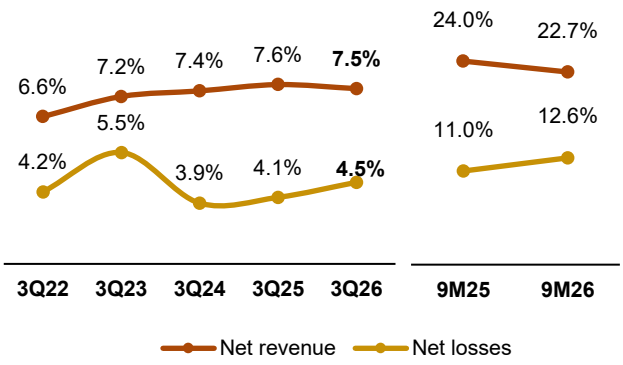
As a result, Consumer Finance earnings totaled **R$ 40.7 million** in the quarter, a **49.0%** decline versus 3Q25. In the nine-month period, earnings reached R$ 217.1 million, down 20.7% year-on-year.

The Company reiterates the guidance disclosed in December 2025, under which Realize's annual operating result is expected to represent between 8% and 12% of total EBITDA on an ex IFRS-16 basis. The operation continues to contribute to strengthening the ecosystem through sustainable business growth, in line with the Company's strategy and its role as a customer loyalty driver, positively impacting both shopping experience and retail sales.

Financial Services Result
CAGR 3Q22-3Q26 20.9%



Revenue and Losses
over average portfolio





Consolidated Figures

Total Adjusted EBITDA

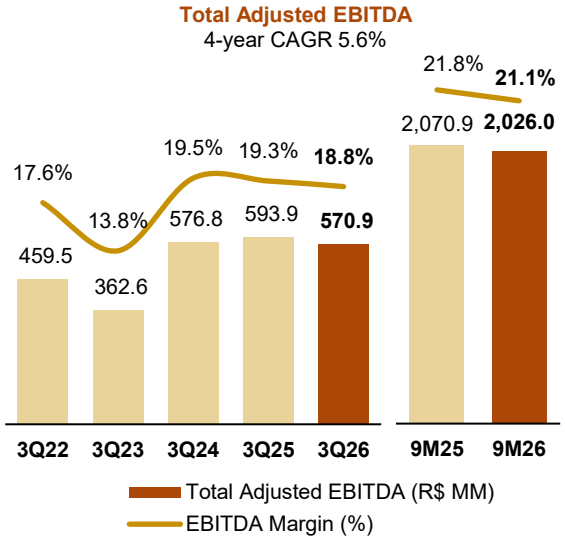
R$ million	3Q26	3Q25	Δ	9M26	9M25	Δ
Net Income for the Period	**246.4**	**279.4**	***-11.8%***	**908.3**	**904.9**	***0.4%***
Income Tax and Social Contribution	(7.4)	(19.8)	*-62.9%*	91.3	121.3	*-24.7%*
Financial Result, Net	8.7	19.1	*-54.5%*	64.3	83.4	*-23.0%*
Depreciation and amortization	319.8	307.2	*4.1%*	953.0	936.2	*1.8%*
Total EBITDA	567.5	585.9	*-3.1%*	2,016.8	2,045.8	*-1.4%*
Stock Option Plan	3.1	4.9	*-37.7%*	10.9	17.2	*-36.5%*
Result of Disposals or Asset Write-Offs	0.3	3.0	*-90.8%*	(1.7)	7.9	*NA*
Total Adjusted EBITDA	**570.9**	**593.9**	***-3.9%***	**2,026.0**	**2,070.9**	***-2.2%***
Total Adjusted EBITDA margin	18.8%	19.3%	*-0.5p.p.*	21.1%	21.8%	*-0.7p.p.*
Total Adjusted EBITDA (ex IFRS 16)	**394.1**	**424.4**	***-7.1%***	**1,501.7**	**1,568.6**	***-4.3%***
Total Adjusted EBITDA margin (ex IFRS 16)	13.0%	13.8%	*-0.8p.p.*	15.7%	16.5%	*-0.8p.p.*

Note 1: Adjusted Total EBITDA Margin is calculated based on Retail Net Revenue.
Note 2: As disclosed in the 4Q25 materials, beginning in 1Q26, the Company additionally presents Adjusted Total EBITDA under the methodology applied prior to the adoption of IFRS 16 – Leases. Under this approach, lease payments are included in operating expenses and, consequently, impact EBITDA.

Total adjusted EBITDA totaled **R$ 570.9 million** in the quarter, down **3.9%,** with a margin of **18.8%,** down **0.5 p.p.** On a comparable basis, excluding other retail income and expenses, Total Adjusted EBITDA amounted to R$ 525.1 million, with a margin of 17.3%, down 1.1p.p versus the previous year. On an ex-IFRS 16 basis, Total Adjusted EBITDA totaled **R$ 394.1 million**, down **7.1%,** equivalent to a margin of **13.0%,** down **0.8 p.p.**

In the nine-month period, Total Adjusted EBITDA reached **R$ 2,026.0 million**, down **2.2%,** with a margin of **21.1%,** down **0.7 p.p.** On a comparable basis, excluding the amount of other retail revenues and expenses, and non-recurring effects of financial services, Total Adjusted EBITDA amounted to R$ 1,897.3 million, equivalent to a margin of 19.8%, down 0.2 p.p. versus the previous year. On an ex-IFRS 16 basis, Total Adjusted EBITDA amounted to **R$ 1,501.7 million**, down **4.3%,** with a margin of **15.7%,** down **0.8p.p**.

The performance reflected a more challenging operating environment, both in the retail and financial services segments.

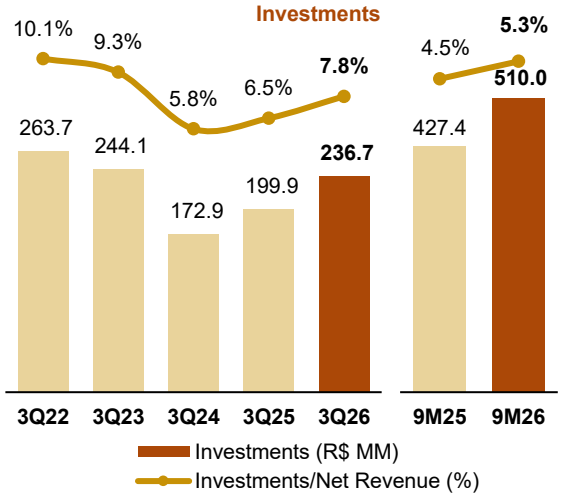




Investments and expansion

R$ million	3Q26	3Q25	9M26	9M25
Total investments	**236.7**	**199.9**	**510.0**	**427.4**
New stores	75.6	42.6	147.1	60.6
Store remodeling and other projects	91.1	99.0	181.7	198.9
IT equipment and systems	60.6	51.0	163.6	152.8
Logistics and others	9.3	7.3	17.6	15.1

Investments totaled **R$ 236.7 million** in the quarter and **R$ 510.0 million** in the year-to-date. Investments were primarily allocated to new store openings and renovations, as well as technology, infrastructure maintenance and productivity initiatives.



During the quarter, six stores were opened: four Renner, one Youcom and one Camicado. Year-to-date, 22 stores were opened across all brands.

For 2026, the proposed capital budget of **R$ 1,050 million** includes the opening of 50 to 60 stores, 22 to 30 Renner stores, 23 to 25 Youcom stores and approximately 5 Camicado stores.

The Company maintains its annual Capex guidance at between 6.0% and 7.5% of net retail revenue. For the Renner brand, the Company expects to reach between 570 and 600 stores by 2030, with a focus on entering previously untapped cities with populations of up to 100,000 through the Essential store format, while maintaining attractive returns. For Youcom, the projection is to reach between 260 and 290 units by 2030, prioritizing shopping malls and markets where the brand does not yet have a presence.

While sales at the new stores were also affected by the more challenging consumer environment, their EBITDA margins remain within expectations. The units opened in previous cycles reported profitability matching or exceeding the Company's average, underscoring the attractiveness of the expansion plan.

The Company also made progress in the completion of store renovations, being eight in the quarter and twenty three for the nine-month period. During the renovation, part of the sales area in these stores is temporarily unavailable and sealed off, temporarily affecting sales. Following their reopening, remodeled stores have shown a rapid recovery, with average sales productivity per square meter increasing by 5% to 10%.

Number of Stores	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26	3Q26	9M25	9M26
Renner	**432**	**443**	**444**	**446**	**449**	**432**	**449**
Openings	3	11	1	2	4	3	**7**
Closures	-	-	-	-	(1)	-	**(1)**
Camicado	**102**	**104**	**102**	**100**	**99**	**102**	**99**
Openings	1	2	-	3	1	1	**4**
Closures	(2)	-	(2)	(5)	(2)	(2)	**(9)**
Youcom	**142**	**152**	**152**	**161**	**162**	**142**	**162**
Openings	7	10	1	9	1	7	**11**
Closures	-	-	(1)	-	-	-	**(1)**
Ashua	**18**	**18**	**17**	**16**	**15**	**18**	**15**
Openings	-	-	-	-	-	-	**-**
Closures	(1)	-	(1)	(1)	(1)	(1)	**(3)**
Total	**694**	**717**	**715**	**723**	**725**	**694**	**725**
Openings	11	23	2	14	6	11	**22**
Closures	(3)	-	(4)	(6)	(4)	(3)	**(14)**

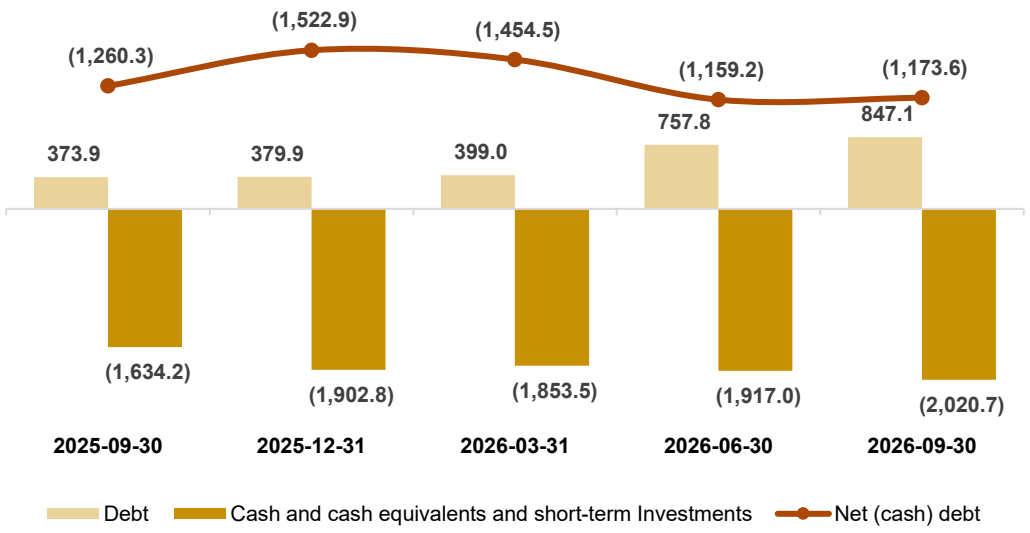
Cash management

Free Cash Flow

R$ million	3Q26	3Q25	Δ R$	9M26	9M25	Δ R$
Total Adjusted EBITDA (ex IFRS 16)	**394.1**	**424.4**	***(30.3)***	**1,501.7**	**1,568.6**	***(66.9)***
(+/-) Income Tax, Social Contribution/Financial Revenue	53.5	(25.1)	*78.6*	25.1	(100.8)	*125.9*
Operating Cash Flow	**447.6**	**399.3**	***48.3***	**1,526.8**	**1,467.8**	***59.0***
(+/-) Change in Working Capital	**212.5**	**277.1**	***(64.6)***	**(177.3)**	**(132.5)**	***(44.8)***
Accounts Receivable	511.4	435.2	*76.2*	1,182.9	842.2	*340.7*
Card Administrator Obligations	(38.6)	(3.4)	*(35.2)*	(216.1)	(139.5)	*(76.6)*
Inventory	(159.3)	(165.7)	*6.4*	(383.5)	(193.4)	*(190.1)*
Suppliers	79.5	190.2	*(110.7)*	(132.4)	(289.4)	*157.0*
Taxes	(101.1)	(159.4)	*58.3*	(355.8)	(359.0)	*3.2*
Other Accounts Receivable/Payable	(79.4)	(19.8)	*(59.6)*	(272.4)	6.5	*(278.9)*
(-) Capex	**(236.7)**	**(202.9)**	***(33.8)***	**(532.8)**	**(457.8)**	***(75.0)***
(=) Free Cash Flow	**423.4**	**473.6**	***(50.2)***	**816.7**	**877.5**	***(60.8)***

Free cash flow totaled **R$ 423.4 million** in 3Q26, R$ 50.2 million lower than in 3Q25, mainly reflecting higher working capital requirements related to suppliers, due to a lower concentration of domestic product purchases during the period.

Net (Cash) debt



The Company's net cash decreased by **R$ 349.4 million** versus December 2025, mainly due to **R$ 500.3 million** in share buybacks and **R$ 574.4 million** in Interest on Capital payments, both occurring in the 9M26 period. These outflows of cash were partially offset by the generation of **R$ 816.7 million** in free cash flow year-to-date.

Financial Result

R$ million	3Q26	3Q25	Δ	9M26	9M25	Δ
Financial Revenues	**63.2**	**47.1**	***34.1%***	**153.5**	**122.4**	***25.4%***
Income from cash equivalents and financial investments	34.0	33.3	*2.1%*	100.9	102.1	*-1.2%*
Selic interest on tax credits	29.1	13.7	*112.0%*	52.6	20.3	*159.3%*
Financial Expenses	**(70.8)**	**(63.2)**	***12.0%***	**(209.3)**	**(192.9)**	***8.5%***
Interest on loans, financing and debentures	(5.0)	(5.0)	*0.0%*	(14.0)	(9.7)	*45.0%*
Interest on leasing	(65.8)	(58.2)	*13.0%*	(195.3)	(183.3)	*6.5%*
Variations in foreign exchange and monetary restatement, net	**(1.4)**	**(10.4)**	***-86.9%***	**(13.5)**	**(23.5)**	***-42.7%***
Other revenues and (expenses)	**0.3**	**7.4**	***-96.1%***	**5.0**	**10.6**	***-52.9%***
Financial Result	**(8.7)**	**(19.1)**	***54.5%***	**(64.3)**	**(83.4)**	***23.0%***

The Company recorded a negative financial result of **R$ 8.7 million**, versus **R$ 19.1 million**, also negative, in 3Q25. The year-on-year improvement was mainly attributable to Selic interest on tax credits recognized during the quarter. In 9M26, the Financial Result was negative at **R$ 64.3 million** versus **R$ 83.4 million**, also negative, in 9M25.

Net Income and ROIC

Net Income totaled **R$ 246.4 million,** down **11.8%** year-on-year, reflecting the operating performance of both retail and financial services segments. Earnings per share for the quarter were **R$ 0.2583**, down **7.8%** compared to 3Q25.

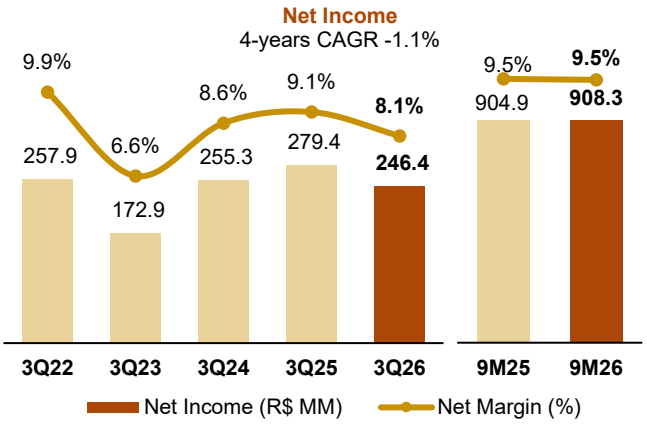
Excluding the extraordinary effects of (i) other retail operating income, net of taxes, and (ii) Selic interest, net income was R$ 187.1 million, down 24.5% year-on-year. Adjusted earnings per share were R$ 0.1961, down 21.1% year-on-year.

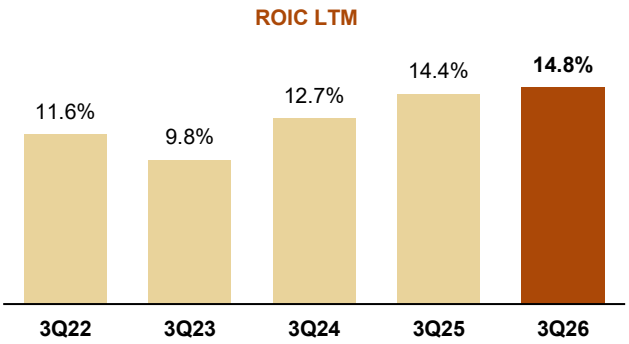
In the quarter, the Company approved **R$ 227.5 million** in Interest on Capital (R$ 217.9 million in 3Q25), corresponding to **R$ 0.240666** per share (R$ 0.219727 in 3Q25), which was paid on October 14, 2026.

For the nine-month period, net income totaled **R$ 908.3 million, up 0.4%.** Earnings per Share reached **R$ 0.9380**, **up 5.8%.** On a comparable basis, net income totaled R$ 770.8 million, down 0.9%, while Earnings per Share reached R$ 0.7960, up 4.5%.

In the nine-month period, including the payout of Interest on Capital (IoC) and share buybacks, the Company distributed R$ 1,165.6 million to shareholders, equivalent to **128% of net income**. The Company maintains its capital distribution guidance of **50% to 80%** of annual net income over the 2026 to 2030 period.

LTM ROIC increased by **0.4 p.p.,** reaching **14.8%,** above the cost of capital. The continued expansion of ROIC is supported by margin gains, higher asset turnover driven by inventory productivity and disciplined working capital. These drivers reinforce the Company's confidence in the path toward achieving the ROIC guidance of approximately **20% ROIC by 2030.**







Appendices

Financial Statements

Consolidated Income Statement

(R$ MM)	3Q26	3Q25	9M26	9M25
Net Operating Revenue	**3,522.0**	**3,563.5**	**11,089.2**	**10,988.6**
Net Revenue from merchandise sales	3,026.4	3,072.1	9,579.9	9,463.0
Net Revenue from Services	495.6	491.4	1,509.3	1,525.6
Cost of Sales	**(1,352.8)**	**(1,377.4)**	**(4,161.9)**	**(4,177.3)**
Cost of merchandise sales	(1,343.4)	(1,379.8)	(4,148.8)	(4,176.1)
Cost of services	(9.4)	2.4	(13.1)	(1.2)
Gross Profit	**2,169.2**	**2,186.1**	**6,927.3**	**6,811.4**
Operating Expenses	**(1,921.4)**	**(1,907.3)**	**(5,863.4)**	**(5,701.8)**
Selling	(811.2)	(803.0)	(2,514.1)	(2,421.6)
General and Administrative	(376.4)	(369.5)	(1,141.5)	(1,116.7)
Depreciation and Amortization	(319.8)	(307.2)	(953.0)	(936.2)
Credit Losses, Net	(297.5)	(263.1)	(828.9)	(696.0)
Other Operating Results	(116.6)	(164.5)	(426.1)	(531.3)
Operating Profit (loss) before Financial Result	**247.8**	**278.8**	**1,063.9**	**1,109.6**
Financial Result, Net	(8.7)	(19.1)	(64.3)	(83.4)
Income Tax and Social Contribution	7.3	19.7	(91.3)	(121.2)
Net Income for the Period	**246.4**	**279.4**	**908.3**	**904.9**

Consolidated Cash Flow

(R$ MM)	3Q26	3Q25	9M26	9M25
Cash flows from operating activities				
Adjusted net income	**661.0**	**682.9**	**2,390.8**	**2,863.9**
(Increase) Reduction in the Assets				
Accounts receivable from customers	522.8	433.9	1,109.4	362.1
Inventories	(164.8)	(170.9)	(379.2)	(186.0)
Taxes recoverable	26.7	(60.8)	12.0	(126.7)
Other assets	(17.4)	(9.9)	(73.1)	(76.6)
Increase (Reduction) in Liabilities				
Suppliers	73.5	188.7	(126.9)	(266.0)
Obligations - forfait	(0.8)	-	(41.4)	-
Fiscal obligations	(154.2)	(157.2)	(496.2)	(303.1)
Obligations with card administrators	(38.5)	(3.4)	(216.0)	(139.5)
Other obligations	(26.0)	(7.4)	(127.5)	(74.2)
Payment of income tax and social contribution	(0.1)	(30.8)	(87.2)	(162.1)
Interest paid on loans, financing and debentures	(1.5)	(75.6)	(3.2)	(114.9)
Net cash generated by operating activities before investments	**880.7**	**789.5**	**1,961.5**	**1,776.9**
Financial investments	(9.2)	190.0	214.5	77.9
Net cash generated by operating activities	**871.5**	**979.5**	**2,176.0**	**1,854.8**
Cash flows from investment activities				
Acquisitions of fixed and intangible assets	(236.7)	(202.9)	(532.8)	(457.8)
Capital paid-up in subsidiaries and acquisition of subsidiaries, net of cash acquired	(10.2)	-	(10.2)	-
Net cash consumed by investment activities	**(246.9)**	**(202.9)**	**(543.0)**	**(457.8)**
Cash flows from financing activities				
Capital increase net of issuance costs	-	3.9	-	3.9
Share buy-back	(187.3)	(212.6)	(500.3)	(860.6)
Borrowing and amortization of loans and debentures	62.4	(156.8)	404.2	(514.6)
Lease installment payable	(215.8)	(200.1)	(620.5)	(578.2)
Interest on capital and dividends payable	(190.1)	(177.1)	(574.4)	(497.1)
Cash flows from financing activities	**(530.8)**	**(742.7)**	**(1,291.0)**	**(2,446.6)**
Effect of exchange rate variation on balance of cash and cash equivalents	0.8	(0.6)	(9.7)	(9.9)
Variation in cash and cash equivalents	**94.6**	**33.3**	**332.3**	**(1,059.5)**
Cash and cash equivalents at the start of the period	1,215.9	833.5	978.1	1,926.1
Cash and cash equivalents at the end of the period	**1,310.4**	**866.9**	**1,310.4**	**866.9**

Consolidated Balance Sheet

(R$ MM)	09/30/2026	12/31/2025
TOTAL ASSETS	**18,954.5**	**19,625.9**
Current Assets	**11,060.1**	**11,633.6**
Cash and Cash Equivalents	1,310.4	978.1
Financial Investments	710.2	924.7
Accounts Receivable	5,992.3	7,175.2
Inventories	2,243.9	1,860.4
Recoverable Taxes	524.1	470.0
Income tax and social security contributions recoverable	116.4	122.7
Financial Derivatives	2.9	7.9
Other Assets	159.9	94.6
Non-Current Assets	**7,894.4**	**7,992.3**
Recoverable Taxes	321.3	368.7
Income tax and social security contributions recoverable	19.1	32.3
Deferred Income Tax and Social Contribution	696.1	741.9
Other Assets	187.4	177.5
Investments	71.4	55.1
Fixed Assets	2,925.1	2,929.2
Right of Use of Assets	2,113.1	2,076.6
Intangible	1,560.9	1,611.0
TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS EQUITY	**18,954.5**	**19,625.9**
Current Liabilities	**6,604.7**	**6,866.6**
Financing – Financial Services Operations	738.4	21.1
Leases payable	676.4	740.2
Suppliers	1,656.2	1,774.4
Obligations - Forfait	0.5	41.2
Obligations with Card Administrators	2,386.2	2,602.2
Fiscal Obligations	140.9	503.3
Income tax and social contribution payable	7.8	86.8
Social and Labor Obligations	496.8	543.9
Statutory Obligations	198.7	212.0
Provision for Risks	98.1	92.1
Financial Derivatives	9.2	13.8
Other Obligations	195.5	235.6
Non-Current Liabilities	**2,136.8**	**2,303.1**
Financing – Financial Services Operations	108.8	358.8
Leases payable	1,860.9	1,765.3
Deferred Income Tax and Social Contribution	2.2	1.6
Suppliers	57.5	71.6
Provision for Risks	63.0	64.2
Other Obligations	44.4	41.6
Shareholders' Equity	**10,213.0**	**10,456.2**
Capital Stock	9,544.8	9,544.8
Treasury Stock	(833.7)	(344.4)
Capital Reserves	30.7	10.2
Profit Reserves	1,148.8	1,148.8
Other Comprehensive Income	79.4	96.8
Retained Earnings (Accumulated Deficit)	243.0	-

About Lojas Renner S.A.

The Company was founded in 1965 and completed its initial public offering in 1967. Since 2005, the Company has maintained a fully dispersed shareholding structure, with 100% free float, establishing itself as the first Brazilian corporation of its kind. Renner's shares are traded on B3 under the ticker LREN3 in the Novo Mercado segment, which represents B3's highest corporate governance standard.

Lojas Renner S.A. operates as a fashion and lifestyle ecosystem, engaging customers through digital channels and physical stores in Brazil, Argentina, and Uruguay. The company is recognized as Brazil's leading omnichannel fashion retail ecosystem, encompassing the Renner, Camicado, Youcom, Realize CFI, and Repassa businesses.

Renner's purpose is to deliver the best omnichannel experience in fashion, offering diverse styles for the mid-to-high-end segment. The brand aims to enchant customers with high-quality products and services at competitive prices, consistently innovating with a focus on sustainability. Renner designs and sells apparel, footwear, and intimate fashion under proprietary lifestyle brands.

Camicado, acquired in 2011, has over 35 years of expertise in the home and décor segment. The brand provides a comprehensive assortment of products for décor, household items, small appliances, organization, bedding, tableware, and bath products.

Youcom, established in 2013, is a brand with a lifestyle inspired by urban youth, offering its customers an omnichannel experience. The brand continues to grow while fulfilling its purpose of delighting and connecting people who embrace a youthful lifestyle through fashion.

Ashua, a plus-size fashion brand launched in 2016, fosters female empowerment and celebrates diversity by offering modern collections with an emphasis on comfortable cuts and individual style, available through an omnichannel shopping experience.

Realize is a financial institution that supports customer loyalty and convenience across the ecosystem by offering a range of financial services, including Cartão Renner and Meu Cartão.

Investor Relations
CFO and IRO
Daniel Martins dos Santos

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

Corporate Governance
gc@lojasrenner.com.br
Eloisa Sassen
Bruna Miranda
Ana Cristina Borelli

Legal Disclaimer

Statements contained in this document regarding business outlook, operational and financial results, as well as expectations regarding the growth of Lojas Renner S.A. are forward-looking statements and, as such, are based solely on management's current expectations regarding the future of the business. These expectations are substantially dependent on market conditions, the performance of the Brazilian economy, the retail sector and international markets, and are therefore subject to change without prior notice. All variations presented herein are calculated based on figures expressed in thousands of Brazilian Reais, as are any rounding adjustments.


LOJAS RENNER S.A.
RENNER CAMICADO YOUCOM realize ASHUA