RELEASE DE **RESULTADOS**

3T26



50 anos de C&A no Brasil



DESTAQUES 3T26

C&A lança estratégia **Full Power** para o ciclo de 2027-2030.

Receita líquida de vestuário cresce **2,6%,** com expansão de **margem bruta** pelo 21º trimestre consecutivo.

56,0%
Margem bruta de vestuário, +0,6 p.p. vs. 3T25

+27,6%
Receita do site e app vs. 3T25, alcançando 8,0% de participação nas vendas de mercadorias

R$ 183,9 MI
Capex do 3T26, crescimento de 26,2% vs. 3T25

R$ 349,0 MI
Geração de caixa operacional do trimestre, -7,5% vs. 3T25

0,2x alavancagem[1] do trimestre, mesmo com pagamento de R$140 milhões em JCP e R$110 mi em recompras de ações no ano

8 reformas
Concluídas no 3T26 no modelo Energia e mais 10 previstas para o 4T26

5 inaugurações
No 3T26, incluindo a nova loja da Avenida Paulista e 2 lojas da Ace

+4,0 p.p.
NPS em lojas físicas vs. 3T25

GPTW
Reconhecida pela 3ª vez consecutiva, com posição no Top 4 do varejo

18,0%
ROIC ajustado[1] LTM 3T26, patamar acima do custo de capital da companhia

(1) ROIC calculado com base no lucro líquido ajustado dos últimos quatro trimestres.

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS
Data: 05/11/2026 (Português/Inglês)
Brasília: 11:00h I Nova York: 09:00h I Londres: 14:00h
webcast: ri.cea.com.br

FECHAMENTO EM: 30/09/2026
COTAÇÃO: R$ 10,03
VALOR DE MERCADO: R$2.969,5 milhões
AÇÕES EM CIRCULAÇÃO: 197.273.419

IBOVESPA B3 ISE B3 SMLL B3 CEAB B3 LISTED NM IGCT B3 ICO2 B3 IGC-NM B3 IGC B3 IBRA B3 ITAG B3 ICON B3 IGPTW B3

MENSAGEM DA **ADMINISTRAÇÃO**

Este trimestre marca os 50 anos da C&A no Brasil e o lançamento do Full Power, nosso novo ciclo estratégico até 2030, apresentado no C&A Day 2026, no final de agosto. O Full Power se apoia nas bases do Ciclo Energia C&A (2023-2026), que desenvolveu novas capacidades em produtos de moda, jornada omni, marca e relacionamento.

O Full Power manterá a mesma disciplina na alocação de capital, com investimentos estruturais e implementação modular, o que nos permite calibrar o ritmo das iniciativas, priorizando a rentabilidade dos projetos e geração de caixa. A agenda inclui a continuidade da abertura e reforma de lojas, o programa Dispersão e novos negócios, como a Ace, nosso novo formato de lojas no segmento de *Athleisure*.

Tecnologia é um habilitador transversal da nova estratégia. Estamos incorporando mais dados, ferramentas analíticas avançadas e agentes de IA em processos-chave, como gestão comercial, definição do sortimento, o abastecimento das lojas e do Site e Aplicativo, para tornar nossas decisões cada vez mais rápidas e precisas.

A nova estratégia logística segue em execução. Avançamos para uma malha mais regionalizada, que aproxima o estoque da demanda com o novo centro de distribuição no Nordeste e ampliamos o abastecimento por SKU com o objetivo de ter uma distribuição ainda mais assertiva. Esses avanços, aliados à evolução dos nossos modelos de previsão e gestão de sortimento, aumentam a precisão das decisões de abastecimento e contribuem para disponibilizar os produtos de forma mais granular.

Chegar aos 50 anos é um marco histórico para a Companhia. Desde a inauguração da nossa primeira loja, em 1976, construímos uma conexão relevante com milhões de clientes, que fortalecemos nos últimos anos com a evolução dos produtos de moda, uma experiência de compra mais fluida e uma comunicação mais presente no dia a dia da cliente. Celebramos esse marco por meio de diversas iniciativas, como o lançamento da nossa coleção especial de 50 anos, com peças inspiradas em diferentes momentos da nossa história, e também levamos a C&A ao Rock in Rio, um dos maiores eventos de música e cultura do país, que reuniu mais de 700 mil pessoas.

Neste trimestre, a receita líquida de vestuário totalizou R$1,7 bilhão, um crescimento de 2,6% em relação ao 3T25. Mesmo com menor fluxo de clientes, em função da Copa do Mundo, e com o elevado comprometimento de renda das famílias, alcançamos a 21ª expansão trimestral consecutiva da margem bruta de vestuário, priorizando a maior eficiência na gestão dos estoques.

No período, realizamos três inaugurações, incluindo a nova loja da Avenida Paulista e mais duas lojas da Ace, e seguimos com 18 reformas em algumas das lojas mais importantes. A renovação do parque de lojas é uma das frentes de maior potencial do novo ciclo Full Power. Hoje, apenas uma pequena parcela do parque de lojas opera no novo modelo Energia C&A.

A receita líquida do site e APP alcançou o 11º trimestre consecutivo de crescimento, avançando 27,6% no 3T26, refletindo a implementação contínua de funcionalidades que ampliam o acesso ao sortimento, tornam a experiência de compra mais fluida e que contribuem para a expansão da nossa base de clientes omni.

O C&A Pay registrou um resultado de R$20,2 milhões no trimestre, sustentado pela melhora nos indicadores de inadimplência, refletindo a gestão disciplinada da política de crédito e a adoção de critérios mais restritivos para novos clientes, o que reforça a qualidade da carteira e a efetividade dos modelos de concessão e recuperação de crédito.

O Capex somou R$183,9 milhões no trimestre, 26,2% acima do 3T25, como resultado da aceleração dos investimentos em reformas, expansão das lojas e, início das operações no novo CD do Nordeste e avanço na implementação do self-checkout no parque de lojas.

Neste trimestre, também concluímos o 4º programa de recompra de ações, que totalizava 10 milhões de ações, aproximadamente 5% das ações em circulação. Adicionalmente, o Conselho de Administração aprovou o cancelamento de 6,3 milhões de ações mantidas em tesouraria, reforçando nosso compromisso com um maior retorno ao acionista.

Mais uma vez, fomos reconhecidos com a certificação Great Place to Work e ficamos na 4ª posição entre as supergrandes empresas no ranking do varejo, como reflexo de uma cultura que valoriza as pessoas e um saudável ambiente de trabalho que é essencial para retenção e atração de talentos.

Ao longo da história, a C&A mostrou sua capacidade de adaptação a cenários de mercado instáveis. No ciclo Energia C&A, essa capacidade se traduziu em criação de valor, com o ROIC ajustado passando de 3,1% para 18,0% em três anos. O novo ciclo estratégico preserva o mesmo princípio que orienta cada decisão de alocação de capital, com foco no retorno sobre capital investido e o custo de capital da Companhia.

Assim, chegamos ao ciclo Full Power apoiados por uma estrutura de capital sólida, com alavancagem de 0,2x dívida líquida sobre EBITDA e uma agenda clara de iniciativas para sustentar o crescimento rentável nos próximos anos. Com disciplina na execução, capacidade de adaptação a diferentes cenários econômicos e foco permanente na geração de caixa e ROIC, seguiremos avançando em nossos pilares estratégicos, construindo a C&A dos próximos 50 anos.

Administração C&A Modas S.A.

DESTAQUES

Resultados Consolidados

Indicadores (R$ Milhões e %)	3T26	3T25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Vendas						
Receita líquida consolidada	1.883,0	1.840,9	2,3%	5.584,9	5.511,4	1,3%
Receita líquida de vestuário	1.690,9	1.648,7	2,6%	5.034,7	4.807,9	4,7%
Vendas em mesmas lojas - vestuário (SSS)[1] (%)	1,0%	8,1%	-7,1 p.p.	3,2%	13,2%	-10,0 p.p.
Vendas em mesmas lojas - mercadorias (SSS)[1] (%)	-0,1%	4,8%	-4,9 p.p.	0,3%	10,8%	-10,5 p.p.
Margem bruta						
Consolidada (%)	55,7%	54,6%	1,0 p.p.	56,6%	55,2%	1,3 p.p.
Vestuário (%)	56,0%	55,4%	0,6 p.p.	57,0%	56,3%	0,7 p.p.
Mercadorias (%)	55,2%	54,6%	0,6 p.p.	56,2%	54,6%	1,5 p.p.
Despesas operacionais[2]						
SG&A Pós IFRS-16	(700,5)	(658,7)	6,4%	(2.077,2)	(1.992,9)	4,2%
% Receita líquida	37,2%	35,8%	1,4 p.p.	37,2%	36,2%	1,0 p.p.
SG&A Pré IFRS-16	(826,9)	(783,1)	5,6%	(2.460,9)	(2.360,3)	4,3%
% Receita líquida	43,9%	42,5%	1,4 p.p.	44,1%	42,8%	1,2 p.p.
EBITDA ajustado[3]						
Pós IFRS-16	317,6	333,3	-4,7%	998,2	1.016,2	-1,8%
% Receita líquida	16,9%	18,1%	-1,2 p.p.	17,9%	18,4%	-0,6 p.p.
Pré IFRS-16	191,2	208,8	-8,4%	614,5	648,9	-5,3%
% Receita líquida	10,2%	11,3%	-1,2 p.p.	11,0%	11,8%	-0,8 p.p.
Lucro líquido						
Reportado pós IFRS-16	170,3	69,5	145,1%	349,8	273,9	27,7%
Ajustado pós IFRS-16	56,5	73,6	-23,3%	194,7	200,9	-3,1%
Investimentos e ROIC						
CAPEX	183,9	145,8	26,2%	364,7	298,4	22,2%
ROIC LTM	18,0%	22,0%	-4,0 p.p.	18,0%	22,0%	-4,0 p.p.
Dados operacionais						
Quantidade de lojas	346	333	3,9%	346	333	3,9%
Área de vendas média em mil m²	637,9	622,1	2,5%	634,6	619,0	2,5%
Ticket médio consolidado	193,1	195,5	-1,2%	204,4	198,6	2,9%
Ticket médio do C&A Pay	250,2	257,1	-2,7%	260,5	259,5	0,4%

(1) SSS: Same Store Sales - Crescimento de vendas em mesmas lojas. É composto pelas vendas das lojas ativas há mais de 13 meses em relação ao mesmo período do ano anterior, incluindo o e-commerce e todas as suas modalidades de vendas e entrega (100% online, vendas diretas, Ship from Store e Clique e Retire). (2) Considera apenas despesas com vendas, gerais e administrativas, excluindo despesas de Depreciação e Amortização, inclusive a Depreciação Direito de Uso (Arrendamento), despesa com PDD e outras (despesas) receitas operacionais para fins de análise; (3) Ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Receitas financeira de fornecedores; (iii) Recuperação de créditos fiscais; e (iv) programa de incentivo de longo prazo. (4) Pós IFRS-16; ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Recuperação de créditos fiscais; e (iii) programa de incentivo de longo prazo, líquido de impostos.

DESEMPENHO FINANCEIRO



RECEITA LÍQUIDA

Receita líquida (R$ Milhões)	3T26	3T25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Receita líquida consolidada	**1.883,0**	**1.840,9**	**2,3%**	**5.584,9**	**5.511,4**	**1,3%**
Vestuário	**1.690,9**	**1.648,7**	**2,6%**	**5.034,7**	**4.807,9**	**4,7%**
Mercadorias	1.792,8	1.769,0	1,3%	5.337,1	5.245,2	1,8%
Outras receitas[1]	2,9	5,9	-49,8%	6,1	18,2	-66,6%
Serviços financeiros[2]	**87,2**	**65,9**	**32,2%**	**241,7**	**248,0**	**-2,5%**
Desempenho das vendas em mesmas lojas (SSS)[3] (%)						
Vestuário (%)	1,0%	8,1%	-7,1 p.p.	3,2%	13,2%	-10,0 p.p.
Mercadorias (%)	-0,1%	4,8%	-4,9 p.p.	0,3%	10,8%	-10,5 p.p.

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



RECEITA LÍQUIDA

VESTUÁRIO

O 3T26 foi marcado por um ambiente de consumo com taxas de juros elevadas e alto nível de comprometimento da renda das famílias, ao qual somaram-se fatores transitórios de fluxo. Nesse contexto, o trimestre apresentou dinâmicas distintas, que caracterizaram uma recuperação gradual da performance de vendas.

Na primeira metade do trimestre, persistiu a queda de fluxo observada ainda no 2T26 em função da Copa do Mundo. Com a normalização desse efeito ao longo dos meses, o fluxo apresentou melhora gradual e atingiu um ponto de inflexão em meados de setembro.

Na segunda metade, também houve a chegada da nova coleção de verão, versátil e desenvolvida para diferentes ocasiões de uso e que contribui também para a performance dos produtos contínuos e categorias funcionais, como jeans, malharia e lingerie.

Ao final do 3T26, a maior parte das lojas já estava posicionada com a nova coleção quando realizamos, no final do 3T26, uma boa saída da coleção de inverno, com estoques em patamares adequados.

Além disso, o trimestre também concentrou um volume relevante de obras, com 18 reformas em andamento em algumas das lojas mais importantes. Embora as intervenções gerem uma redução temporária das vendas no curto prazo, o *uplift* observado após as reformas impulsiona a produtividade por m² da Companhia após as reinaugurações. Esse efeito representou um impacto aproximado de -1 p.p. no same store sales do período.

As novas lojas também contribuíram para o crescimento, com o parque de lojas da C&A totalizando 343 unidades e mais três lojas da Ace neste 3T26, frente a 333 lojas da C&A no 3T25.

Nesse contexto, a receita líquida de vestuário totalizou R$1.690,9 milhões no 3T26, aumento de 2,6% em relação ao 3T25 e de 11,6% na visão de dois anos (3T26 vs. 3T24). O SSS de vestuário foi de 1,0%, sobre uma base de comparação de 8,1% no 3T25. Desconsiderando o impacto das reformas, o SSS de vestuário seria de 2,0%.

MERCADORIAS

Em mercadorias, a receita líquida do trimestre atingiu R$1.792,8 milhões, aumento de 1,3% em relação ao 3T25, com SSS de -0,1%. O desempenho reflete o crescimento de 2,6% da receita líquida de vestuário, parcialmente compensado pela redução de 15,3% na receita líquida de Eletrônicos & Beleza, que totalizou R$101,9 milhões.

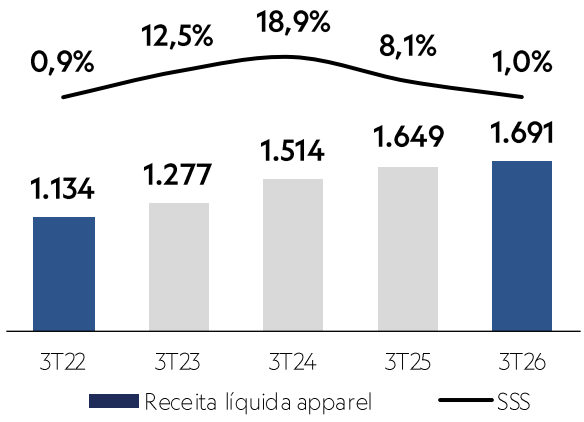
Essa variação reflete a base de comparação do 3T25, trimestre em que foi concluída a desmobilização da operação de telefonia, com o encerramento dos 47 quiosques remanescentes daquele período. Em Beleza, a receita foi impactada pela alteração do tratamento tributário da categoria no Estado de São Paulo a partir de abril de 2026 e por uma dinâmica do setor com menor intensidade de lançamentos de maquiagens. Ao longo do trimestre, a categoria apresentou evolução gradual, acompanhando a melhora do fluxo nas lojas e ganhando maior tração a partir de meados de setembro.

OUTRAS RECEITAS

No trimestre, a linha de outras receitas, que resulta principalmente da cobrança de fretes das vendas realizadas via e-commerce, totalizou R$2,9 milhões, ante R$5,9 milhões no 3T25.

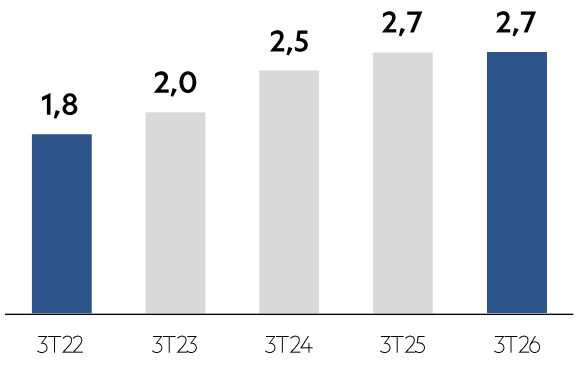
Receita líquida de Vestuário e SSS[1]

CAGR 3T22-3T26: 10,5%



Receita líquida de Vestuário por m²

CAGR 3T22-3T26: 9,7%



Nota: Gráfico da Receita Líquida em R$ milhões

RECEITA LÍQUIDA

SITE E APP

Site & App (R$ Milhões)	3T26	3T25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Receita líquida de mercadorias (site + app)	143,2	112,2	27,6%	406,0	311,9	30,2%
% Receita de mercadorias	**8,0%**	**6,3%**	**1,6 p.p.**	**7,6%**	**5,9%**	**1,7 p.p.**

No 3T26, a receita líquida de mercadorias do site e do aplicativo totalizou R$143,2 milhões, crescimento de 27,6% em relação ao 3T25. Com esse desempenho, a participação do canal na receita de mercadorias avançou 1,6 p.p. na comparação anual, alcançando 8,0% de participação nas vendas de mercadorias e com evolução na rentabilidade na comparação anual.

A companhia segue investindo na otimização de sua operação *omnichannel* como uma alavanca estratégica para conectar os canais físico e digital.

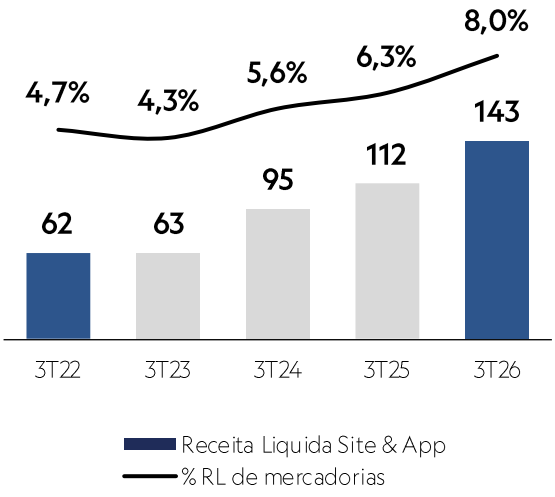
Além disso, as melhorias na jornada evoluíram com a implementação de novas funcionalidades que promovem uma experiência mais fluida para a cliente. Agora as clientes podem concluir suas compras em apenas dois cliques. Essas iniciativas têm contribuído para um nível de conversão 43% superior ao do 3T25, do canal digital que segue ganhando relevância.

O *social commerce* também vem ganhando relevância na estratégia da C&A. Essa frente amplia os pontos de contato com a cliente e cria novas oportunidades de relacionamento com clientes de diferentes gerações, configurando-se como uma importante alavanca de crescimento do negócio. É nesse contexto que a Companhia estreou no Tik Tok Shop, com uma ação de *live commerce* realizada a partir da Vitrine Viva da loja da Rua Augusta, levando a experiência da loja física para o conteúdo digital.

Por fim, o IA Personal Shopper passou a representar uma importante ferramenta para encontrar produtos e presentes em nosso canal digital, com destaque ao Dia dos Pais, que através de iniciativas de marca alcançaram taxas de adesão e conversão mais elevadas.

Receita líquida Site & App

CAGR 3T22-3T26: 23,1%



SERVIÇOS FINANCEIROS

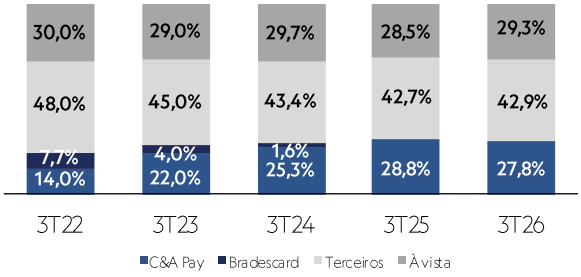
Serviços Financeiros (R$ Milhões)	3T26	3T25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Receita líquida C&A Pay	100,8	79,6	26,7%	281,6	256,9	9,6%
Penetração sobre as vendas (%)	27,8%	28,8%	-1,0 p.p.	27,6%	27,2%	0,4 p.p.
Receita líquida Bradescard	0,0	0,0	-	0,0	29,4	-
Penetração sobre as vendas (%)	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0,0%	1,2%	-1,2 p.p.

No trimestre, a receita do C&A Pay atingiu R$100,8 milhões (+26,7%) em função do aumento das vendas de parcelado com juros e também do início da fase de testes do empréstimo pessoal (EP), que está sendo ofertado de forma gradual apenas para clientes da base com bom histórico de pagamento e somente no App.

Desconsiderando o efeito do Merchant Discount Rate (MDR)[1], a receita líquida do C&A Pay que consolida na Companhia foi de R$87,2 milhões.

Tendo em vista o encerramento da parceria com o Bradescard no 2T25, não houve resultado no 3T25 tampouco no 3T26.

Modalidades de pagamento[1]



Nota: Gráficos em R$ milhões e %; (1) Corresponde à taxa de comissionamento cobrada pela SCD C&A Pay sobre as transações realizadas pela C&A Varejo. Como essa cobrança ocorre entre as empresas do mesmo grupo, o impacto é eliminado quando da consolidação (2) Pagamentos à vista consideram pagamentos em dinheiro, cartão de débito e pix.

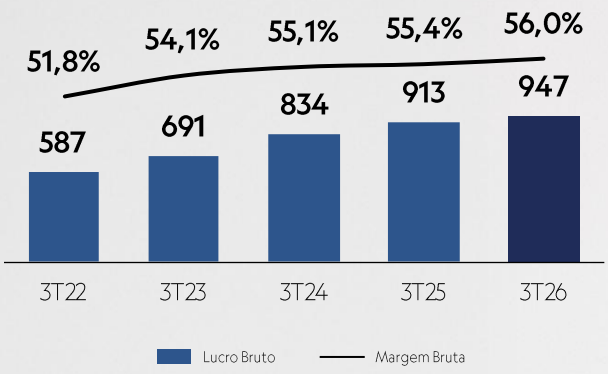
LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

Lucro bruto e margem bruta (R$ Milhões e %)	3T26	3T25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Lucro bruto consolidado	1.048,3	1.005,9	4,2%	3.160,0	3.044,8	3,8%
Margem bruta consolidada (%)	**55,7%**	**54,6%**	**1,0 p.p.**	**56,6%**	**55,2%**	**1,3 p.p.**
Lucro bruto de vestuário	946,5	912,7	3,7%	2.870,7	2.707,8	6,0%
Margem bruta (%)	**56,0%**	**55,4%**	**0,6 p.p.**	**57,0%**	**56,3%**	**0,7 p.p.**
Lucro bruto de mercadorias	989,2	965,4	2,5%	2.997,8	2.866,4	4,6%
Margem bruta (%)	**55,2%**	**54,6%**	**0,6 p.p.**	**56,2%**	**54,6%**	**1,5 p.p.**
Outras[1]	(28,1)	(25,4)	10,4%	(79,4)	(69,4)	14,5%
Serviços financeiros	87,2	65,9	32,2%	241,7	247,7	-2,4%
Margem bruta (%)	**100,0%**	**100,0%**	**0,0 p.p.**	**100,0%**	**99,9%**	**0,1 p.p.**

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

Evolução do lucro bruto e margem bruta de vestuário

CAGR: 3T22-3T26: 12,7%





A margem bruta de vestuário atingiu 56,0% no 3T26, expansão de 0,6 p.p. vs. 3T25, completando 21 trimestres consecutivos de expansão.

O resultado foi alcançado mesmo em um ambiente promocional, em função da boa gestão da margem bruta com a atuação da Precificação Dinâmica 2.0 que agora atua, inclusive, no processo de formação de preço dos produtos.

Além disso, a maior assertividade das coleções, ampliação do Push and Pull, os benefícios iniciais da nova estratégia logística, e o efeito positivo do câmbio também contribuíram para esse avanço.

Assim, a margem bruta de mercadorias alcançou 55,2% (+0,6 p.p.) e a consolidada, 55,7% (+1,0 p.p.).

Nota: Evolução de margem em comparações anuais (YoY);
Informações dos gráficos em R$ milhões e %

DESPESAS OPERACIONAIS

	Pós IFRS-16						Pré IFRS-16					
Despesas operacionais (R$ Milhões)	3T26	3T25	Δ%	9M26	9M25	Δ%	3T26	3T25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Despesas com vendas	(521,6)	(480,7)	8,5%	(1.549,2)	(1.458,1)	6,2%	(638,1)	(596,7)	6,9%	(1.905,2)	(1.801,8)	5,7%
Despesas gerais e administrativas	(178,9)	(178,0)	0,5%	(528,0)	(534,8)	-1,3%	(188,8)	(186,4)	1,3%	(555,7)	(558,5)	-0,5%
Despesas operacionais[1]	(700,5)	(658,7)	6,4%	(2.077,2)	(1.992,9)	4,2%	(826,9)	(783,1)	5,6%	(2.460,9)	(2.360,3)	4,3%
Outras receitas (despesas) operacionais	176,0	1,8	9531,7%	240,4	159,0	51,2%	176,0	1,8	9531,7%	239,4	151,7	57,8%
Despesas operacionais totais[2]	(524,5)	(656,8)	-20,1%	(1.836,8)	(1.833,9)	0,2%	(650,9)	(781,3)	-16,7%	(2.221,5)	(2.208,6)	0,6%
% sobre receita líquida consolidada												
Despesas com vendas	27,7%	26,1%	1,6 p.p.	27,7%	26,5%	1,3 p.p.	33,9%	32,4%	1,5 p.p.	34,1%	32,7%	1,4 p.p.
Despesas G&A	9,5%	9,7%	-0,2 p.p.	9,5%	9,7%	-0,2 p.p.	10,0%	10,1%	-0,1p.p.	9,9%	10,1%	-0,2 p.p.
Despesas operacionais	37,2%	35,8%	1,4 p.p.	37,2%	36,2%	1,0 p.p.	43,9%	42,5%	1,4 p.p.	44,1%	42,8%	1,2 p.p.
Despesas operacionais totais	27,9%	35,7%	-7,8 p.p.	32,9%	33,3%	-0,4 p.p.	34,6%	42,4%	-7,9 p.p.	39,8%	40,1%	-0,3 p.p.

(1) Exclui a despesa com PDD e outras (despesas) receitas operacionais para facilitar a análise. **(2)** Inclui Outras (despesas) receitas operacionais

As despesas com vendas, na visão pré-IFRS 16, totalizaram R$638,1 milhões no 3T26, crescimento de 6,9% em relação ao 3T25. A variação reflete principalmente os investimentos em marketing relacionados aos 50 anos da marca e ao Rock in Rio, que apresentam caráter não recorrente. O maior custo de ocupação decorrente da expansão do parque, que encerrou o período com 346 lojas (vs. 333 no 3T25) também contribuiu para este aumento. Como percentual da receita líquida, as despesas com vendas atingiram 33,9%, pressão de 1,5 p.p. na comparação anual. Na visão pós-IFRS 16, somaram R$521,6 milhões, avanço de 8,5%, com pressão de 1,6 p.p. sobre a receita líquida.

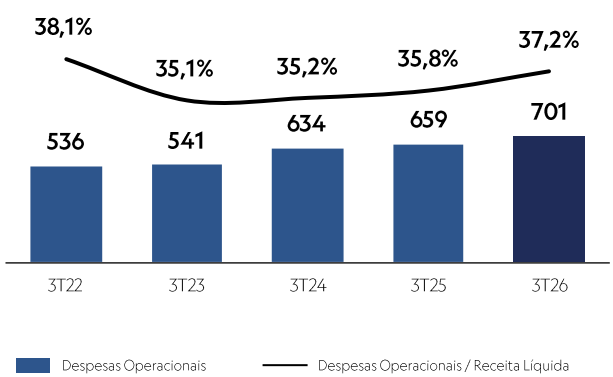
As despesas gerais e administrativas (G&A) permaneceram praticamente estáveis. Na visão pré-IFRS 16, totalizaram R$188,8 milhões, aumento de 1,3% em relação ao 3T25, refletindo, entre outros fatores, a menor provisão do programa de incentivo de longo prazo em função da desvalorização de 11,9% das ações no 3T26 vs. uma valorização de 14,3% no 3T25. Como percentual da receita líquida, o G&A apresentou diluição de 0,1 p.p. Na visão pós-IFRS 16, as despesas somaram R$178,9 milhões, aumento de 0,5%, com diluição de 0,2 p.p.

Em outras receitas (despesas) operacionais, a Companhia registrou receita líquida de R$176,0 milhões, impactada positivamente pelo reconhecimento de créditos fiscais de PIS e COFINS decorrente de avaliação dos seus especialistas jurídicos internos e externos, conforme o conceito de insumo sobre despesas consideradas essenciais e/ou relevantes para sua atividade.

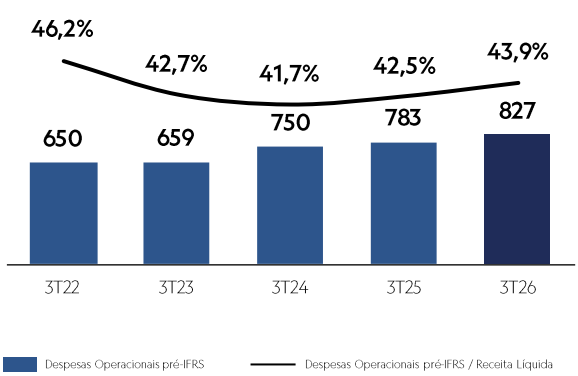
Como resultado, o SG&A pré-IFRS 16 totalizou R$826,9 milhões no trimestre, crescimento de 5,6% em relação ao 3T25, representando 43,9% da receita líquida, pressão de 1,4 p.p. na comparação anual. Na visão pós-IFRS 16, o SG&A totalizou R$700,5 milhões, aumento de 6,4%, também com pressão de 1,4 p.p. Excluindo os efeitos dos investimentos não recorrentes em marketing do trimestre, o crescimento do SG&A fica abaixo da inflação.

DESPESAS OPERACIONAIS

Pós IFRS-16
(CAGR 3T22-3T26: 6,9%)



Pré IFRS-16
(CAGR 3T22-3T26: 6,2%)



Nota: Gráficos em R$ milhões e %

SERVIÇOS FINANCEIROS

C&A Pay	3T26	3T25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Receita líquida de impostos	100,8	79,6	26,7%	281,6	256,9	9,6%
Custo de captação	(10,6)	(7,3)	45,7%	(27,9)	(20,8)	33,9%
Lucro bruto	**90,2**	**72,3**	**24,7%**	**253,7**	**236,1**	**7,5%**
Despesas com vendas	(26,7)	(33,7)	-20,7%	(79,1)	(104,0)	-24,0%
Despesas gerais e administrativas	(2,4)	(2,9)	-17,7%	(7,9)	(7,0)	12,9%
Perdas de crédito líquidas de recuperações	(40,9)	(27,8)	46,9%	(108,3)	(97,6)	11,0%
(=) Resultado de serviços financeiros	**20,2**	**7,9**	**157,2%**	**58,4**	**27,5**	**112,4%**

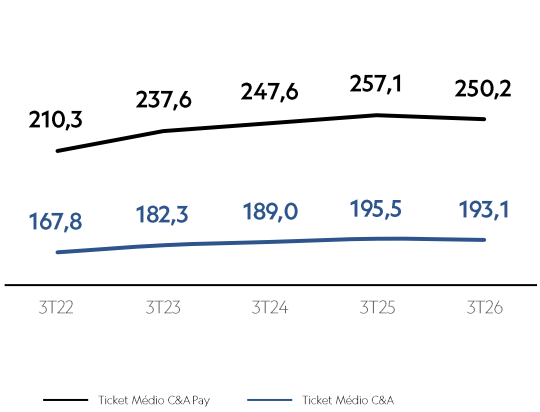
Mesmo em um cenário macroeconômico com elevado comprometimento de renda das famílias por causa dos níveis de endividamento, o C&A Pay manteve sua trajetória de evolução e entregou resultado de R$20,2 milhões no trimestre, ante R$7,9 milhões no 3T25. O desempenho reflete a postura seletiva na concessão de crédito, combinada ao aprofundamento do relacionamento com a base de clientes.

A receita do C&A Pay totalizou R$100,8 milhões, crescimento de 26,7% em relação ao 3T25, impulsionada pela evolução da carteira e pela maior contribuição dos produtos com juros, como parcelado com juros e o empréstimo pessoal (EP). Desenvolvido internamente ao longo dos últimos dois anos, com volumes reduzidos para a calibragem dos modelos de crédito, o EP segue em fase de testes, ofertado de forma gradual e apenas a clientes da base com bom histórico de pagamento, com rentabilidade e níveis de provisionamento em linha com as premissas estabelecidas para esta modalidade.

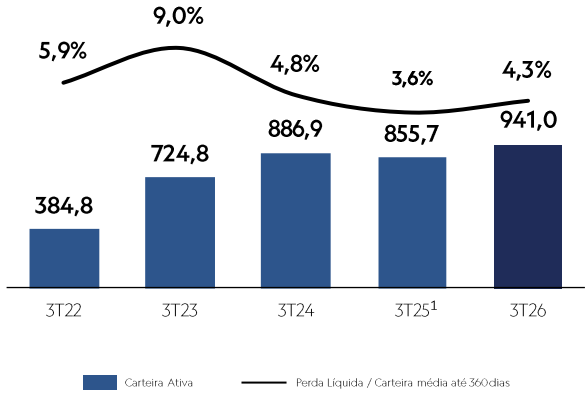
As despesas com vendas totalizaram R$26,7 milhões no trimestre. Além da evolução operacional do negócio, tivemos também uma revisão dos critérios de rateio das despesas entre varejo e serviços financeiros.

As perdas de crédito líquidas totalizaram R$40,9 milhões. Na comparação anual, vale destacar que o 3T25 foi beneficiado por uma cessão de carteira, com impacto positivo de R$3,8 milhões; desconsiderando esse efeito, o aumento seria de 29,2%. Esse aumento reflete principalmente a constituição das provisões associadas aos testes do Empréstimo Pessoal, modalidade que exige níveis iniciais de provisionamento mais conservadores, compatíveis com seu perfil de risco e com a abordagem prudencial adotada pela Companhia.

Ticket Médio



Perda líquida sobre carteira média



Notas: Gráficos em R$ milhões (exceto ticket médio) e %;
(1) desconsiderando R$3,8 milhões de recuperação de crédito em função da cessão parcial da carteira vencida acima de 720 dias no montante de R$83,3 milhões no 3T25.

SERVIÇOS FINANCEIROS

C&A Pay	3T26	3T25	Δ%
Carteira ativa 720 dias	1.094,4	1.036,4	5,6%
Carteira ativa 360 dias	941,0	855,7	10,0%
Participação na venda do varejo	**27,8%**	**28,8%**	**-1,0 p.p.**
Cartões novos (mil)	404,9	490,6	-17,5%
Cartões emitidos (mil)	10.242,6	8.499,8	20,5%
Índices de cobertura[1]			
Sobre vencidos > 91 e 720 dias	103,7%	101,3%	2,4 p.p.
Sobre vencidos > 91 e 360 dias	117,6%	107,1%	10,6 p.p.

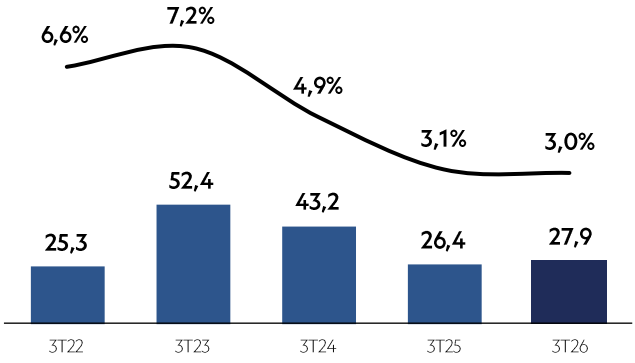
(1) Considera saldos vencidos da carteira por estágio (IFRS -9).

O C&A Pay segue avançando com disciplina na concessão de crédito e foco no *spending* e recorrência da sua base ativa. No 3T26, a emissão de novos cartões caiu 17,5%, o que se refletiu em uma participação de 27,8% nas vendas do varejo (-1,0 p.p.). Ainda assim, a carteira até 360 dias cresceu 10,0%, para R$941,0 milhões, impulsionada pela base de clientes já existentes, que já soma 10,2 milhões de cartões emitidos.

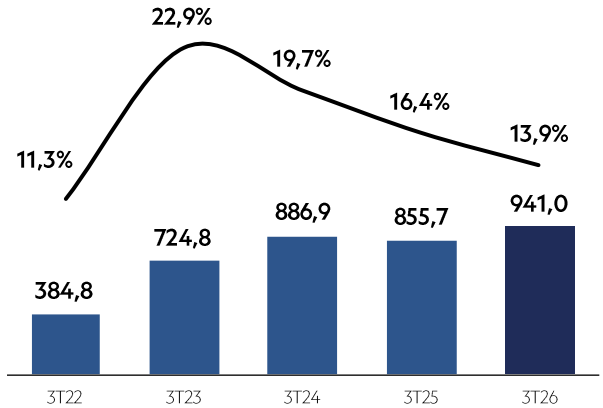
Essa postura se traduz em safras de melhor qualidade. A formação de NPL somou R$27,9 milhões, equivalente a 3,0% da carteira até 360 dias, ante 3,1% no 3T25. Com a melhor performance das safras recentes, o NPL 90 encerrou o trimestre em 13,9% da carteira de 360 dias, redução de 2,5 p.p. em relação ao 3T25. A carteira até 720 dias, que inclui saldos vencidos mais antigos, avançou 5,6%, abaixo da carteira até 360 dias, refletindo a redução relativa dos atrasos de maior maturidade e reforçando a melhora gradual da qualidade do portfólio.

A evolução do perfil de atraso da carteira contribuiu para o fortalecimento dos níveis de cobertura. Com isso, a cobertura dos saldos vencidos entre 91 e 360 dias atingiu 117,6% (+10,6 p.p.) e a dos saldos entre 91 e 720 dias, 103,7% (+2,4 p.p.). A cobertura também incorpora o início dos testes do empréstimo pessoal, que, por sua característica, exige maior nível de provisionamento nos estágios iniciais da operação.

Formação de NPL



NPL 90



Nota: Gráficos em R$ milhões

EBITDA

EBITDA CONSOLIDADO

R$ Milhões e %	3T26	3T25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Lucro líquido	**170,3**	**69,5**	**145,1%**	**349,8**	**273,9**	**27,7%**
(+) Impostos sobre o lucro	76,8	7,7	895,5%	137,1	92,1	48,9%
(+/-) Resultado financeiro líquido	56,9	72,5	-21,5%	189,9	236,7	-19,8%
(+) Depreciação e amortização	179,0	171,6	4,3%	538,1	510,6	5,4%
EBITDA (pós-IFRS 16)	**482,9**	**321,3**	**50,3%**	**1.214,9**	**1.113,3**	**9,1%**
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais	22,5	2,3	894,2%	(39,8)	(144,6)	-72,5%
(+) Receita financeira de fornecedores	4,9	4,4	9,9%	14,8	7,3	104,0%
(-) Recuperação de créditos fiscais	(198,5)	(4,1)	4750,4%	(200,6)	(14,4)	1293,6%
(+) Incentivo de longo prazo	5,8	9,4	-38,6%	8,8	54,7	-83,8%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)	**317,6**	**333,3**	**-4,7%**	**998,2**	**1.016,2**	**-1,8%**
% Receita líquida	*16,9%*	*18,1%*	*-1,2 p.p.*	*17,9%*	*18,4%*	*-0,6 p.p.*
EBITDA (pré-IFRS 16)	**356,5**	**196,8**	**81,1%**	**830,1**	**738,6**	**12,4%**
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)	**191,2**	**208,8**	**-8,4%**	**614,5**	**648,9**	**-5,3%**
% Receita líquida	*10,2%*	*11,3%*	*-1,2 p.p.*	*11,0%*	*11,8%*	*-0,8 p.p.*

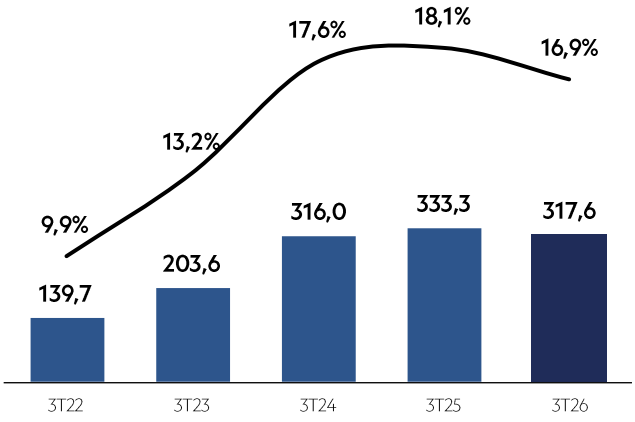
Apesar da expansão de 1,0 p.p. da margem bruta consolidada, a margem EBITDA ajustada recuou no trimestre, refletindo principalmente os investimentos não recorrentes em marca (50 anos da C&A e Rock in Rio) e a menor diluição de despesas, em uma base de receita do 3T25 que ainda contemplava parte da operação de telefonia.

Como consequência, o EBITDA ajustado pré-IFRS 16 totalizou R$191,2 milhões no 3T26, com margem de 10,2%, redução de 1,2 p.p. vs. 3T25. Na visão pós-IFRS 16, o EBITDA ajustado alcançou R$317,6 milhões, com margem de 16,9% (-1,2 p.p.).

EBITDA AJUSTADO (R$ MILHÕES) E MARGEM (%)
Consolidado

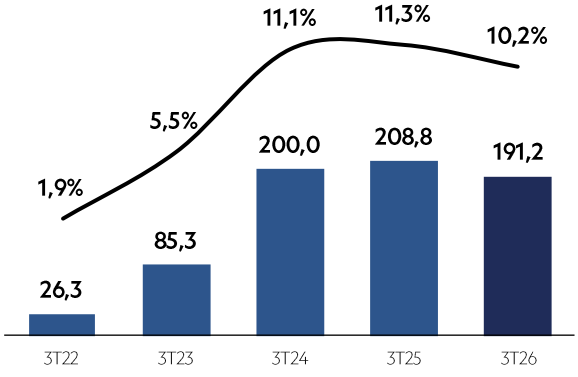
Pós IFRS-16

CAGR 3T22-3T26: 22,8%



Pré IFRS-16

CAGR 3T22-3T26: 64,1%



Nota: Gráficos em R$ milhões

EBITDA

EBITDA VAREJO

R$ Milhões e %	3T26	3T25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16)	317,6	333,3	-4,7%	998,2	1.016,2	-1,8%
(+/-) Resultado de serviços financeiros[1]	(30,8)	(15,1)	103,9%	(86,3)	(76,0)	13,6%
EBITDA ajustado (pós-IFRS 16) da operação de varejo	**286,8**	**318,2**	**-9,9%**	**911,9**	**940,2**	**-3,0%**
Margem EBITDA ajustada (pós-IFRS 16) da operação de varejo	**16,0%**	**17,9%**	**-2,0 p.p.**	**17,1%**	**17,9%**	**-0,8 p.p.**
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)	191,2	208,8	-8,4%	614,5	648,9	-5,3%
(+/-) Resultado de serviços financeiros[1]	(30,8)	(15,1)	103,9%	(86,3)	(76,0)	13,6%
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16) da operação de varejo	**160,4**	**193,7**	**-17,2%**	**528,2**	**572,9**	**-7,8%**
Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS 16) da operação de varejo	**8,9%**	**10,9%**	**-2,0 p.p.**	**9,9%**	**10,9%**	**-1,0 p.p.**

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

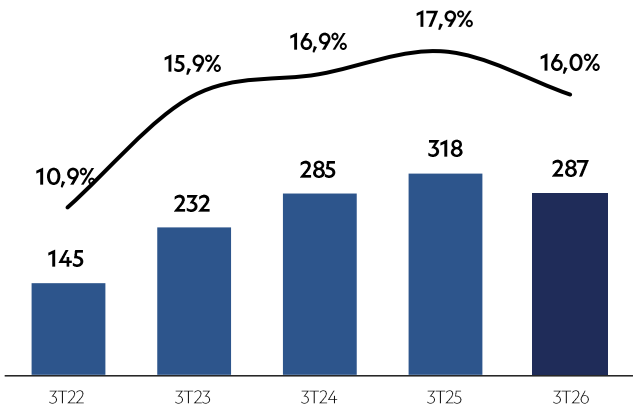
Na operação de varejo, a expansão da margem bruta foi mais que compensada pelos investimentos não recorrentes em marca e pela menor diluição de despesas no trimestre.

Com isso, o EBITDA ajustado pré-IFRS 16 do varejo totalizou R$160,4 milhões no 3T26, com margem de 8,9% (-2,0 p.p.). Na visão pós-IFRS 16, atingiu R$286,8 milhões, com margem de 16,0%.

EBITDA AJUSTADO (R$ MILHÕES) E MARGEM (%)
Varejo

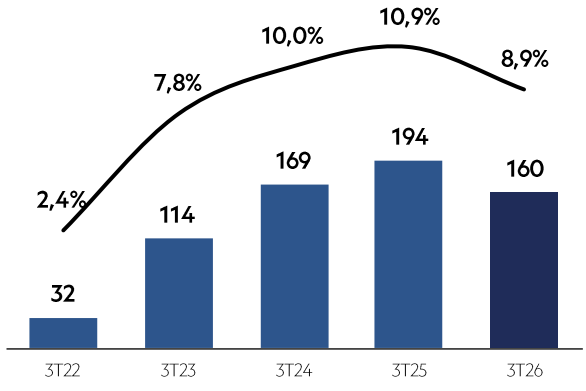
Pós IFRS-16

CAGR 3T22-3T26: 18,6%



Pré IFRS-16

CAGR 3T22-3T26: 50,2%



Nota: Gráficos em R$ milhões

RESULTADO FINANCEIRO

R$ Milhões	3T26	3T25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Variação cambial	**(6,1)**	**(5,3)**	**14,9%**	**(0,8)**	**(6,7)**	**-88,0%**
Despesas financeiras	**(114,0)**	**(137,7)**	**-17,2%**	**(352,9)**	**(434,5)**	**-18,8%**
Juros sobre empréstimos	(35,1)	(49,9)	-29,7%	(104,5)	(147,9)	-29,4%
Juros sobre arrendamentos	(46,1)	(44,4)	3,9%	(139,3)	(130,8)	6,5%
AVP de juros com fornecedores	(27,1)	(32,2)	-15,6%	(88,7)	(86,2)	2,9%
Juros com fornecedores - Bradescard	0,0	0,0	-	0,0	(42,1)	-
Juros sobre impostos e contingências	(4,2)	(7,9)	-47,7%	(15,2)	(19,3)	-21,6%
Outras despesas financeiras	(1,6)	(3,3)	-52,7%	(5,2)	(8,0)	-34,8%
Receitas financeiras	**63,2**	**70,6**	**-10,4%**	**163,8**	**204,5**	**-19,9%**
Atualização monetária sobre créditos tributários	14,3	21,9	-34,4%	48,0	68,7	-30,1%
Juros sobre aplicações financeiras	14,7	31,8	-53,8%	47,4	98,5	-51,9%
Resultado com títulos e valores mobiliários	9,2	7,9	16,5%	31,0	26,5	17,2%
Outras receitas financeiras	25,0	9,0	176,6%	37,4	10,9	243,4%
Resultado financeiro líquido	**(56,9)**	**(72,5)**	**-21,5%**	**(189,9)**	**(236,7)**	**-19,8%**

As despesas financeiras totalizaram R$114,0 milhões no 3T26, redução de 17,2% em relação ao 3T25. O desempenho foi impulsionado principalmente pela queda de 29,7% nos juros sobre empréstimos, reflexo da redução do endividamento bruto, e pelo menor AVP de juros com fornecedores (-15,6%) e juros sobre impostos e contingências (-47,7%). Esses efeitos foram parcialmente compensados pelo aumento de 3,9% nos juros sobre arrendamentos, associado à expansão do parque de lojas.

As receitas financeiras somaram R$63,2 milhões, redução de 10,4% na comparação anual. A variação decorre principalmente da menor receita com aplicações financeiras (-53,8%), refletindo a menor posição média de caixa após a amortização de dívidas e a execução do programa de recompra de ações, e do menor reconhecimento de atualização monetária sobre créditos tributários (-34,4%), em função da redução do saldo desses ativos após sua monetização. Esses impactos foram parcialmente compensados pelo melhor desempenho do resultado com títulos e valores mobiliários (+16,5%) e pelo saldo de outras receitas financeiras, que totalizaram R$25,0 milhões (+176,6%) em função do deságio na compra de créditos de ICMS.

Como resultado, a Companhia apresentou despesa financeira líquida de R$56,9 milhões no trimestre, redução de 21,5% em relação ao 3T25.



LUCRO LÍQUIDO

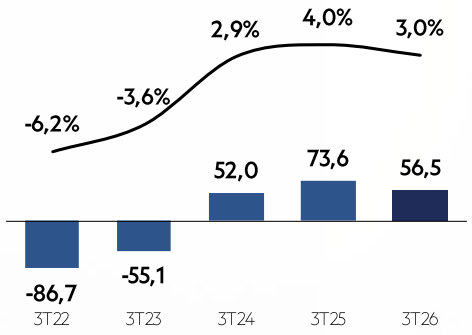
Lucro (prejuízo) líquido (R$ Milhões)	3T26	3T25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	**170,3**	**69,5**	**145,1%**	**349,8**	**273,9**	**27,7%**
Margem líquida (%)	9,0%	3,8%	5,3 p.p.	6,3%	5,0%	1,3 p.p.
Lucro (prejuízo) líquido ajustado[1]	**56,5**	**73,6**	**-23,3%**	**194,7**	**200,9**	**-3,1%**
Margem líquida ajustada (%)	3,0%	4,0%	-1,0 p.p.	3,5%	3,6%	-0,2 p.p.

(1) Lucro líquido pós IFRS-16
(2) Ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Recuperação de créditos fiscais; e (iii) programa de incentivo de longo prazo, líquido de impostos.

No 3T26, o lucro líquido reportado totalizou R$170,3 milhões, com margem líquida de 9,0%, ante R$69,5 milhões no 3T25. O resultado foi beneficiado pelo reconhecimento de créditos fiscais de PIS e COFINS, conforme mencionado anteriormente.

Desconsiderando esse e os demais efeitos não recorrentes, o lucro líquido ajustado atingiu R$56,5 milhões, com margem de 3,0%, redução de 23,3% em relação ao 3T25 e -1,0 p.p. na margem.

Lucro (prejuízo) líquido ajustado (R$ milhões) e margem (%)





Nota: Gráficos em R$ milhões

ENDIVIDAMENTO

R$ Milhões	3T26	3T25	Δ%
Dívida de curto prazo	614,6	546,3	12,5%
Dívida de longo prazo	312,9	725,6	-56,9%
Dívida bruta	**927,5**	**1.271,9**	**-27,1%**
(-) Caixa, equivalentes de caixa e aplicações financeiras	**727,0**	**1.180,5**	**-38,4%**
(=) Dívida líquida	**(200,5)**	**(91,5)**	**119,2%**
EBITDA Ajustado pré-IFRS16 (LTM)	1.045,3	1.117,6	-6,5%
Alavancagem[1]	**0,2x**	**0,1x**	**0,1x**

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

A dívida bruta encerrou o 3T26 em R$927,5 milhões, redução de 27,1% em relação ao 3T25, refletindo a estratégia de otimização da estrutura de capital e contribuindo para a queda de 29,7% dos juros sobre empréstimos no período.

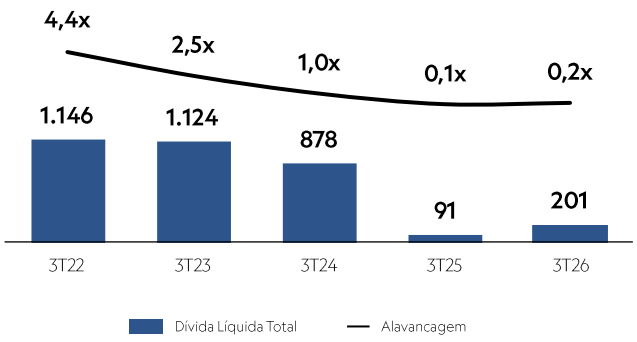
A dívida de curto prazo totalizou R$614,6 milhões, aumento de 12,5% na comparação anual, em função da aproximação dos vencimentos previstos para 2027, que passaram a compor o curto prazo. A dívida de longo prazo recuou 56,9%, para R$312,9 milhões.

Dando continuidade à sua gestão de passivos, após o encerramento do 3T26, a Companhia refinanciou esses vencimentos, substituindo dívidas de curto prazo e maior custo (CDI + 1,6%) por uma dívida de longo prazo, com vencimento em 2029 e custo inferior (CDI + 0,8%).

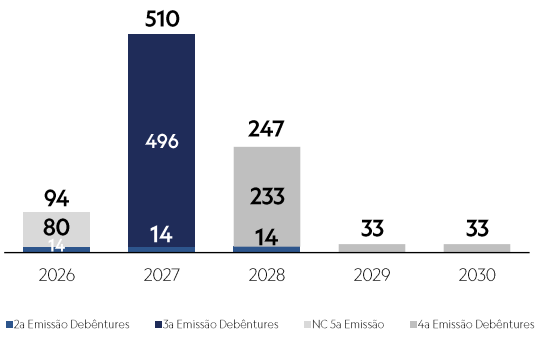
A posição de caixa, equivalentes de caixa e aplicações financeiras totalizou R$727,0 milhões ao final do trimestre. A dívida líquida atingiu R$200,5 milhões, refletindo principalmente a execução do programa de recompra de ações, que consumiu aproximadamente R$110 milhões no acumulado do ano e a distribuição de R$139,8 milhões em juros sobre capital próprio.

Ainda assim, a alavancagem permaneceu em patamar conservador, de 0,2x o EBITDA ajustado pré-IFRS 16 dos últimos doze meses, preservando a capacidade de investimento da Companhia para sustentar as iniciativas do Energia C&A e do novo ciclo Full Power.

Dívida líquida total e alavancagem[1]



Cronograma de Amortização da Dívida



Nota: Gráficos em R$ milhões e %; (1) 3T22 inclui antecipação de recebíveis

FLUXO DE CAIXA

FLUXO DE CAIXA AJUSTADO

R$ Milhões	3T26	3T25	Δ%
Lucro (prejuízo) pré-IFRS16 antes do IR/CSLL	**252,3**	**83,0**	**204,1%**
Depreciação e amortização	93,4	85,8	8,8%
(+/-) Outros	(124,9)	109,8	-213,8%
Ajustes sem efeito caixa	**(31,5)**	**195,6**	**-116,1%**
Imposto de renda e contribuição social pagos	**(14,5)**	**(50,0)**	**-71,1%**
Capital de giro	**142,6**	**148,9**	**-4,2%**
Contas a receber	143,2	135,6	5,6%
Estoques	(4,2)	(40,0)	-89,5%
Fornecedores - total	39,5	(16,7)	-336,1%
Outros	(35,9)	70,0	-151,2%
Caixa originado (aplicado) pelas atividades operacionais	**349,0**	**377,4**	**-7,5%**
Fluxo de caixa originado (aplicado) em atividades de investimentos	**(165,2)**	**(133,6)**	**23,7%**
(=) Fluxo de caixa livre ajustado	**183,7**	**243,8**	**-24,6%**
Fluxo de caixa originado (aplicado) em atividades de financiamento	**(238,7)**	**(67,2)**	**255,1%**
(Consumo) Geração de caixa	**(55,0)**	**176,6**	**-131,1%**

No 3T26, o capital de giro foi de R$142,6 milhões, frente a uma geração de R$ 148,9 milhões no 3T25.

Os dias de estoque ficaram 16 dias acima do 3T25, o que marca o início do processo de redução gradual dos estoques para níveis normalizados. A Companhia vem conduzindo esse ajuste de forma criteriosa, preservando a renovação das coleções e a disponibilidade de produtos para entrada do 4T26, mantendo um nível saudável de cobertura e o *freshness* das coleções.

No contas a receber, o prazo médio subiu 3 dias na variação anual e apresentou estabilidade vs. 2T26, refletindo a maior participação do parcelado com juros no C&A Pay.

Em fornecedores, o DPO de mercadorias caiu 4 dias. Com isso, o ciclo de conversão de caixa operacional, ficou 23 dias acima do 3T25. Quando se consideram também os fornecedores indiretos, o prazo médio de pagamento subiu 10 dias. Por esse critério, o ciclo de conversão de caixa total ficou 9 dias acima do 3T25 vs. 19 dias no 2T26.

Com isso, as atividades operacionais geraram R$349,0 milhões de caixa no trimestre, 7,5% menor que os R$377,4 milhões do 3T25.

As atividades de investimento usaram R$165,2 milhões, um aumento de 23,7% sobre os R$133,6 milhões do 3T25, associado a expansão e reformas de lojas.

Como resultado, o fluxo de caixa livre ajustado foi de R$183,5 milhões, uma redução de 24,7% frente aos R$243,8 milhões do 3T25.

No fluxo de financiamento, as saídas somaram R$238,7 milhões, principalmente em função do pagamento de R$139,8 milhões em juros sobre capital próprio e de aproximadamente R$40 milhões em recompra de ações em tesouraria, em linha com o objetivo da Companhia de aumentar o retorno ao acionista.

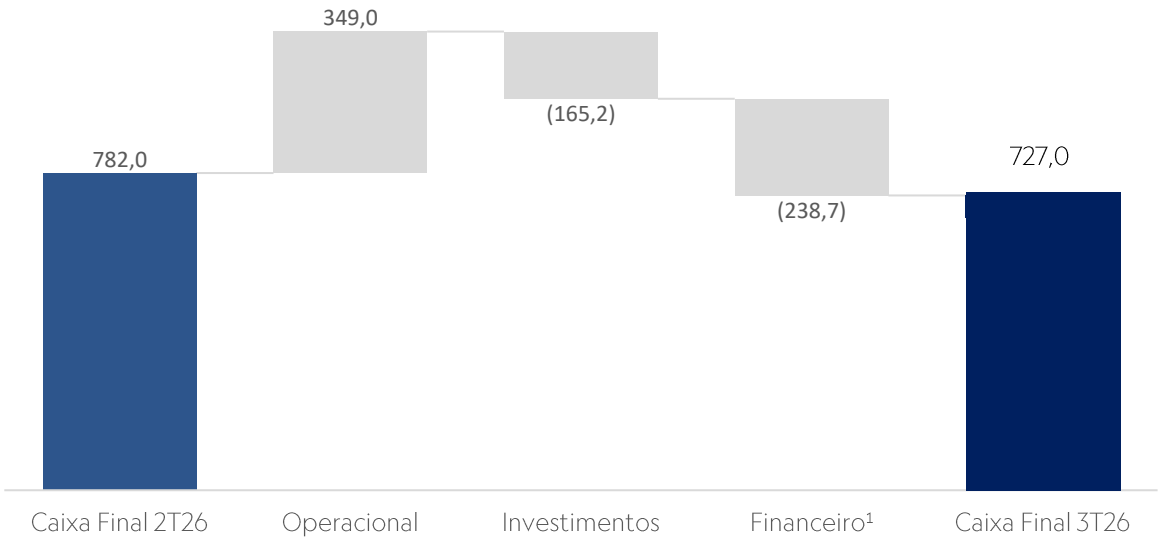
Assim, houve consumo de caixa de R$55,0 milhões no trimestre, e a posição de caixa terminou em R$727,0 milhões.

FLUXO DE CAIXA

FLUXO DE CAIXA AJUSTADO

Ao final do 2T26, o caixa, equivalentes de caixa e aplicações financeiras totalizavam R$782,0 milhões.

A redução de R$55,2 milhões em relação ao trimestre anterior reflete a combinação entre a geração de caixa operacional de R$349,0 milhões e a execução das prioridades de alocação de capital da Companhia, incluindo investimentos de R$165,2 milhões voltados ao crescimento do negócio e R$238,7 milhões no fluxo de financiamento, em função principalmente do pagamento de R$139,8 milhões em juros sobre capital próprio e R$40 milhões em recompra de ações em tesouraria no trimestre.



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



INVESTIMENTOS

Investimentos (R$ Milhões)	3T26	3T25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Novas lojas	26,0	9,0	187,5%	50,3	28,3	77,7%
Reformas e modelagens	75,9	89,9	-15,6%	144,8	164,8	-12,2%
Cadeia de suprimentos	26,7	16,4	62,2%	54,8	21,7	153,1%
Digital e tecnologia	55,4	30,4	82,5%	114,7	83,6	37,3%
Total	**183,9**	**145,8**	**26,2%**	**364,7**	**298,4**	**22,2%**

Em linha com a Estratégia Energia C&A, a Companhia investiu R$183,9 milhões no 3T26, crescimento de 26,2% em relação ao 3T25.

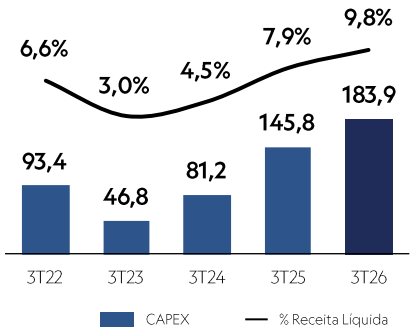
Em reformas e remodelagens, os investimentos totalizaram R$75,9 milhões, concentrados na entrega de oito reformas no modelo Energia, com destaque para as lojas dos shoppings Mooca, Praia de Belas, Barra, Eldorado, Park Shopping e Niterói.

Em novas lojas, os investimentos somaram R$26,0 milhões, com cinco inaugurações no trimestre: três lojas C&A, com destaque para a nova loja da Avenida Paulista, além das unidades do Butantã e do Iguatemi São José do Rio Preto, e mais duas lojas Ace, no Shopping Bourbon e Barra, no Rio de Janeiro.

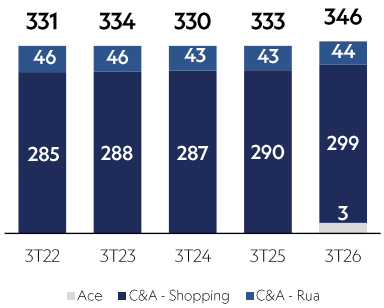
Na cadeia de suprimentos, os investimentos de R$26,7 milhões (+62,2%) refletiram a implantação da tecnologia RFID no CD de São Paulo e o avanço do novo CD do Nordeste.

Em digital e tecnologia, os investimentos somaram R$55,4 milhões (+82,5%), com destaque para a implantação do novo self checkout em mais 81 lojas no 3T26, que já está presente em 171 lojas, cerca de 50% do parque.

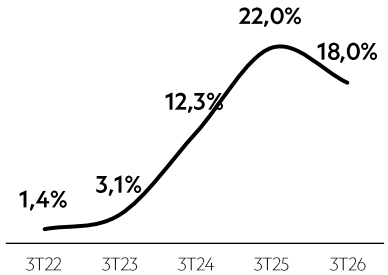
CAPEX



Portfólio de Lojas



ROIC LTM



Nota: Gráficos em R$ milhões (exceto portfólio de lojas) e %

50 anos de C&A no Brasil



ANEXO

EBITDA Ajustado
Pré IFRS-16

R$ Milhões e %	3T26	3T25	Δ%
Lucro (prejuízo) líquido	**173,8**	**73,3**	**137,1%**
(+/-) Impostos sobre o lucro	78,5	9,7	711,5%
(+/-) Resultado financeiro líquido	10,8	28,1	-61,5%
(+) Depreciação e amortização	93,4	85,8	8,9%
EBITDA (pré-IFRS 16)	**356,5**	**196,8**	**81,1%**
(+/-) Outras receitas (despesas) operacionais	22,5	2,3	894,2%
(+) Receita financeria de fornecedores	4,9	4,4	9,9%
(-) Recuperação de créditos fiscais	(198,5)	(4,1)	4750,4%
(+) Incentivo de longo prazo	5,8	9,4	-38,6%
EBITDA ajustado (pré-IFRS 16)	**191,2**	**208,8**	**-8,4%**
% Receita líquida	10,2%	11,3%	-1,2 p.p.

BALANÇO PATRIMONIAL

R$ Milhões	3T26	4T25
Ativo total	**8.786,7**	**9.318,6**
Ativo circulante	**4.146,3**	**4.559,8**
Caixa e equivalentes de caixa	501,7	774,5
Títulos e valores mobiliários	225,3	268,9
Contas a receber	1.342,7	1.753,3
Estoques	1.292,5	1.154,9
Tributos a recuperar	706,2	460,2
Derivativos	0,0	2,6
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	11,0	109,3
Outros ativos	66,9	36,2
Ativo não circulante	**4.640,4**	**4.758,8**
Aplicações Financeiras	0,0	0,0
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	27,0	0,0
Tributos a recuperar	518,5	791,4
Tributos diferidos	514,9	489,7
Depósitos judiciais	94,3	91,4
Derivativos - LP	0,0	0,0
Outros ativos	4,5	4,6
Investimentos	0,0	0,0
Imobilizado	1.186,8	1.057,4
Direito de uso - arrendamento mercantil	1.515,5	1.474,5
Intangível	779,0	849,7
Total do passivo e patrimônio líquido	**8.786,7**	**9.318,6**
Passivo circulante	**2.880,9**	**3.116,2**
Arrendamento mercantil	356,1	372,7
Fornecedores	1.229,5	1.324,8
Dividendos e juros sobre capital próprio a pagar	0,0	139,8
Obrigações de risco sacado	265,2	421,2
Fornecedores ref. recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	0,0	0,0
Empréstimos	611,5	139,8
Derivativos	3,1	1,8
Obrigações trabalhistas	250,3	293,6
Tributos a recolher	61,8	283,5
Imposto de renda e contribuição social a recolher	67,6	102,5
Outros passivos	35,8	36,5
Passivo não circulante	**1.965,9**	**2.495,4**
Arrendamento mercantil	1.456,7	1.407,5
Fornecedores	0,0	0,0
Fornecedores ref. recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	0,0	0,0
Empréstimos	312,9	820,7
Derivativos - LP	0,0	0,0
Obrigações trabalhistas	11,5	16,2
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	130,7	186,6
Tributos a recolher	1,8	14,3
Outros passivos	52,3	50,2
Patrimônio líquido	**3.939,9**	**3.707,1**
Capital social	1.847,2	1.847,2
Ações em tesouraria	(114,7)	(48,2)
Reserva de capital	0,0	39,2
Lucros (prejuízo) acumulados	340,6	0,0
Reserva de lucros	1.868,2	1.868,2
Resultados abrangentes	(1,5)	0,6

DRE

R$ Milhões	3T26	3T25	Δ%
Receita operacional líquida	**1.883,0**	**1.840,9**	**2,3%**
Vestuário	1.690,9	1.648,7	2,6%
Eletrônicos e Beleza	101,9	120,3	-15,3%
Receita líquida de mercadorias	1.792,8	1.769,0	1,3%
Outras receitas	2,9	5,9	-49,8%
Receita varejo	1.795,7	1.774,9	1,2%
Serviços financeiros	87,2	65,9	32,2%
Custo de mercadorias/serviços	**(834,6)**	**(834,9)**	**0,0%**
Lucro bruto	**1.048,3**	**1.005,9**	**4,2%**
Vestuário	946,5	912,7	3,7%
Eletrônicos e beleza	42,7	52,7	-19,0%
Lucro bruto de mercadorias	989,2	965,4	2,5%
Lucro bruto outras	(28,1)	(25,4)	10,4%
Lucro bruto varejo	961,1	940,0	2,3%
Lucro bruto de serviços financeiros	87,2	65,9	32,2%
(Despesas) e receitas operacionais	**(744,4)**	**(856,3)**	**-13,1%**
Gerais e administrativas	(178,9)	(178,0)	0,5%
Vendas	(521,6)	(480,7)	8,5%
Depreciação e amortização	(179,0)	(171,6)	4,3%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	176,0	1,8	9531,7%
Perdas em créditos, liquidas	(40,9)	(27,8)	46,9%
Lucro antes das receitas e despesas financeiras	**303,9**	**149,6**	**103,1%**
Resultado financeiro	**(56,9)**	**(72,5)**	**-21,5%**
Variação cambial	(6,1)	(5,3)	14,9%
Total despesas financeiras	(114,0)	(137,7)	-17,2%
Total receitas financeiras	63,2	70,6	-10,4%
Lucro antes dos impostos	**247,0**	**77,2**	**220,1%**
Impostos sobre o lucro	(76,8)	(7,7)	895,5%
Lucro líquido (prejuízo) do exercício	**170,3**	**69,5**	**145,1%**

DFC

R$ Milhões	9M26	9M25
Atividades operacionais		
Lucro antes dos impostos sobre a renda	487,0	366,0
Ajuste para reconciliar o resultado antes dos impostos com o fluxo de caixa:		
Constituição (reversão) de provisão para perdas de crédito esperadas	97,7	93,0
Constituição de provisão para perda nos estoques	86,5	69,2
Ganho/Reconhecimento de processos tributários, incluindo atualização monetária	(281,2)	(54,2)
Depreciação e amortização	276,3	256,0
Perda na venda ou baixa do imobilizado e intangível	0,0	0,0
Amortização do direito de uso	286,9	279,4
Juros, variações monetárias e cambiais	246,9	313,0
Juros sobre empréstimos – partes relacionadas	0,0	0,0
Variação cambial sobre empréstimos	0,0	0,0
Constituição (reversão) de provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(30,4)	33,7
Outros	13,4	17,8
Amortização custos de transação de empréstimos	0,0	0,0
Variação cambial sobre empréstimos com partes relacionadas	0,0	0,0
Variações nos ativos e passivos:		
Contas a receber de clientes	321,7	503,9
Partes relacionadas	0,0	0,0
Estoques	(222,0)	(221,9)
Tributos a recuperar	165,8	253,1
Outros créditos	(30,6)	(36,9)
Títulos e valores mobiliários	51,2	(77,7)
Depósitos judiciais	2,1	57,6
Fornecedores	(56,2)	(79,9)
Fornecedor Bradescard	0,0	(650,6)
Obrigações de risco sacado	(156,0)	(46,1)
Obrigações trabalhistas	(64,0)	(4,6)
Outros passivos	0,7	(10,0)
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(25,5)	(75,2)
Tributos a pagar	(166,2)	(194,0)
Impostos de renda e contribuição social pagos	(50,5)	(111,1)
Fluxo de caixa originado das atividades operacionais	**953,5**	**680,6**
Aquisição de imobilizado	(304,3)	(249,7)
Aquisição de intangível	(108,2)	(102,1)
Recebimento por vendas de ativos imobilizados	0,0	0,1
Fluxo de caixa aplicado em atividades de investimento	**(412,4)**	**(351,8)**
Novos empréstimos e emissão de debêntures	0,0	0,0
Custos de transação de empréstimos/debêntures	0,0	(0,4)
Pagamento do principal dos empréstimos	(13,7)	(228,4)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(129,2)	(156,3)
Pagamento do principal e juros de arrendamentos	(422,8)	(404,0)
Juros sobre o capital próprio e dividendos pagos	(139,8)	0,0
Recompra de ações	(108,5)	(36,0)
Fluxo de caixa (consumido pelas) atividades de financiamento	**(813,9)**	**(825,2)**
Aumento (redução) líquido(a) de caixa e equivalentes de caixa	(272,8)	(496,3)



SOBRE A C&A

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

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

Atualmente, opera 343 lojas em seu portfolio, localizadas majoritariamente em shoppings centers. Suas lojas estão distribuídas por todos os Estados brasileiros, somando uma área de vendas de 640 mil metros quadrados, além da atuação no meio digital.

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

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

Neste ano, a Companhia lançou a Ace, marca com proposta complementar à C&A, ampliando sua atuação em uma das categorias de maior crescimento do mercado de moda, que é o mercado de moda esportiva. Neste trimestre, já existem três lojas da Ace em operação.

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

Com mais de 14,5 mil associados em todo o país, a Companhia se destaca por oferecer produtos de moda com alto valor percebido pelas clientes. Em dezembro de 2021, lançou o C&A Pay, sua solução própria de crédito, que atualmente já representa 27,8% das vendas no varejo.

ri@cea.com.br

EARNINGS RELEASE

3Q26



50 anos de C&A no Brasil



HIGHLIGHTS 3Q26

C&A launches its **Full Power** strategy for the 2027-2030 cycle

Apparel net revenue increased **2.6%,** with **gross margin** expansion for the 21st consecutive quarter

56.0%
Apparel gross margin, +0.6 p.p. vs. 3Q25

8 renovations
Completed in 3Q26 under the Energia format, with 10 more scheduled for 4Q26

+27.6%
Site & app revenue vs. 3Q25, reaching an 8.0% share of merchandise sales

5 openings
In 3Q26, including the new Avenida Paulista store and 2 Ace stores

R$ 183.9 MI
3Q26 capex, up 26.2% vs. 3Q25

+4.0 p.p.
Brick-and-mortar store NPS vs. 3Q25

R$ 349.0 MI
Operating cash generation in the quarter, -7.5% vs. 3Q25

GPTW
Certified for the 3rd consecutive year, ranking among the Top 4 in retail

0.2x leverage[1] in the quarter, even after paying R$ 140 million in interest on equity and R$ 110 million in share buybacks year to date

18.0%
Adjusted ROIC[1] LTM 3Q26, above the Company's cost of capital

(1) ROIC calculated based on adjusted net income for the last four quarters.

EARNINGS CONFERENCE CALL
Date: November 5, 2026 (Portuguese/English)
Brasília: 11:00h I New York: 09:00h I London: 14:00h
webcast: ri.cea.com.br

CLOSING ON: SEPTEMBER 30, 2026
PRICE: R$ 10.03
MARKET VALUE: R$ 2,969.5 million
SHARES OUTSTANDING: 197,273,419

IBOVESPA B3 ISE B3 SMLL B3 CEAB B3 LISTED NM IGCT B3 ICO2 B3 IGC-NM B3 IGC B3 IBRA B3 ITAG B3 ICON B3 IGPTW B3

MESSAGE FROM MANAGEMENT

This quarter marks C&A's 50th anniversary in Brazil and the launch of Full Power, our new strategic cycle through 2030, presented at C&A Day 2026 in late August. Full Power builds on the foundations of the Energia C&A cycle (2023-2026), which developed new capabilities in fashion products, the omni journey, brand and customer relationship.

Full Power will maintain the same discipline in capital allocation, with structural investments and a modular implementation that allows us to calibrate the pace of initiatives, prioritizing project profitability and cash generation. The agenda includes continued store openings and renovations, the Dispersão program and new businesses such as Ace, our new store format in the *athleisure* segment.

Technology is a key enabler across all pillars of the new strategy. We are incorporating more data, advanced analytical tools and AI agents into key processes, such as commercial management, assortment planning and the replenishment of stores and of our website and APP, to make our decisions increasingly faster and more accurate.

The new logistics strategy continues to be executed. We are moving toward a more regionalized network that brings inventory closer to demand, with the new distribution center in the Northeast, and we have expanded SKU-level replenishment to make distribution even more accurate. These advances, combined with the evolution of our forecasting and assortment management models, increase the precision of replenishment decisions and help make products available on a more granular basis.

Reaching 50 years is a historic milestone for the Company. Since opening our first store in 1976, we have built a meaningful connection with millions of customers, which we have strengthened in recent years through the evolution of our fashion products, a more seamless shopping experience and a stronger presence in our customers' everyday lives. We celebrated this milestone through a range of initiatives, such as the launch of our special 50th anniversary collection, featuring pieces inspired by different moments in our history, and we were also present at Rock in Rio, one of the country's largest music and culture events, which brought together more than 700,000 people.

This quarter, apparel net revenue totaled R$ 1.7 billion, up 2.6% compared to 3Q25. Even with lower customer traffic due to the World Cup and high household income commitment, we delivered the 21st consecutive quarter of apparel gross margin expansion, prioritizing greater efficiency in inventory management.

During the period, we opened three C&A stores, including the new Avenida Paulista store, plus two Ace stores, and continued with 18 renovations at some of our most important stores. Renewing our store portfolio is one of the highest-potential fronts of the new Full Power cycle. Today, only a small portion of our store base operates under the new Energia C&A format.

Site and App net revenue grew for the 11th consecutive quarter, up 27.6% in 3Q26, reflecting the continued rollout of features that broaden access to our assortment, make the shopping experience more seamless and contribute to the expansion of our omni customer base.

C&A Pay posted a result of R$ 20.2 million in the quarter, supported by improved delinquency rates, reflecting disciplined management of the credit policy and the adoption of more restrictive criteria for new customers, which reinforces portfolio quality and the effectiveness of our credit granting and recovery models.

Capex totaled R$ 183.9 million in the quarter, 26.2% above 3Q25, as a result of accelerated investments in store renovations and expansion, the start of operations at the new Northeast distribution center and progress in the rollout of self-checkout across our store network.

This quarter, we also completed our 4th share buyback program, totaling 10 million shares, approximately 5% of shares outstanding. In addition, the Board of Directors approved the cancellation of 6.3 million treasury shares, reinforcing our commitment to higher shareholder returns.

Once again, we were certified as a Great Place to Work and ranked 4th among super-large companies in the retail ranking, reflecting a culture that values people and a healthy work environment, which is essential for attracting and retaining talent.

Throughout its history, C&A has demonstrated its ability to adapt to volatile market environments. In the Energia C&A cycle, this ability translated into value creation, with adjusted ROIC rising from 3.1% to 18.0% in three years. The new strategic cycle preserves the same principle that guides every capital allocation decision, with a focus on return on invested capital and the Company's cost of capital.

We therefore enter the Full Power cycle supported by a solid capital structure, with leverage of 0.2x net debt to EBITDA, and a clear agenda of initiatives to sustain profitable growth in the coming years. With disciplined execution, the ability to adapt to different economic scenarios and a permanent focus on cash generation and ROIC, we will continue to advance our strategic pillars, building the C&A of the next 50 years.

Management, C&A Modas S.A.

HIGHLIGHTS

Consolidated Results

KPI's (R$ Million and %)	3Q26	3Q25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Sales						
Consolidated net revenue	1,883.0	1,840.9	2.3%	5,584.9	5,511.4	1.3%
Apparel net revenue	1,690.9	1,648.7	2.6%	5,034.7	4,807.9	4.7%
Same store sales - apparel (SSS)[1] (%)	1.0%	8.1%	-7.1 p.p.	3.2%	13.2%	-10.0 p.p.
Same store sales - merchandise (SSS)[1] (%)	-0.1%	4.8%	-4.9 p.p.	0.3%	10.8%	-10.5 p.p.
Gross margin						
Consolidated (%)	55.7%	54.6%	1.0 p.p.	56.6%	55.2%	1.3 p.p.
Apparel (%)	56.0%	55.4%	0.6 p.p.	57.0%	56.3%	0.7 p.p.
Merchandise (%)	55.2%	54.6%	0.6 p.p.	56.2%	54.6%	1.5 p.p.
Operating expenses[2]						
SG&A Post IFRS-16	(700.5)	(658.7)	6.4%	(2,077.2)	(1,992.9)	4.2%
% Net Revenue	37.2%	35.8%	1.4 p.p.	37.2%	36.2%	1.0 p.p.
SG&A Pre IFRS-16	(826.9)	(783.1)	5.6%	(2,460.9)	(2,360.3)	4.3%
% Net Revenue	43.9%	42.5%	1.4 p.p.	44.1%	42.8%	1.2 p.p.
Adjusted EBITDA[3]						
Post IFRS-16	317.6	333.3	-4.7%	998.2	1,016.2	-1.8%
% Net Revenue	16.9%	18.1%	-1.2 p.p.	17.9%	18.4%	-0.6 p.p.
Pre IFRS-16	191.2	208.8	-8.4%	614.5	648.9	-5.3%
% Net Revenue	10.2%	11.3%	-1.2 p.p.	11.0%	11.8%	-0.8 p.p.
Net income						
Reported post IFRS-16	170.3	69.5	145.1%	349.8	273.9	27.7%
Adjusted post IFRS-16	56.5	73.6	-23.3%	194.7	200.9	-3.1%
Investments and ROIC						
CAPEX	183.9	145.8	26.2%	364.7	298.4	22.2%
ROIC LTM	18.0%	22.0%	-4.0 p.p.	18.0%	22.0%	-4.0 p.p.
Operating data						
Number of stores	346	333	3.9%	346	333	3.9%
Average sales area in thousand m²	637.9	622.1	2.5%	634.6	619.0	2.5%
Consolidated average ticket price	193.1	195.5	-1.2%	204.4	198.6	2.9%
Average ticket price at C&A Pay	250.2	257.1	-2.7%	260.5	259.5	0.4%

(1) SSS: Same Store Sales - Sales growth in comparable stores. It comprises sales from stores in operation for more than 13 months compared to the same period of the previous year, including e-commerce and all its sales and delivery modalities (100% online, direct sales, Ship from Store and Click & Collect). (2) Considers only selling, general and administrative expenses, excluding depreciation and amortization expenses, including right-of-use (lease) depreciation, allowance for expected credit losses and other operating (expenses) income, for analysis purposes. (3) Adjustments include: (i) other net operating income (expenses); (ii) financial income from suppliers; (iii) recovery of tax credits; and (iv) long-term incentive program. (4) Post-IFRS 16; adjustments include: (i) other net operating income (expenses); (ii) recovery of tax credits; and (iii) long-term incentive program, net of taxes.

FINANCIAL PERFORMANCE



NET REVENUE

Net revenue (R$ Million)	3Q26	3Q25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Consolidated net revenue	**1,883.0**	**1,840.9**	**2.3%**	**5,584.9**	**5,511.4**	**1.3%**
Apparel	**1,690.9**	**1,648.7**	**2.6%**	**5,034.7**	**4,807.9**	**4.7%**
Merchandise net revenue	1,792.8	1,769.0	1.3%	5,337.1	5,245.2	1.8%
Other revenues[1]	2.9	5.9	-49.8%	6.1	18.2	-66.6%
Financial services[2]	**87.2**	**65.9**	**32.2%**	**241.7**	**248.0**	**-2.5%**
Same store sales performance[3] (%)						
Apparel (%)	1.0%	8.1%	-7.1 p.p.	3.2%	13.2%	-10.0 p.p.
Merchandise (%)	-0.1%	4.8%	-4.9 p.p.	0.3%	10.8%	-10.5 p.p.

(1) Mainly considers shipping fees on website and app sales. (2) Excludes the commission fee that C&A Pay receives from C&A Modas, which is treated as intercompany revenue for accounting purposes. (3) SSS: Same Store Sales - Sales growth in comparable stores. It comprises sales from stores in operation for more than 13 months compared to the same period of the previous year, including e-commerce and all its sales and delivery modalities (100% online, direct sales, Ship from Store and Click & Collect). Regarding merchandise sales, it is important to note the discontinuation of the telephony kiosks.



NET REVENUE

APPAREL

3Q26 was marked by a consumer environment of high interest rates and elevated household income commitment, compounded by transitory customer traffic factors. In this context, the quarter showed distinct dynamics, characterizing a gradual recovery in sales performance.

In the first half of the quarter, the decline in customer traffic observed in 2Q26 due to the World Cup persisted. As this effect normalized over the following months, traffic gradually improved and reached an inflection point in mid-September.

The second half also saw the arrival of the new summer collection, versatile and designed for different occasions, which also supports the performance of continuity products and functional categories such as denim, knitwear and lingerie.

By the end of 3Q26, most stores were already set up with the new collection, and we had achieved a good sell-through of the winter collection, with inventories at adequate levels.

In addition, the quarter concentrated a significant volume of works, with 18 renovations underway at some of our most important stores. Although these works temporarily reduce sales in the short term, the *uplift* observed after renovations boosts the Company's sales productivity per m² once the stores reopen. This effect had an estimated impact of approximately -1 p.p. on same store sales for the period.

New stores also contributed to growth, with the C&A store portfolio totaling 343 units plus three Ace stores in 3Q26, compared to 333 C&A stores in 3Q25.

In this context, apparel net revenue totaled R$ 1,690.9 million in 3Q26, up 2.6% compared to 3Q25 and 11.6% on a two-year basis (3Q26 vs. 3Q24). Apparel SSS was 1.0%, over a comparison base of 8.1% in 3Q25. Excluding the impact of renovations, apparel SSS would have been 2.0%.

MERCHANDISE

Merchandise net revenue reached R$ 1,792.8 million in the quarter, up 1.3% compared to 3Q25, with SSS of -0.1%. This performance reflects the 2.6% growth in apparel net revenue, partially offset by a 15.3% decline in Electronics & Beauty net revenue, which totaled R$ 101.9 million.

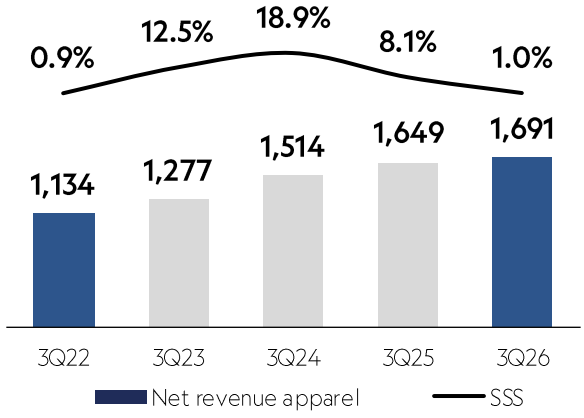
This variation reflects the 3Q25 comparison base, the quarter in which the phase-out of the telephony operation was completed, with the closure of the 47 kiosks remaining at that time. In Beauty, revenue was impacted by the change in the category's tax treatment in the State of São Paulo as of April 2026 and by an industry dynamic with fewer makeup launches. Over the quarter, the category improved gradually, in line with the recovery in store traffic, gaining further traction from mid-September onward.

OTHER REVENUES

In the quarter, other revenues, which mainly result from shipping fees charged on e-commerce sales, totaled R$ 2.9 million, compared to R$ 5.9 million in 3Q25.

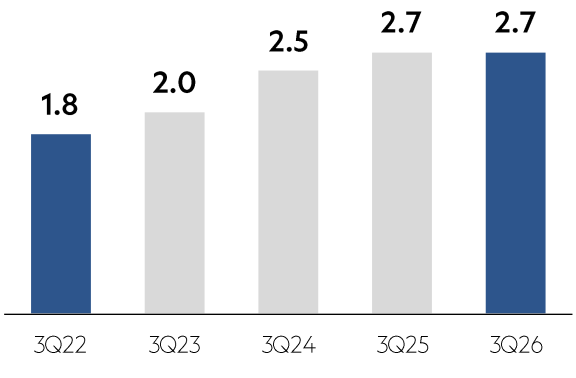
Apparel net revenue and SSS[1]

CAGR 3Q22-3Q26: 10.5%



Apparel net revenue per m²

CAGR 3Q22-3Q26: 9.7%



Note: Net revenue chart in R$ millions

NET REVENUE

SITE & APP

Site & App (R$ Million)	3Q26	3Q25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Merchandise net revenue (site + app)	143.2	112.2	27.6%	406.0	311.9	30.2%
Merchandise net revenue	**8.0%**	**6.3%**	**1.6 p.p.**	**7.6%**	**5.9%**	**1.7 p.p.**

In 3Q26, merchandise net revenue from the website and app totaled R$ 143.2 million, up 27.6% compared to 3Q25. With this performance, the channel's share of merchandise revenue increased 1.6 p.p. year over year, reaching 8.0% of merchandise sales, with improved profitability in the annual comparison.

The Company continues to invest in optimizing its *omnichannel* operation as a strategic lever to connect physical and digital channels.

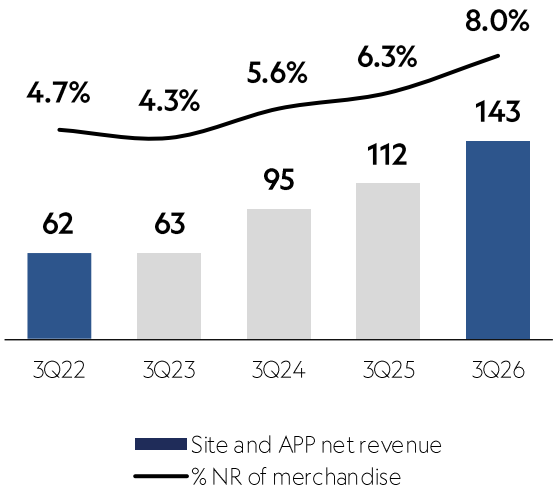
In addition, the journey continued to improve with the implementation of new features that provide a more seamless experience for customers, who can now complete their purchases in just two clicks. These initiatives have contributed to a conversion rate 43% higher than in 3Q25 in the digital channel, which continues to gain relevance.

Social commerce has also been gaining relevance in C&A's strategy. This front broadens customer touchpoints and creates new relationship opportunities with customers from different generations, becoming an important growth lever for the business. In this context, the Company debuted on TikTok Shop with a *live commerce* event broadcast from the Vitrine Viva at the Rua Augusta store, bringing the physical store experience to digital content.

Finally, the AI Personal Shopper has become an important tool for finding products and gifts on our digital channel, with Father's Day as a highlight, when brand initiatives achieved higher adoption and conversion rates.

Site & App net revenue

CAGR 3Q22-3Q26: 23.1%



FINANCIAL SERVICES

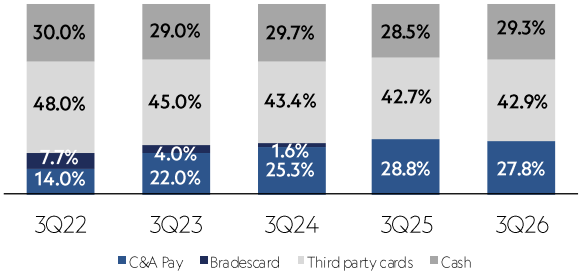
Financial Services (R$ Million)	3Q26	3Q25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
C&A Pay net revenue	100.8	79.6	26.7%	281.6	256.9	9.6%
Sales penetration (%)	27.8%	28.8%	-1.0 p.p.	27.6%	27.2%	0.4 p.p.
Bradescard net revenue	0.0	0.0	-	0.0	29.4	-
Sales penetration (%)	0.0%	0.0%	0.0 p.p.	0.0%	1.2%	-1.2 p.p.

In the quarter, C&A Pay revenue reached R$ 100.8 million (+26.7%), driven by higher installment sales with interest and by the start of the personal loan testing phase, which is being offered gradually, only to existing customers with a good payment history and exclusively through the app.

Excluding the effect of the Merchant Discount Rate (MDR)[1], C&A Pay net revenue consolidated in the Company was R$ 87.2 million.

Given the termination of the partnership with Bradescard in 2Q25, there was no result from it in either 3Q25 or 3Q26.

Payment methods[1]



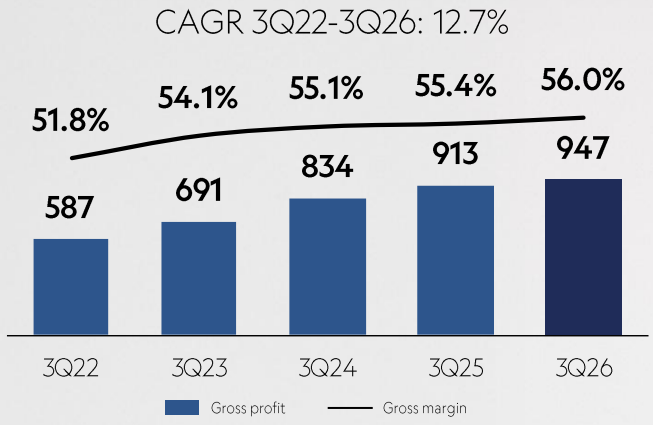
Note: Charts in R$ millions and %; (1) Corresponds to the commission fee charged by SCD C&A Pay on transactions carried out by C&A Varejo. As this charge occurs between companies of the same group, the impact is eliminated upon consolidation. (2) Cash payments include payments made in cash, by debit card and via Pix.

GROSS PROFIT AND GROSS MARGIN

Gross profit & gross margin (R$ Million & %)	3Q26	3Q25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Consolidated gross profit	1,048.3	1,005.9	4.2%	3,160.0	3,044.8	3.8%
Consolidated gross margin (%)	**55.7%**	**54.6%**	**1.0 p.p.**	**56.6%**	**55.2%**	**1.3 p.p.**
Apparel gross profit	946.5	912.7	3.7%	2,870.7	2,707.8	6.0%
Gross margin (%)	**56.0%**	**55.4%**	**0.6 p.p.**	**57.0%**	**56.3%**	**0.7 p.p.**
Merchandise gross profit	989.2	965.4	2.5%	2,997.8	2,866.4	4.6%
Gross margin (%)	**55.2%**	**54.6%**	**0.6 p.p.**	**56.2%**	**54.6%**	**1.5 p.p.**
Other[1]	(28.1)	(25.4)	10.4%	(79.4)	(69.4)	14.5%
Financial services	87.2	65.9	32.2%	241.7	247.7	-2.4%
Gross margin (%)	**100.0%**	**100.0%**	**0.0 p.p.**	**100.0%**	**99.9%**	**0.1 p.p.**

(1) Mainly considers shipping fees on website and app sales.

Apparel gross profit and gross margin evolution





Apparel gross margin reached 56.0% in 3Q26, an expansion of 0.6 p.p. vs. 3Q25, completing 21 consecutive quarters of expansion.

This result was achieved even in a promotional environment, due to sound gross margin management supported by Dynamic Pricing 2.0, which now also operates in the product price-setting process.

In addition, greater collection assertiveness, the expansion of Push and Pull, the initial benefits of the new logistics strategy and a positive exchange rate effect also contributed to this improvement.

As a result, merchandise gross margin reached 55.2% (+0.6 p.p.) and consolidated gross margin reached 55.7% (+1.0 p.p.).

Note: Margin evolution in year-over-year (YoY) comparisons; chart information in R$ millions and %

OPERATING EXPENSES

	Post IFRS-16						Pré IFRS-16					
Operating expenses (R$ Million)	3Q26	3Q25	Δ%	9M26	9M25	Δ%	3Q26	3Q25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Selling expenses	(521.6)	(480.7)	8.5%	(1,549.2)	(1,458.1)	6.2%	(638.1)	(596.7)	6.9%	(1,905.2)	(1,801.8)	5.7%
General and administrative expenses	(178.9)	(178.0)	0.5%	(528.0)	(534.8)	-1.3%	(188.8)	(186.4)	1.3%	(555.7)	(558.5)	-0.5%
Operating expenses[1]	(700.5)	(658.7)	6.4%	(2,077.2)	(1,992.9)	4.2%	(826.9)	(783.1)	5.6%	(2,460.9)	(2,360.3)	4.3%
Other operating income (expenses)	176.0	1.8	9531.7%	240.4	159.0	51.2%	176.0	1.8	9531.7%	239.4	151.7	57.8%
Total operating expenses[2]	(524.5)	(656.8)	-20.1%	(1,836.8)	(1,833.9)	0.2%	(650.9)	(781.3)	-16.7%	(2,221.5)	(2,208.6)	0.6%
% of consolidated net revenue												
Selling expenses	27.7%	26.1%	1.6 p.p.	27.7%	26.5%	1.3 p.p.	33.9%	32.4%	1.5 p.p.	34.1%	32.7%	1.4 p.p.
General and administrative expenses	9.5%	9.7%	-0.2 p.p.	9.5%	9.7%	-0.2 p.p.	10.0%	10.1%	-0.1p.p.	9.9%	10.1%	-0.2 p.p.
Operating expenses	37.2%	35.8%	1.4 p.p.	37.2%	36.2%	1.0 p.p.	43.9%	42.5%	1.4 p.p.	44.1%	42.8%	1.2 p.p.
Total Operating expenses	27.9%	35.7%	-7.8 p.p.	32.9%	33.3%	-0.4 p.p.	34.6%	42.4%	-7.9 p.p.	39.8%	40.1%	-0.3 p.p.

(1) Excludes expenses with allowance for expected credit losses and other operating (expenses) income to facilitate analysis. (2) Includes other operating (expenses) income.

Pre-IFRS 16 selling expenses totaled R$ 638.1 million in 3Q26, up 6.9% compared to 3Q25. This variation mainly reflects marketing investments related to the brand's 50th anniversary and Rock in Rio, which are non-recurring in nature. Higher occupancy costs resulting from the expansion of the store portfolio, which ended the period with 346 stores (vs. 333 in 3Q25), also contributed to this increase. As a percentage of net revenue, selling expenses reached 33.9%, a pressure of 1.5 p.p. year over year. On a post-IFRS 16 basis, they totaled R$ 521.6 million, up 8.5%, with a pressure of 1.6 p.p. on net revenue.

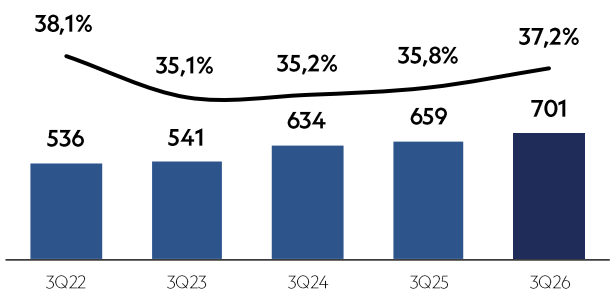
General and administrative expenses (G&A) remained practically stable. On a pre-IFRS 16 basis, they totaled R$ 188.8 million, up 1.3% compared to 3Q25, reflecting, among other factors, lower long-term incentive program provisions due to the 11.9% decline in the share price in 3Q26, versus a 14.3% appreciation in 3Q25. As a percentage of net revenue, G&A diluted by 0.1 p.p. On a post-IFRS 16 basis, these expenses totaled R$ 178.9 million, up 0.5%, with a dilution of 0.2 p.p.

Other operating income (expenses) resulted in net income of R$ 176.0 million, positively impacted by the recognition of PIS and COFINS tax credits based on the assessment of the Company's internal and external legal advisors, in accordance with the concept of inputs applied to expenses considered essential and/or relevant to its activities..

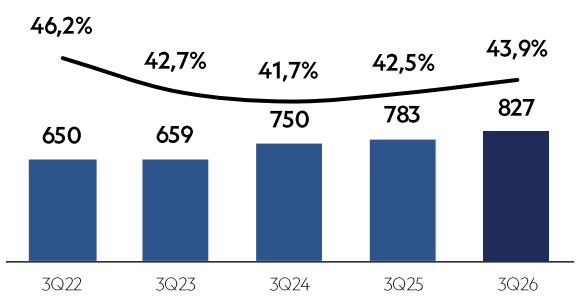
As a result, pre-IFRS 16 SG&A totaled R$ 826.9 million in the quarter, up 5.6% compared to 3Q25, representing 43.9% of net revenue, a pressure of 1.4 p.p. year over year. On a post-IFRS 16 basis, SG&A totaled R$700.5 million, up 6.4%, also with a pressure of 1.4 p.p. Excluding the effects of the quarter's non-recurring marketing investments, SG&A growth was below inflation.

OPERATING EXPENSES

Post-IFRS 16
(CAGR 3Q22-3Q26: 6.9%)



Pre-IFRS 16
(CAGR 3Q22-3Q26: 6.2%)



Note: Charts in R$ millions and %

FINANCIAL SERVICES

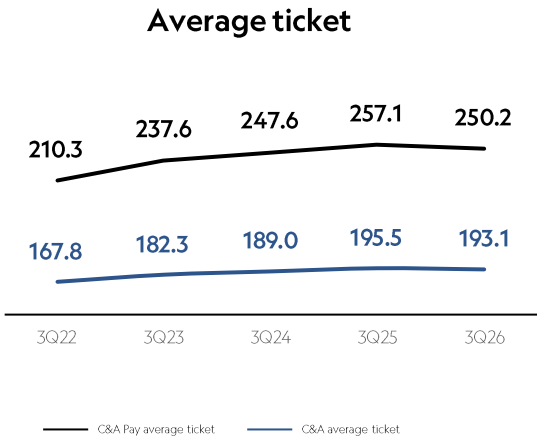
C&A Pay	3Q26	3Q25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Net revenue from taxes	100.8	79.6	26.7%	281.6	256.9	9.6%
Cost of funding	(10.6)	(7.3)	45.7%	(27.9)	(20.8)	33.9%
Gross profit	**90.2**	**72.3**	**24.7%**	**253.7**	**236.1**	**7.5%**
Selling expenses	(26.7)	(33.7)	-20.7%	(79.1)	(104.0)	-24.0%
General & administrative expenses	(2.4)	(2.9)	-17.7%	(7.9)	(7.0)	12.9%
Credit losses, net of recoveries	(40.9)	(27.8)	46.9%	(108.3)	(97.6)	11.0%
Financial services results	**20.2**	**7.9**	**157.2%**	**58.4**	**27.5**	**112.4%**

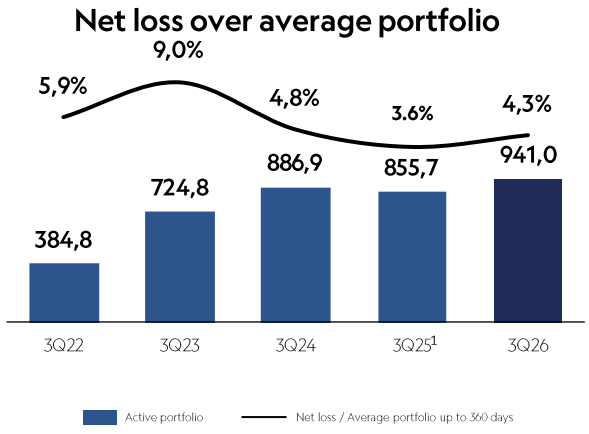
Even in a macroeconomic scenario of high household income commitment due to indebtedness levels, C&A Pay maintained its improvement trajectory and delivered a result of R$ 20.2 million in the quarter, compared to R$ 7.9 million in 3Q25. This performance reflects a selective approach to credit granting, combined with a deeper relationship with the customer base.

C&A Pay revenue totaled R$ 100.8 million, up 26.7% compared to 3Q25, driven by portfolio growth and a greater contribution from interest-bearing products, such as installment sales with interest and personal loans. Developed in-house over the past two years, with small volumes to calibrate the credit models, the personal loan product remains in the testing phase, offered gradually and only to existing customers with a good payment history, with profitability and loss provisions within the established parameters, considering the product's characteristics.

Selling expenses totaled R$ 26.7 million in the quarter. In addition to the operational evolution of the business, the criteria for allocating expenses between retail and financial services were also revised.

Net credit losses totaled R$ 40.9 million. In the annual comparison, it is worth noting that 3Q25 benefited from a portfolio assignment, with a positive impact of R$ 3.8 million; excluding this effect, the increase would have been 29.2%. This increase mainly reflects provisions related to the personal loan tests, a product whose characteristics require loss provisions to be more concentrated in the early stages of the portfolio.





Notes: Charts in R$ millions (except average ticket) and %;
(1) Excluding R$ 3.8 million in credit recovery from the partial assignment of the portfolio overdue for more than 720 days, in the amount of R$ 83.3 million, in 3Q25.

FINANCIAL SERVICES

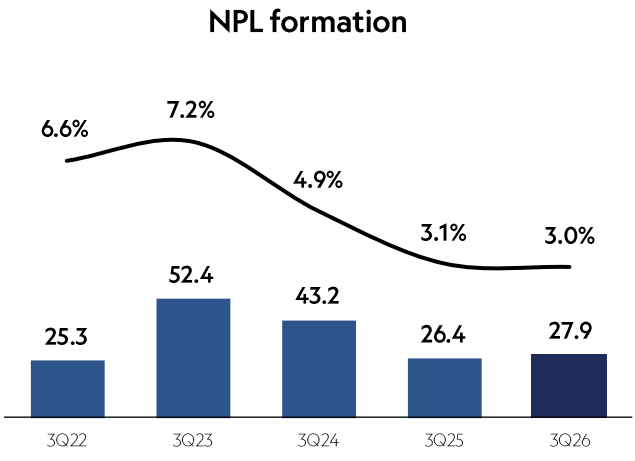
C&A Pay	3Q26	3Q25	Δ%
Portfolio 720	1,094.4	1,036.4	5.6%
Portfolio 360	941.0	855.7	10.0%
Share on retail sales	**27.8%**	**28.8%**	**-1.0 p.p.**
New digital cards ('000)	404.9	490.6	-17.5%
Total digital cards ('000)	10,242.6	8,499.8	20.5%
Coverage index[1]			
Over 91-720 days overdue	103.7%	101.3%	2.4 p.p.
Over 91-360 days overdue	117.6%	107.1%	10.6 p.p.

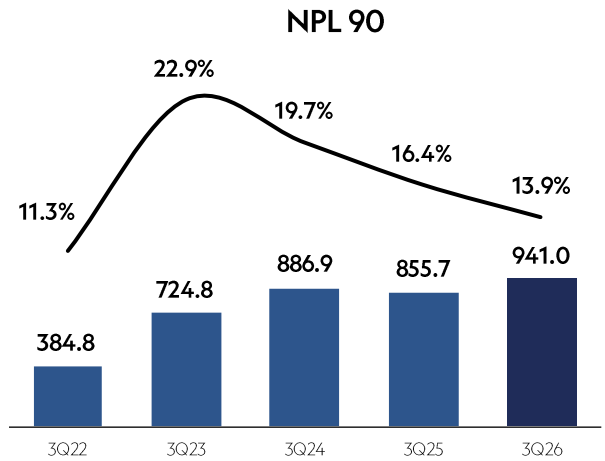
(1) Considers overdue portfolio balances by stage (IFRS 9).

C&A Pay continues to advance with discipline in credit granting and a focus on spending and purchase frequency within its active base. In 3Q26, new card issuance declined 17.5%, which was reflected in a 27.8% share of retail sales (-1.0 p.p.). Even so, the portfolio up to 360 days grew 10.0% to R$ 941.0 million, driven by the existing customer base, which already totals 10.2 million cards issued.

This approach translates into better-quality vintages. NPL formation totaled R$ 27.9 million, equivalent to 3.0% of the portfolio up to 360 days, compared to 3.1% in 3Q25. With better roll rates in recent vintages, NPL 90 ended the quarter at 13.9% of the 360-day portfolio, a reduction of 2.5 p.p. compared to 3Q25. The portfolio up to 720 days, which includes older overdue balances, grew 5.6%, below the portfolio up to 360 days, reflecting a lower volume of longer delinquencies.

With proportionally lower overdue balances and the recalibration of provisioning models, coverage of balances overdue between 91 and 360 days reached 117.6% (+10.6 p.p.), and coverage of balances overdue between 91 and 720 days reached 103.7% (+2.4 p.p.). Coverage also incorporates the start of the personal loan tests, which require higher initial provisioning due to the product's characteristics.





Note: Charts in R$ millions

EBITDA

CONSOLIDATED EBITDA

R$ Million & %	3Q26	3Q25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Net income	**170.3**	**69.5**	**145.1%**	**349.8**	**273.9**	**27.7%**
(+) Income taxes	76.8	7.7	895.5%	137.1	92.1	48.9%
(+/-) Financial results, net	56.9	72.5	-21.5%	189.9	236.7	-19.8%
(+) Depreciation & amortization	179.0	171.6	4.3%	538.1	510.6	5.4%
EBITDA (post-IFRS 16)	**482.9**	**321.3**	**50.3%**	**1,214.9**	**1,113.3**	**9.1%**
(+) Other operating income (expenses)	22.5	2.3	894.2%	(39.8)	(144.6)	-72.5%
(+) Financial income from suppliers	4.9	4.4	9.9%	14.8	7.3	104.0%
(-) Recovery of tax credits	(198.5)	(4.1)	4750.4%	(200.6)	(14.4)	1293.6%
(+) Long term incentive	5.8	9.4	-38.6%	8.8	54.7	-83.8%
Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	**317.6**	**333.3**	**-4.7%**	**998.2**	**1,016.2**	**-1.8%**
% Net revenue	*16.9%*	*18.1%*	*-1.2 p.p.*	*17.9%*	*18.4%*	*-0.6 p.p.*
EBITDA (pre-IFRS 16)	**356.5**	**196.8**	**81.1%**	**830.1**	**738.6**	**12.4%**
Adjusted EBITDA (pre-IFRS 16)	**191.2**	**208.8**	**-8.4%**	**614.5**	**648.9**	**-5.3%**
% Net revenue	*10.2%*	*11.3%*	*-1.2 p.p.*	*11.0%*	*11.8%*	*-0.8 p.p.*

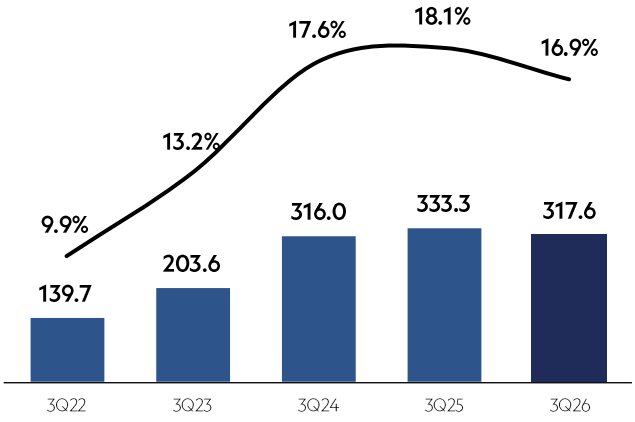
Despite the 1.0 p.p. expansion in consolidated gross margin, adjusted EBITDA margin declined in the quarter, mainly reflecting non-recurring brand investments (C&A's 50th anniversary and Rock in Rio) and lower expense dilution, against a 3Q25 revenue base that still included part of the telephony operation.

As a result, pre-IFRS 16 adjusted EBITDA totaled R$ 191.2 million in 3Q26, with a margin of 10.2%, a decrease of 1.2 p.p. vs. 3Q25. On a post-IFRS 16 basis, adjusted EBITDA reached R$ 317.6 million, with a margin of 16.9% (-1.2 p.p.).

ADJUSTED EBITDA (R$ MILLION) AND MARGIN (%)
Consolidated

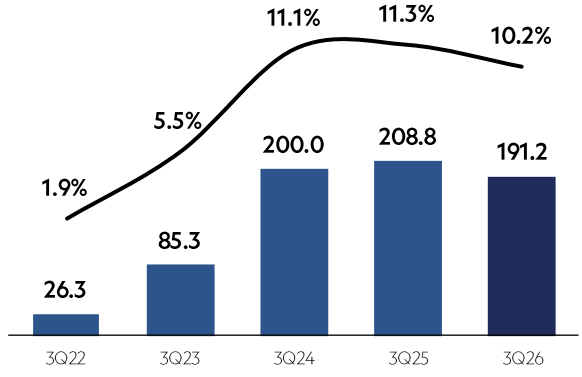
Post-IFRS 16

CAGR 3Q22-3Q26: 22.8%



Pre-IFRS 16

CAGR 3Q22-3Q26: 64.1%



Note: Charts in R$ millions

EBITDA

RETAIL EBITDA

R$ Million & %	3Q26	3Q25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	317.6	333.3	-4.7%	998.2	1,016.2	-1.8%
(+/-) Financial services results[1]	(30.8)	(15.1)	103.9%	(86.3)	(76.0)	13.6%
Retail Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	**286.8**	**318.2**	**-9.9%**	**911.9**	**940.2**	**-3.0%**
Retail Adjusted EBITDA margin (post-IFRS 16)	**16.0%**	**17.9%**	**-2.0 p.p.**	**17.1%**	**17.9%**	**-0.8 p.p.**
Adjusted EBITDA (pre-IFRS 16)	191.2	208.8	-8.4%	614.5	648.9	-5.3%
(+/-) Financial services results[1]	(30.8)	(15.1)	103.9%	(86.3)	(76.0)	13.6%
Retail Adjusted EBITDA (post-IFRS 16)	**160.4**	**193.7**	**-17.2%**	**528.2**	**572.9**	**-7.8%**
Retail Adjusted EBITDA margin (post-IFRS 16)	**8.9%**	**10.9%**	**-2.0 p.p.**	**9.9%**	**10.9%**	**-1.0 p.p.**

(1) Excludes the funding cost of the financial operation, as this amount does not impact the Company's consolidated results but is recorded as a cost at C&A Pay.

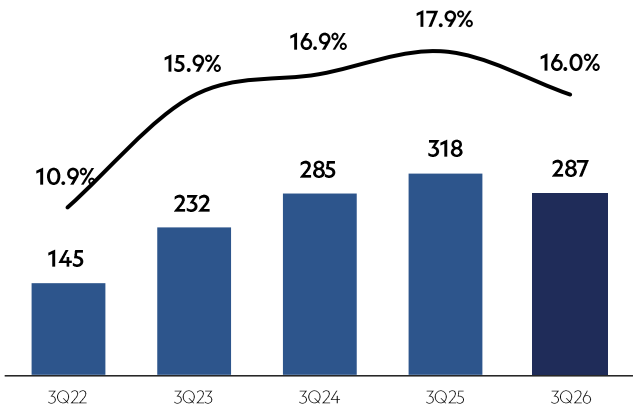
In the retail operation, gross margin expansion was more than offset by non-recurring brand investments and lower expense dilution in the quarter.

As a result, retail pre-IFRS 16 adjusted EBITDA totaled R$ 160.4 million in 3Q26, with a margin of 8.9% (-2.0 p.p.). On a post-IFRS 16 basis, it reached R$ 286.8 million, with a margin of 16.0%.

ADJUSTED EBITDA (R$ MILLION) AND MARGIN (%)
Retail

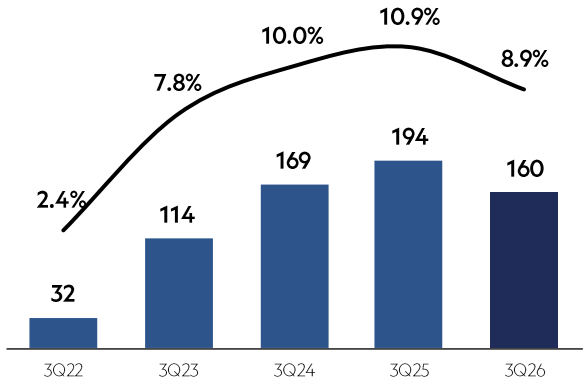
Post-IFRS 16

CAGR 3Q22-3Q26: 18.6%



Pre-IFRS 16

CAGR 3Q22-3Q26: 50.2%



Note: Charts in R$ millions

FINANCIAL RESULT

R$ Million	3Q26	3Q25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Exchange rate variation	**(6.1)**	**(5.3)**	**14.9%**	**(0.8)**	**(6.7)**	**-88.0%**
Financial expenses	**(114.0)**	**(137.7)**	**-17.2%**	**(352.9)**	**(434.5)**	**-18.8%**
Interest expenses	(35.1)	(49.9)	-29.7%	(104.5)	(147.9)	-29.4%
Leasing interest expenses	(46.1)	(44.4)	3.9%	(139.3)	(130.8)	6.5%
PVA on suppliers	(27.1)	(32.2)	-15.6%	(88.7)	(86.2)	2.9%
Interest expenses over suppliers - Bradescard	0.0	0.0	-	0.0	(42.1)	-
Interest expenses on taxes and contingencies	(4.2)	(7.9)	-47.7%	(15.2)	(19.3)	-21.6%
Other financial expenses	(1.6)	(3.3)	-52.7%	(5.2)	(8.0)	-34.8%
Financial income	**63.2**	**70.6**	**-10.4%**	**163.8**	**204.5**	**-19.9%**
Monetary correction of tax credits	14.3	21.9	-34.4%	48.0	68.7	-30.1%
Interest on financial investments	14.7	31.8	-53.8%	47.4	98.5	-51.9%
Earnings from Bonds and Securities	9.2	7.9	16.5%	31.0	26.5	17.2%
Other financial income	25.0	9.0	176.6%	37.4	10.9	243.4%
Financial results, net	**(56.9)**	**(72.5)**	**-21.5%**	**(189.9)**	**(236.7)**	**-19.8%**

Financial expenses totaled R$ 114.0 million in 3Q26, a reduction of 17.2% compared to 3Q25. This performance was mainly driven by a 29.7% decrease in interest on borrowings, reflecting the reduction in gross debt, as well as by lower present value adjustment (PVA) on suppliers (-15.6%) and lower interest on taxes and contingencies (-47.7%). These effects were partially offset by a 3.9% increase in lease interest, associated with the expansion of the store portfolio.

Financial income totaled R$ 63.2 million, a reduction of 10.4% year over year. This variation mainly results from lower income from financial investments (-53.8%), reflecting the lower average cash position after debt amortization and the execution of the share buyback program, and from lower monetary adjustment on tax credits (-34.4%), due to the reduced balance of these assets after their monetization. These impacts were partially offset by better results from bonds and securities (+16.5%) and by other financial income, which totaled R$ 25.0 million (+176.6%) due to the discount on the purchase of ICMS tax credits.

As a result, the Company recorded net financial expenses of R$ 56.9 million in the quarter, a reduction of 21.5% compared to 3Q25.



NET INCOME

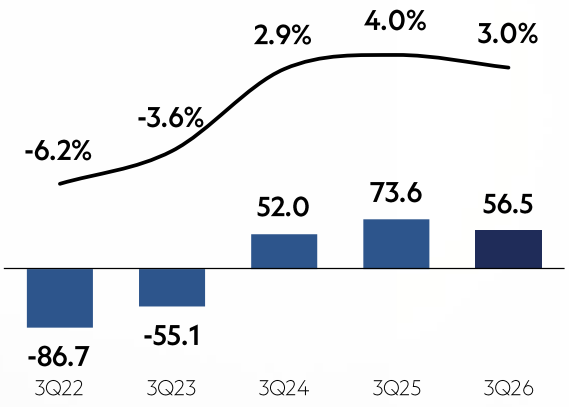
Net income (loss) (R$ Million)	3Q26	3Q25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
Net income (loss)	**170.3**	**69.5**	**145.1%**	**349.8**	**273.9**	**27.7%**
Net margin (%)	9.0%	3.8%	5.3 p.p.	6.3%	5.0%	1.3 p.p.
Adjusted net income (loss)	**56.5**	**73.6**	**-23.3%**	**194.7**	**200.9**	**-3.1%**
Adjusted net margin (%)	3.0%	4.0%	-1.0 p.p.	3.5%	3.6%	-0.2 p.p.

(1) Post-IFRS 16 net income
(2) Adjustments include: (i) other net operating income (expenses); (ii) recovery of tax credits; and (iii) long-term incentive program, net of taxes.

In 3Q26, reported net income totaled R$ 170.3 million, with a net margin of 9.0%, compared to R$ 69.5 million in 3Q25. The result benefited from the recognition of PIS and COFINS tax credits, as previously mentioned.

Excluding this and other non-recurring effects, adjusted net income reached R$ 56.5 million, with a margin of 3.0%, a decrease of 23.3% compared to 3Q25 and of 1.0 p.p. in margin.

Adjusted net income (loss) (R$ million) and margin (%)





Note: Charts in R$ millions

INDEBTEDNESS

R$ Million	3Q26	3Q25	Δ%
Short-term debt	614.6	546.3	12.5%
Long-term debt	312.9	725.6	-56.9%
Gross debt	**927.5**	**1,271.9**	**-27.1%**
(-) Cash, cash equivalents & short-term investments[1]	**727.0**	**1,180.5**	**-38.4%**
(=) Net debt	**(200.5)**	**(91.5)**	**119.2%**
LTM Adjusted EBITDA pre-IFRS16	1,045.3	1,117.6	-6.5%
Leverage[1]	**0.2x**	**0.1x**	**0.1x**

Note: Short- and long-term debt net of derivatives
(1) Measured by the net debt/EBITDA ratio

Gross debt ended 3Q26 at R$ 927.5 million, a reduction of 27.1% compared to 3Q25, reflecting the capital structure optimization strategy and contributing to the 29.7% decline in interest on borrowings in the period.

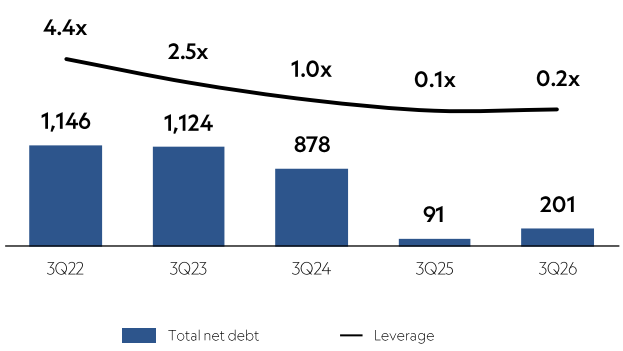
Short-term debt totaled R$ 614.6 million, up 12.5% year over year, as maturities scheduled for 2027 moved into the short term. Long-term debt decreased 56.9% to R$ 312.9 million.

Continuing its liability management, after the end of 3Q26 the Company refinanced these maturities, replacing higher-cost short-term debt (CDI + 1.6%) with long-term debt maturing in 2029 at a lower cost (CDI + 0.8%).

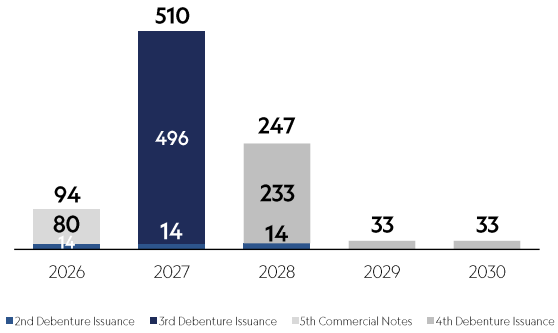
Cash, cash equivalents and financial investments totaled R$ 727.0 million at the end of the quarter. Net debt reached R$ 200.5 million, mainly reflecting the execution of the share buyback program, which used approximately R$ 110 million year to date, and the distribution of R$ 139.8 million in interest on equity.

Even so, leverage remained at a conservative level of 0.2x LTM pre-IFRS 16 adjusted EBITDA, preserving the Company's investment capacity to support the initiatives of Energia C&A and the new Full Power cycle.

Total net debt and leverage[1]



Debt Amortization Schedule



Note: Charts in R$ millions and %; (1) 3Q22 includes receivables prepayment

CASH FLOW

ADJUSTED CASH FLOW

R$ million	3Q26	3Q25	Δ%
Pre-IFRS16 net income (losses) before Income Taxes and Social Contribution	**252.3**	**83.0**	**204.1%**
Depreciation and amortization	93.4	85.8	8.8%
(+/-) Other	(124.9)	109.8	-213.8%
Adjustments with no impact on cash	**(31.5)**	**195.6**	**-116.1%**
Income Tax and Social Contribution paid	**(14.5)**	**(50.0)**	**-71.1%**
Working capital	**142.6**	**148.9**	**-4.2%**
Accounts receivable	143.2	135.6	5.6%
Inventory	(4.2)	(40.0)	-89.5%
Suppliers - total	39.5	(16.7)	-336.1%
Other	(35.9)	70.0	-151.2%
Cash from (used in) operating activities	**349.0**	**377.4**	**-7.5%**
Cash flow from investing activities	**(165.2)**	**(133.6)**	**23.7%**
(=) Adjusted free cash flow	**183.7**	**243.8**	**-24.6%**
Cash flow generated (used) in financing activities	**(238.7)**	**(67.2)**	**255.1%**
(Use) Cash generation	**(55.0)**	**176.6**	**-131.1%**

In 3Q26, working capital generated R$ 142.6 million, compared to R$ 148.9 million generated in 3Q25.

Inventory days were 16 days above 3Q25, marking the beginning of a gradual inventory reduction toward normalized levels. The Company has been conducting this adjustment carefully, preserving collection renewal and product availability for the start of 4Q26, while maintaining a healthy coverage level and the *freshness* of its collections.

In accounts receivable, the average collection period increased by 3 days year over year and remained stable vs. 2Q26, reflecting the higher share of installment sales with interest at C&A Pay.

In suppliers, merchandise DPO decreased by 4 days. As a result, the operating cash conversion cycle was 23 days longer than in 3Q25. When indirect suppliers are also considered, the average payment period increased by 10 days. On this basis, the total cash conversion cycle was 9 days longer than in 3Q25, compared to 19 days in 2Q26.

As a result, operating activities generated R$ 349.0 million in cash in the quarter, 7.5% less than the R$ 377.4 million generated in 3Q25.

Investing activities used R$ 165.2 million, an increase of 23.7% over the R$ 133.6 million in 3Q25, associated with store expansion and renovations.

As a result, adjusted free cash flow was R$ 183.5 million, a reduction of 24.7% compared to R$ 243.8 million in 3Q25.

In financing activities, outflows totaled R$ 238.7 million, mainly due to the payment of R$ 139.8 million in interest on equity and approximately R$ 40 million in share repurchases held in treasury, in line with the Company's objective of increasing shareholder returns.

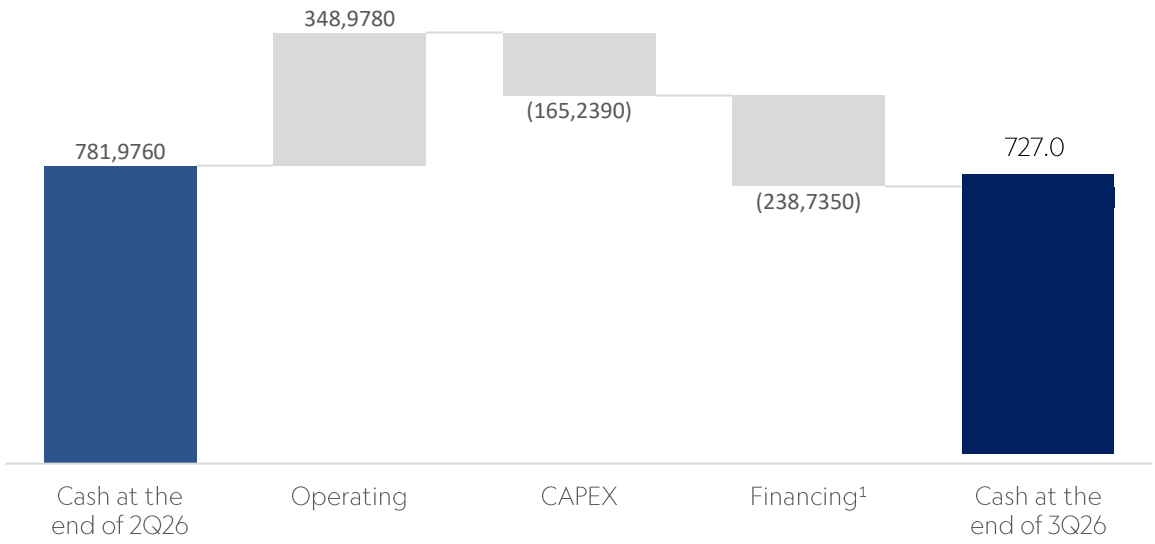
As a result, cash consumption totaled R$ 55.0 million in the quarter, and the cash position ended at R$ 727.0 million.

CASH FLOW

ADJUSTED CASH FLOW

At the end of 2Q26, cash, cash equivalents and financial investments totaled R$ 782.0 million.

The R$ 55.2 million reduction compared to the previous quarter reflects the combination of R$ 349.0 million in operating cash generation and the execution of the Company's capital allocation priorities, including R$ 165.2 million in investments aimed at business growth and R$ 238.7 million in financing activities, mainly due to the payment of R$ 139.8 million in interest on equity and R$40 million in share repurchases held in treasury in the quarter.



Note: Operating cash flow excludes lease interest and principal; the final cash position includes bonds and securities.



INVESTMENTS

Investments (R$ Million)	3Q26	3Q25	Δ%	9M26	9M25	Δ%
New stores	26.0	9.0	187.5%	50.3	28.3	77.7%
Revamps and remodeling	75.9	89.9	-15.6%	144.8	164.8	-12.2%
Supply chain	26.7	16.4	62.2%	54.8	21.7	153.1%
Digital and technology	55.4	30.4	82.5%	114.7	83.6	37.3%
Total	**183.9**	**145.8**	**26.2%**	**364.7**	**298.4**	**22.2%**

In line with the Energia C&A strategy, the Company invested R$ 183.9 million in 3Q26, up 26.2% compared to 3Q25.

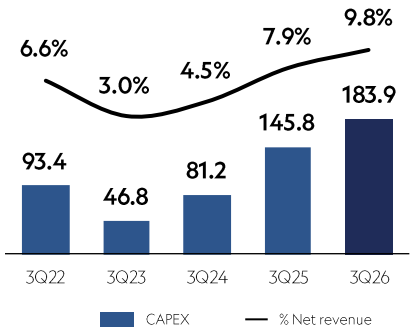
In revamps and remodeling, investments totaled R$ 75.9 million, concentrated on the delivery of eight renovations under the Energia format, notably the stores at Mooca, Praia de Belas, Barra, Eldorado, Park Shopping and Niterói shopping malls.

In new stores, investments totaled R$ 26.0 million, with five openings in the quarter: three C&A stores, highlighted by the new Avenida Paulista store, in addition to the Butantã and Iguatemi São José do Rio Preto units, and two Ace stores, at Shopping Bourbon and Barra, in Rio de Janeiro.

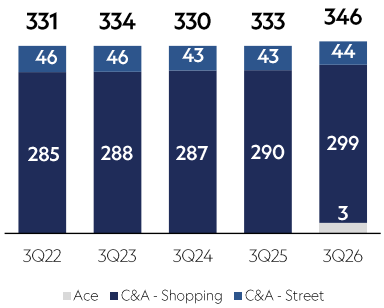
In the supply chain, investments of R$ 26.7 million (+62.2%) reflected the implementation of RFID technology at the São Paulo distribution center and progress on the new Northeast distribution center.

In digital and technology, investments totaled R$ 55.4 million (+82.5%), highlighted by the rollout of the new self-checkout to 81 additional stores in 3Q26, which is now present in 171 stores, around 50% of the store network.

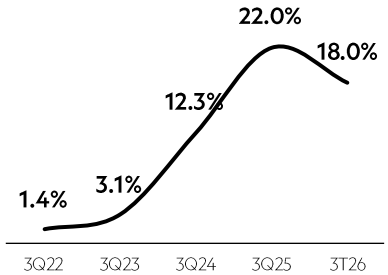
CAPEX



Store portfolio



ROIC LTM



Note: Charts in R$ millions (except store portfolio) and %

50th Anniversary in Brazil C&A



ANNEX

Adjusted EBITDA
Pre-IFRS 16

R$ Million & %	3Q26	3Q25	Δ%
Net income (losses)	**173.8**	**73.3**	**137.1%**
(+/-) Income taxes	78.5	9.7	711.5%
(+/-) Financial results, net	10.8	28.1	-61.5%
(+) Depreciation & amortization	93.4	85.8	8.9%
EBITDA (pré-IFRS 16)	**356.5**	**196.8**	**81.1%**
(+) Other operating income (expenses)	22.5	2.3	894.2%
(+) Financial income from suppliers	4.9	4.4	9.9%
(-) Recovery of tax credits	(198.5)	(4.1)	4750.4%
(+) Long term incentives	5.8	9.4	-38.6%
Adjusted EBITDA (pré-IFRS 16)	**191.2**	**208.8**	**-8.4%**
% Net revenue	10.2%	11.3%	-1.2 p.p.

BALANCE SHEET

R$ million	3Q26	4Q25
Total assets	**8,786.7**	**9,318.6**
Current assets	**4,146.3**	**4,559.8**
Cash and cash equivalents	501.7	774.5
Bonds and securities	225.3	268.9
Trade receivables	1,342.7	1,753.3
Inventory	1,292.5	1,154.9
Taxes recoverable	706.2	460.2
Derivatives	0.0	2.6
Income tax and social contribution recoverable	11.0	109.3
Other assets	66.9	36.2
Non-current assets	**4,640.4**	**4,758.8**
Financial investments	0.0	0.0
Income tax and social contribution recoverable	27.0	0.0
Taxes recoverable	518.5	791.4
Deferred taxes	514.9	489.7
Judicial deposits	94.3	91.4
Derivatives - LT	0.0	0.0
Other assets	4.5	4.6
Investments	0.0	0.0
Property and equipment	1,186.8	1,057.4
Right-of-use assets - leases	1,515.5	1,474.5
Intangible assets	779.0	849.7
Total liabilities and shareholder's equity	**8,786.7**	**9,318.6**
Current liabilities	**2,880.9**	**3,116.2**
Lease liabilities	356.1	372.7
Suppliers	1,229.5	1,324.8
Dividends and IOC	0.0	139.8
Drawee risk liabilities	265.2	421.2
Suppliers buying back the right to offer credit (Bradescard)	0.0	0.0
Loans	611.5	139.8
Derivatives	3.1	1.8
Labor liabilities	250.3	293.6
Taxes payable	61.8	283.5
Income tax and social contribution payable	67.6	102.5
Other liabilities	35.8	36.5
Non-current liabilities	**1,965.9**	**2,495.4**
Lease liabilities	1,456.7	1,407.5
Suppliers	0.0	0.0
Suppliers buying back the right to offer credit (Bradescard)	0.0	0.0
Loans	312.9	820.7
Derivatives - LT	0.0	0.0
Labor liabilities	11.5	16.2
Provisions for tax, civil, and labor risks	130.7	186.6
Taxes payable	1.8	14.3
Other liabilities	52.3	50.2
Shareholder's equity	**3,939.9**	**3,707.1**
Share capital	1,847.2	1,847.2
Shares in Treasury	(114.7)	(48.2)
Capital reserve	0.0	39.2
Accumulated gains (losses)	340.6	0.0
Profit reserve	1,868.2	1,868.2
Other comprehensive income	(1.5)	0.6

INCOME STATEMENT

R$ million	3Q26	3Q25	Δ%
Net operating revenue	**1,883.0**	**1,840.9**	**2.3%**
Apparel	1,690.9	1,648.7	2.6%
Fashiontronics and Beauty	101.9	120.3	-15.3%
Net revenue from goods	1,792.8	1,769.0	1.3%
Other revenue	2.9	5.9	-49.8%
Retail revenue	1,795.7	1,774.9	1.2%
Financial services	87.2	65.9	32.2%
Cost of goods/services	**(834.6)**	**(834.9)**	**0.0%**
Gross profit	**1,048.3**	**1,005.9**	**4.2%**
Apparel	946.5	912.7	3.7%
Fashiontronics and Beauty	42.7	52.7	-19.0%
Gross profit from goods	989.2	965.4	2.5%
Other gross profit	(28.1)	(25.4)	10.4%
Gross profit from retail	961.1	940.0	2.3%
Gross profit from financial services	87.2	65.9	32.2%
Operating (expenses) and revenue	**(744.4)**	**(856.3)**	**-13.1%**
General and administrative	(178.9)	(178.0)	0.5%
Selling expenses	(521.6)	(480.7)	8.5%
Depreciation and amortization	(179.0)	(171.6)	4.3%
Other net operating income (expenses)	176.0	1.8	9531.7%
Net credit losses	(40.9)	(27.8)	46.9%
Profit before finance income and expenses	**303.9**	**149.6**	**103.1%**
Finance results	**(56.9)**	**(72.5)**	**-21.5%**
Exchange variation	(6.1)	(5.3)	14.9%
Finance expenses	(114.0)	(137.7)	-17.2%
Finance income	63.2	70.6	-10.4%
Profit before taxes	**247.0**	**77.2**	**220.1%**
Income taxes	(76.8)	(7.7)	895.5%
Net income (losses) for the period	**170.3**	**69.5**	**145.1%**

CASH FLOW STATEMENT

R$ Million	9M26	9M25
Operating activities		
Income before income taxes	487.0	366.0
Adjustments to reconcile income before income taxes to net cash flows:		
Allowance (reversal) for expected credit losses	97.7	93.0
Provisions for inventory losses	86.5	69.2
Gains/Recognition of tax claims, including monetary correction	(281.2)	(54.2)
Depreciation and amortization	276.3	256.0
Losses from the sale or disposal of property and equipment and intangible assets	0.0	0.0
Right-of-use amortization	286.9	279.4
Interest and monetary and foreign exchange variations	246.9	313.0
Interest on Related-Party Loans	0.0	0.0
Foreign exchange variation on loans	0.0	0.0
Provisions (reversal) for tax, civil and labor risks	(30.4)	33.7
Others	13.4	17.8
Variations in assets and liabilities:		
Trade receivables	321.7	503.9
Related parties	0.0	0.0
Inventory	(222.0)	(221.9)
Taxes recoverable	165.8	253.1
Other credits	(30.6)	(36.9)
Bonds and securities	51.2	(77.7)
Judicial deposits	2.1	57.6
Suppliers	(56.2)	(79.9)
Fornecedor Bradescard	0.0	(650.6)
Drawee risk liabilities	(156.0)	(46.1)
Labor liabilities	(64.0)	(4.6)
Other liabilities	0.7	(10.0)
Provisions for tax, civil and labor risks	(25.5)	(75.2)
Taxes payable	(166.2)	(194.0)
Income Tax and Social Contribution paid	(50.5)	(111.1)
Cash flow originating (invested in) operating activities	**953.5**	**680.6**
Purchase of property and equipment	(304.3)	(249.7)
Purchase of intangible assets	(108.2)	(102.1)
Receivables from the sale of property and equipment	0.0	0.1
Cash flow used in investment activities	**(412.4)**	**(351.8)**
Loan/debenture transaction costs	0.0	(0.4)
Repayment of loans (principal)	(13.7)	(228.4)
Interest paid on loans	(129.2)	(156.3)
Repayments and interest paid on leases	(422.8)	(404.0)
Payment Interest on equity	(139.8)	0.0
Share buy-back	(108.5)	(36.0)
Net cash flows originating from (used by) financing activities	**(813.9)**	**(825.2)**
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents	(272.8)	(496.3)



ABOUT C&A

C&A was founded in 1841 by the Dutch brothers Clemens and August, whose initials gave rise to the brand's name. C&A pioneered ready-to-wear clothing and is today one of the largest fashion retail chains in the world.

In Brazil, C&A has been present since 1976, when it opened its first store at Shopping Ibirapuera, in São Paulo.

Today, it operates 343 stores in its portfolio, mostly located in shopping malls. Its stores are present in every Brazilian state, totaling 640 thousand square meters of selling space, in addition to its digital operations.

To meet this demand, the Company relies on a network of qualified suppliers, with approximately 70% of its production sourced domestically.

Its sales are focused on fashion products, including the apparel and beauty categories. Today, apparel accounts for approximately 90% of its revenue, while beauty products continue to gain relevance.

This year, the Company launched Ace, a brand with a value proposition complementary to C&A, expanding its presence in one of the fastest-growing categories in the fashion market: sportswear. Three Ace stores are already in operation this quarter.

Listed on the Brazilian stock exchange (B3) since October 2019, C&A continues its consistent trajectory, striving to offer an increasingly relevant omni experience to its customers.

With more than 14,500 associates across the country, the Company stands out for offering fashion products with high perceived value among its customers. In December 2021, it launched C&A Pay, its proprietary credit solution, which currently accounts for 27.8% of retail sales.

ri@cea.com.br