

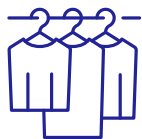
Divulgação de resultados

1T25

a gente se
encontra na



Destques 1T25



+15%

SSS¹ em vestuário
no 1T25



15,2%

Margem EBITDA ajustada²
pós IFRS-16 no 1T25



0,5x

Dívida líquida³/EBITDA no
1T25, reduzindo de 1,5x vs. 1T24



+6,4%

Na base de **clientes**
no 1T25 vs. 1T24



+1,9 p.p.

Margem bruta de
mercadorias vs. 1T24



R\$ 2,5 Mi

Lucro líquido ajustado,
no 1T25



R\$ 80,9 Mi

Geração de caixa livre
no trimestre



+13,3 p.p.

No **NPS** do 1T25 vs. 1T24

+41,2%

Receita líquida de
vestuário e +1,5 p.p.
na **margem bruta**,
no acumulado dos
últimos dois anos

(1) SSS: Same Store Sale - Crescimento de vendas em mesmas lojas; (2) Ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Receita financeira de fornecedores; (iii) Recuperação de créditos fiscais; e (iv) programa de incentivo de longo prazo; (3) Ajustes incluem: (i) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) Recuperação de créditos fiscais; e (iii) programa de incentivo de longo prazo, líquido de impostos e (4) inclui o compromisso com Bradescard.



Destques **operacionais**

Vendas em mesmas lojas
de **+15%** em **vestuário**



**Planejamento
comercial** dedicado
ao 1T25



Valor percebido
e versatilidade
dos produtos



Hub de
**inteligência
comercial**

**Avanço nos indicadores
de satisfação das clientes**
(NPS e aumento na base de clientes)

Execução
Estratégia
Energia C&A

energia C&A

Produto



Melhoria nas **categorias-chave**

Revisão no **sortimento**

Rollout das iniciativas nas categorias de **produto**

Crescimento de 71,1% da receita líquida do **Beleza** vs. 1T24

Sortimento dinâmico:
Integração de novos motores

Rollout para **novas** categorias

Sourcing



Melhora no índice de **qualidade do produto**

Redução no prazo médio de **recebimento e entrega**

Assertividade no reabastecimento em loja

energia C&A

Jornada Omni

OFFLINE



Reformas

+9 obras iniciadas

Dispersão

+50 lojas planejadas

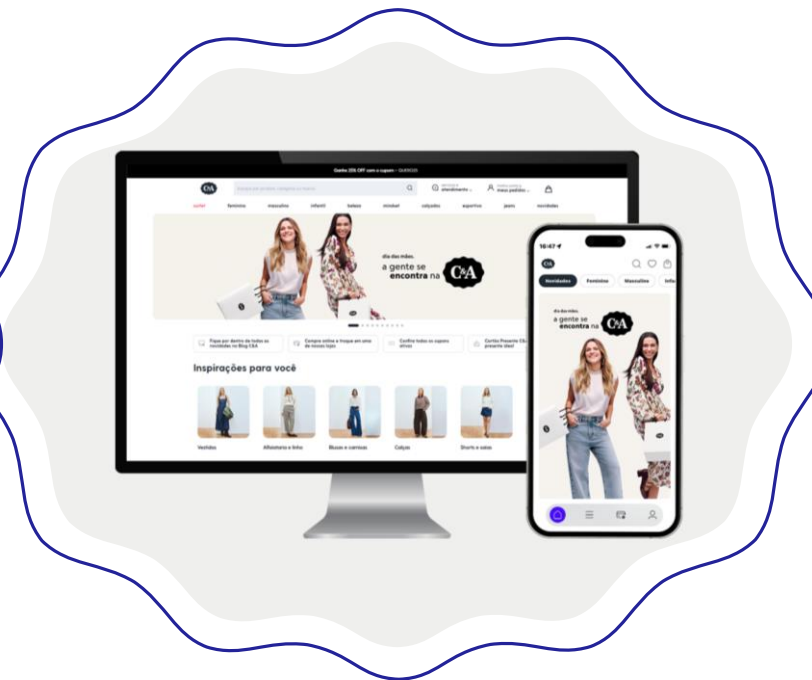
Expansão

+2 lojas Inauguradas

Novo Conceito

Início das obras

ONLINE



Site & App

+53,5% no MAU

+7,3 p.p. no NPS

Integração entre app e loja
com ofertas exclusivas

Vitrine personalizada

energia C&A

Marca e relacionamento

Marca

Apoio:

**Todo mundo no Rio
– Lady Gaga**



CRM

IA na recomendação
de produtos e canais

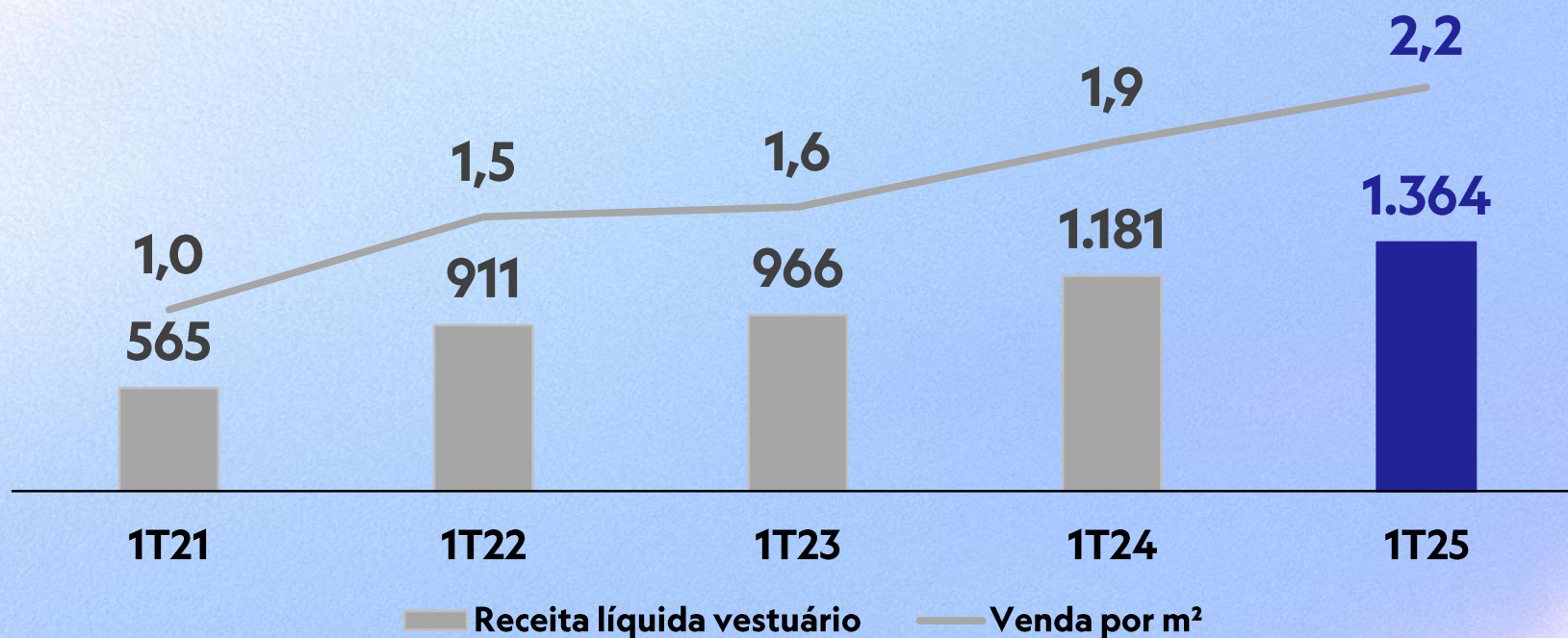
Implementação
dos novos **motores
de personalização**

Integração **online e
offline** (*omni*)



Crescimento consistente em vestuário

R\$ Milhões



CAGR Receita líquida por m²

2 anos (1T23-1T25): 19,1%

3 anos (1T22-1T25): 13,7%

5 anos (1T20-1T25): 11,3%

Proposta comercial atrativa

Valor percebido dos produtos

Desempenho **Financeiro**

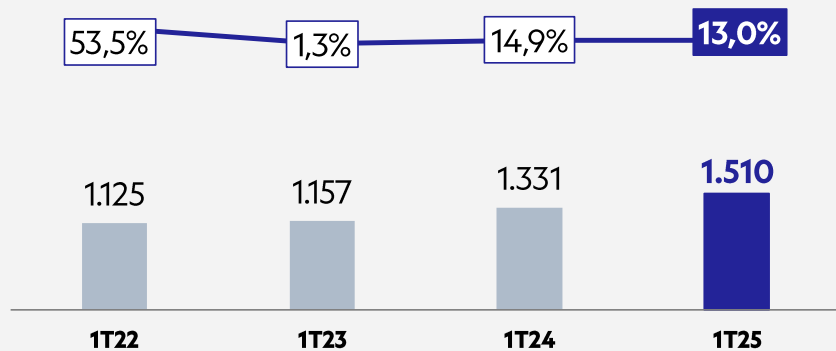


Receita de **mercadorias**

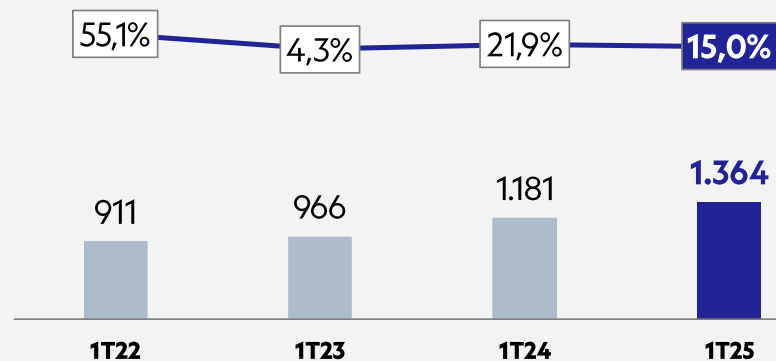
R\$ Milhões e %

Destaque para produtos de alto verão

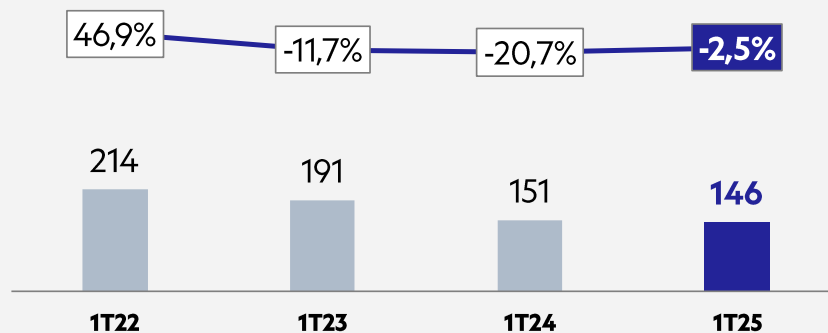
Mercadorias



Vestuário



Eletrônicos & Beleza



■ Receita líquida

— Vendas mesmas lojas

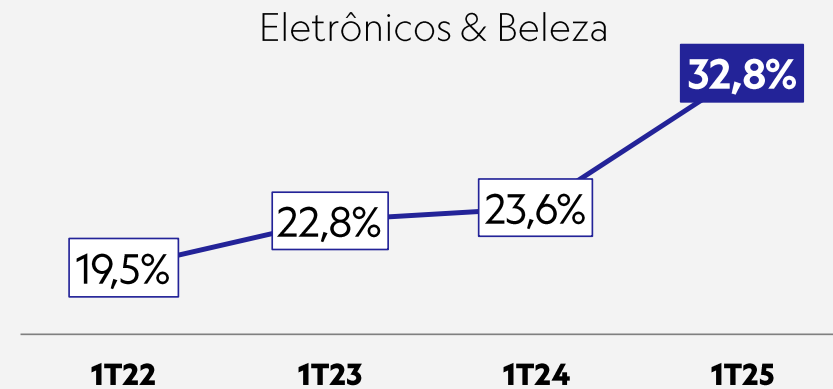
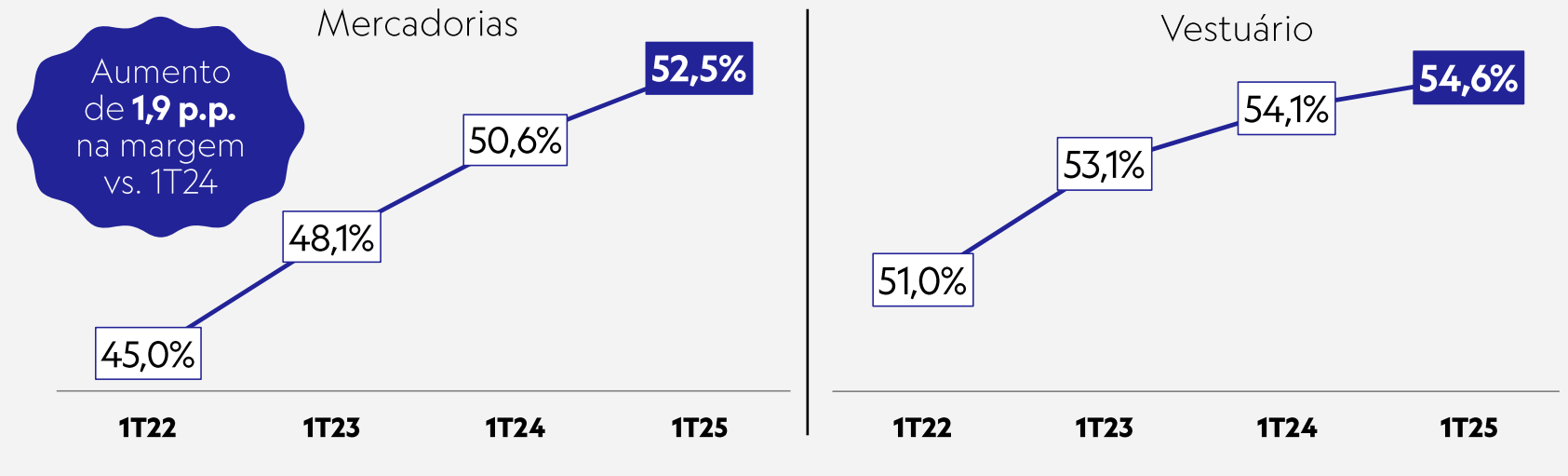
+71,1%
na receita líquida
de beleza



Margem bruta **mercadorias**

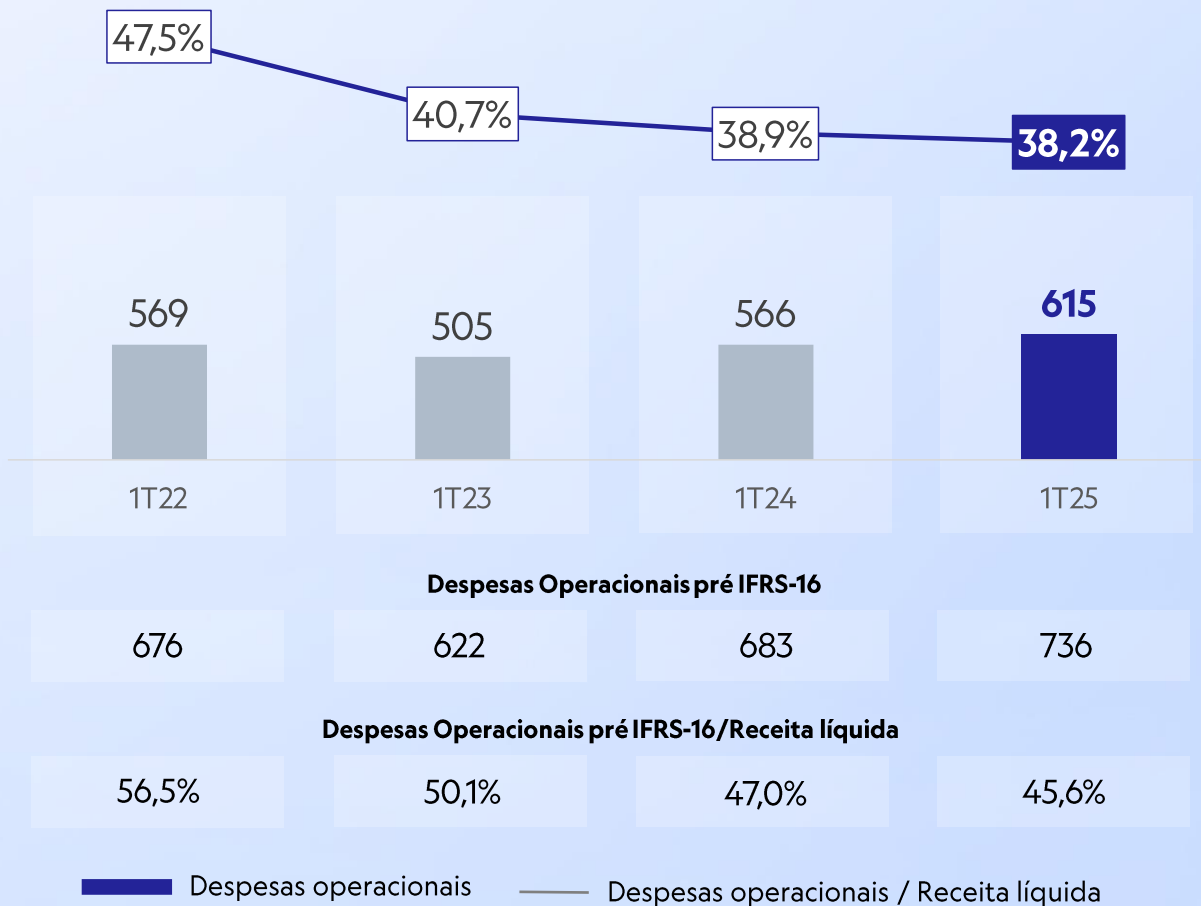
R\$ Milhões e %

Assertividade no desenvolvimento dos produtos e precificação dinâmica



Disciplina na gestão de **despesas operacionais**¹

R\$ Milhões e %



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



R\$ 796,2 Mi

Carteira até 360 dias no final
do 1T25 (-3,8% vs. 1T24)

24,2%

Penetração nas **vendas**
do varejo, -0,7 p.p. vs. 1T24

Redução de
1,4 p.p.

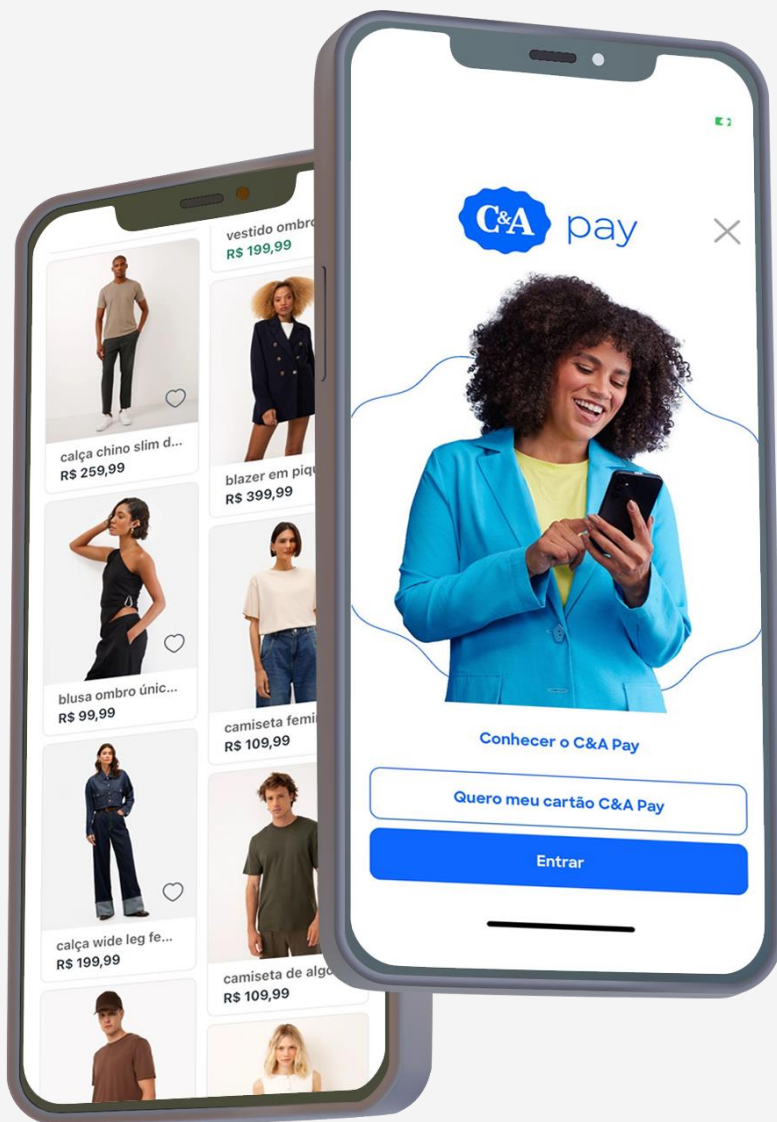
nas **perdas líquidas/**
carteira 360 do 1T25,
vs. 1T24, atingindo 3,2%

Redução de
0,6 p.p.

no **NPL 90** vs. 1T24,
atingindo **18,5%**

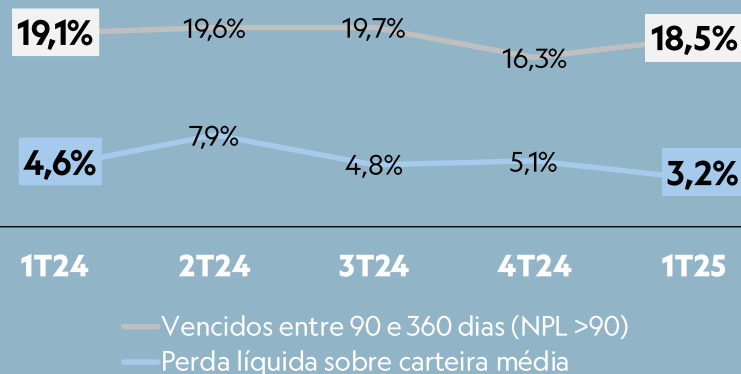
R\$ 19,4 Mi

No **resultado operacional**,
10,5% maior que no 1T24

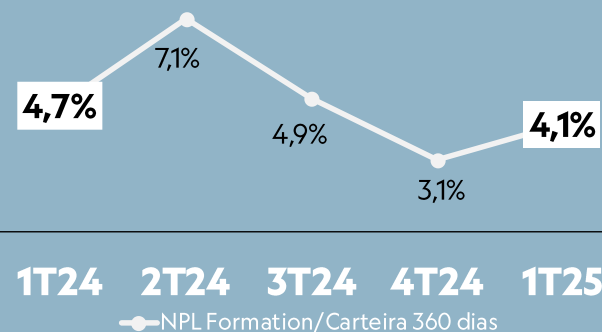


Evolução nos indicadores de inadimplência

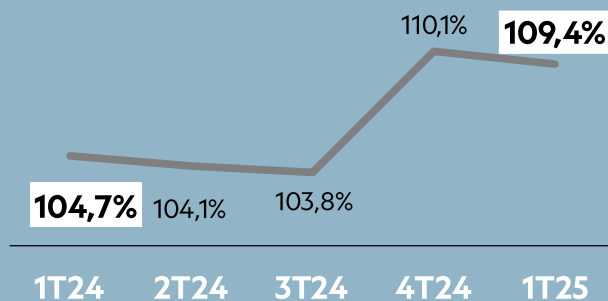
NPL 90 e perda líquida sobre a carteira



Formação de NPL¹



Cobertura² sobre vencidos acima de 90 dias (360)

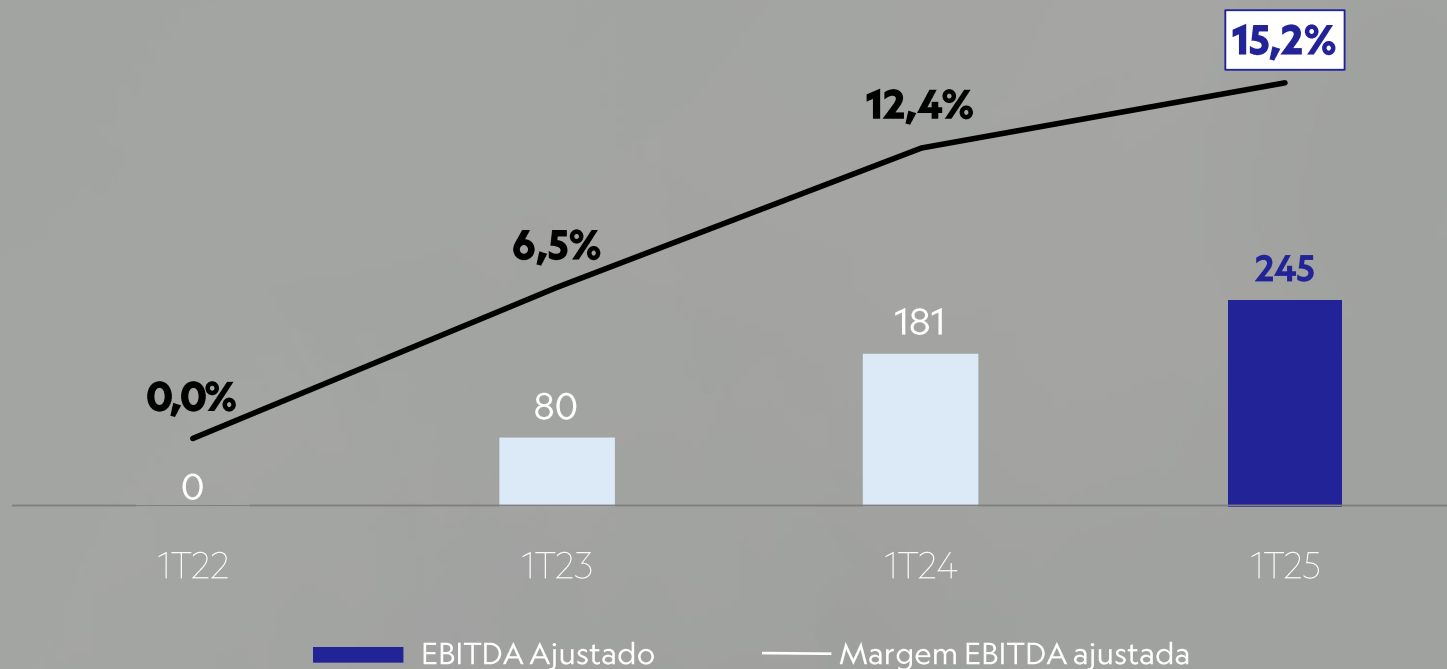


Notas: 1) NPL Formation considera a variação dos vencidos entre 90-360 dias; 2) Cobertura calculada como a razão entre o total da perda estimada e a carteira vencida (IFRS-9) do estágio 3, acima de 90 dias. Valores enquadrados pela resolução 4.966 do BACEN.



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

R\$ Milhões e %



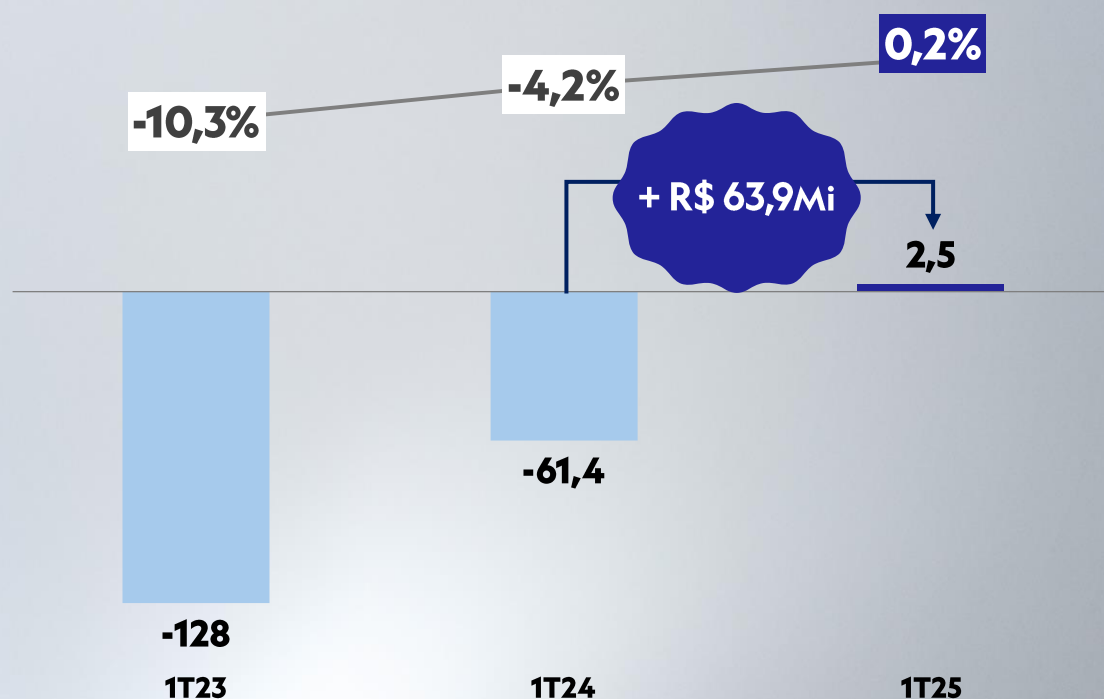
(1) O EBITDA considera o impacto do pagamento do arrendamento mercantil, conforme norma contábil IFRS16 e é ajustado por: (i) outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) receita financeira de fornecedores; (iii) recuperação de créditos fiscais e (iv) Programa de incentivo de longo prazo.



Lucro líquido ajustado¹

Reversão do prejuízo do ano anterior

R\$ Milhões e %



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



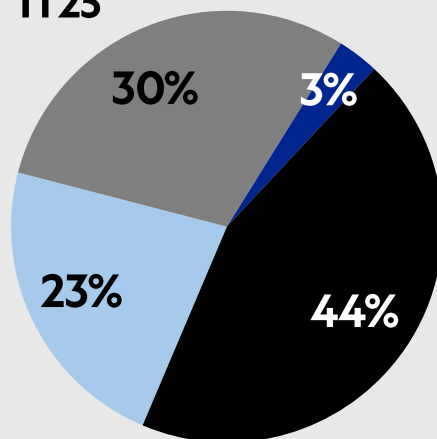


Investimentos

Com foco no Energia C&A

Disciplina na alocação de capital e gestão financeira

1T25



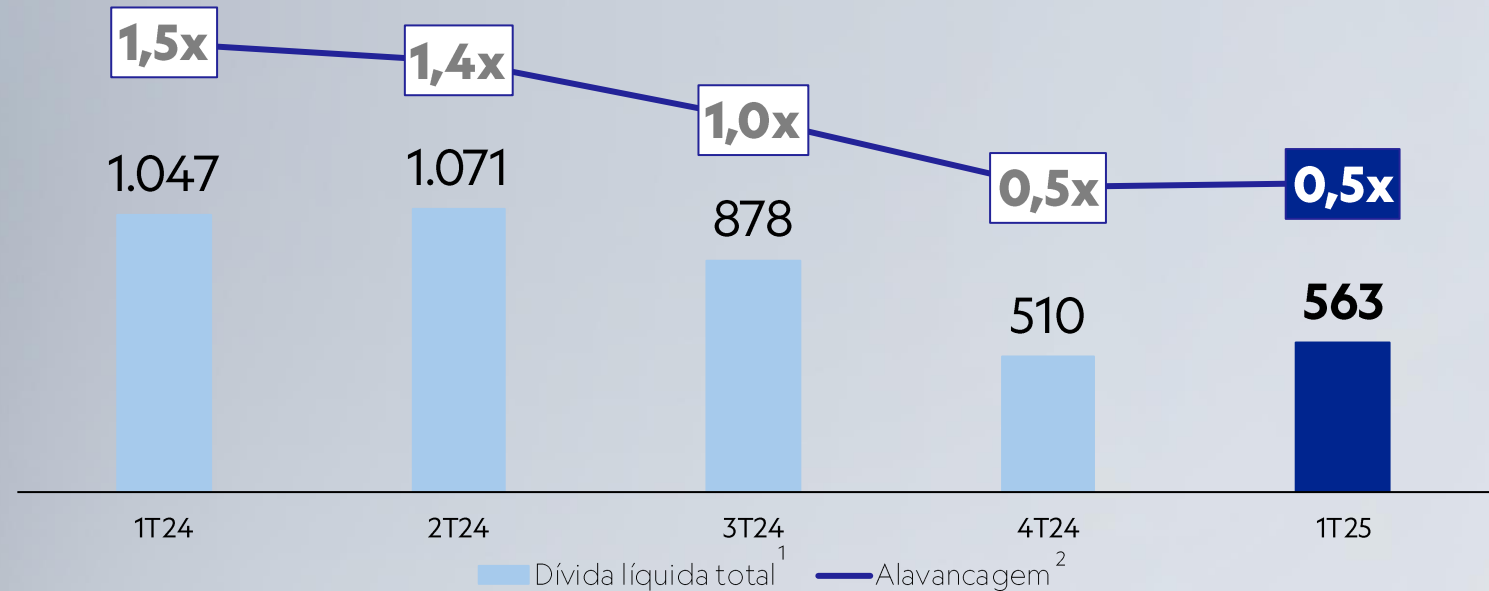
- Novas lojas
- Reformas e remodelagens
- Cadeia de Suprimentos
- Digital e Tecnologia

	1T25	1T24	Δ%
Novas lojas	9,1	5,0	84,6%
Reformas	12,0	4,0	203,2%
Cadeia de suprimentos	1,3	0,0	-
Digital e tecnologia	17,9	24,8	-27,6%
Total	40,4	33,7	19,8%

Redução da alavancagem

Redução da alavancagem e forte geração de caixa livre

R\$ Milhões



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

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

Avanços em ASG e Reconhecimentos

ISE B3

Carteira 2024-2025

Manutenção da presença com avanço no ranking



CDP 2025

Evolução no score para B-



Mudanças Climáticas

Aprovação da meta 2030





a gente se
encontra na



Perguntas & respostas

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

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





Divulgação de resultados

1T25

Contatos:

Laurence Gomes | CFO e DRI

Rogério Ueno

Pedro Abe

Luanna Tomé

ri@cea.com.br

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

Earnings Call

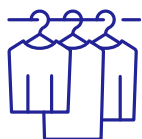
1Q25

We meet

at



1Q25 Highlights



+15%
SSS¹ in apparel
in 1Q25



+1.9 p.p.
Merchandise gross margin
vs. 1Q24



15.2%
Adjusted EBITDA margin²
post-IFRS-16 in 1Q25



R\$2.5M
Adjusted net income,
in 1Q25



0.5x
Net debt³/EBITDA in
1Q25, down from 1.5x in
1Q24



R\$80.9M
Free cash generation in the
quarter



+6.4%
Increase in **customer base**
in 1Q25 vs. 1Q24



+13.3 p.p.
in **NPS** for 1Q25 vs. 1Q24

+41.2%

Apparel net revenue
and **+1.5 pp.** in **gross
margin**, in the last
two years



(1) SSS: Same Store Sale - Growth in sales at the same stores; (2) Adjustments include: (i) Other net operating income (expenses); (ii) Financial income from suppliers; (iii) Recovery of tax credits; and (iv) Long-term incentive program; (3) Adjustments include: (i) Other net operating income (expenses); (ii) Recovery of tax credits; and (iii) Long-term incentive program, net of taxes; and (4) Includes the commitment with Bradescard.

Operational Highlights

Same-store sales of **+15%** in **apparel**



Commercial planning
dedicated to
1Q25



Product perceived value
and versatility



Commercial intelligence hub

Improvement in customer satisfaction metrics
(NPS and customer base)

Execution

**C&A Energy
Strategy**

energia C&A

Product



Improvement in **key categories**

Assortment review

Rollout of initiatives across **product** categories

71.1% growth in **Beauty**'s net revenue vs. 1Q24

Dynamic assortment:
Integration of new engines

Rollout to **new** categories

Sourcing



Improvement in **product quality**

Reduction in average **lead time and delivery**

Accuracy in store replenishment

energia C&A

Omnichannel Journey

OFFLINE



Renovations

+9 renovations initiated

Dispersion Program

+50 planned stores

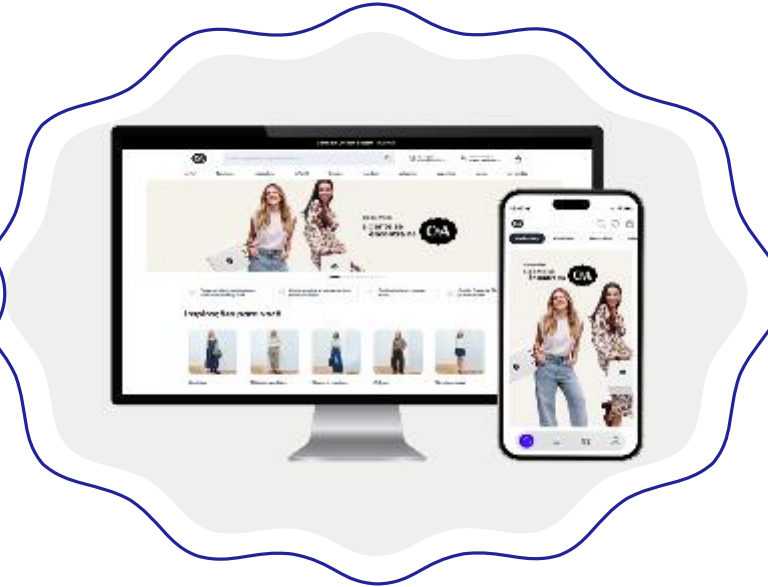
Expansion

+2 new stores

New Store Concept

Start of works

ONLINE



Site & App

+53.5% in MAU

+7.3 p.p in NPS

Integration between app and store
with exclusive offers

Custom showcase

energia C&A

Brand and relationship

Brand

Sponsorship:

**Everybody in Rio –
Lady Gaga**

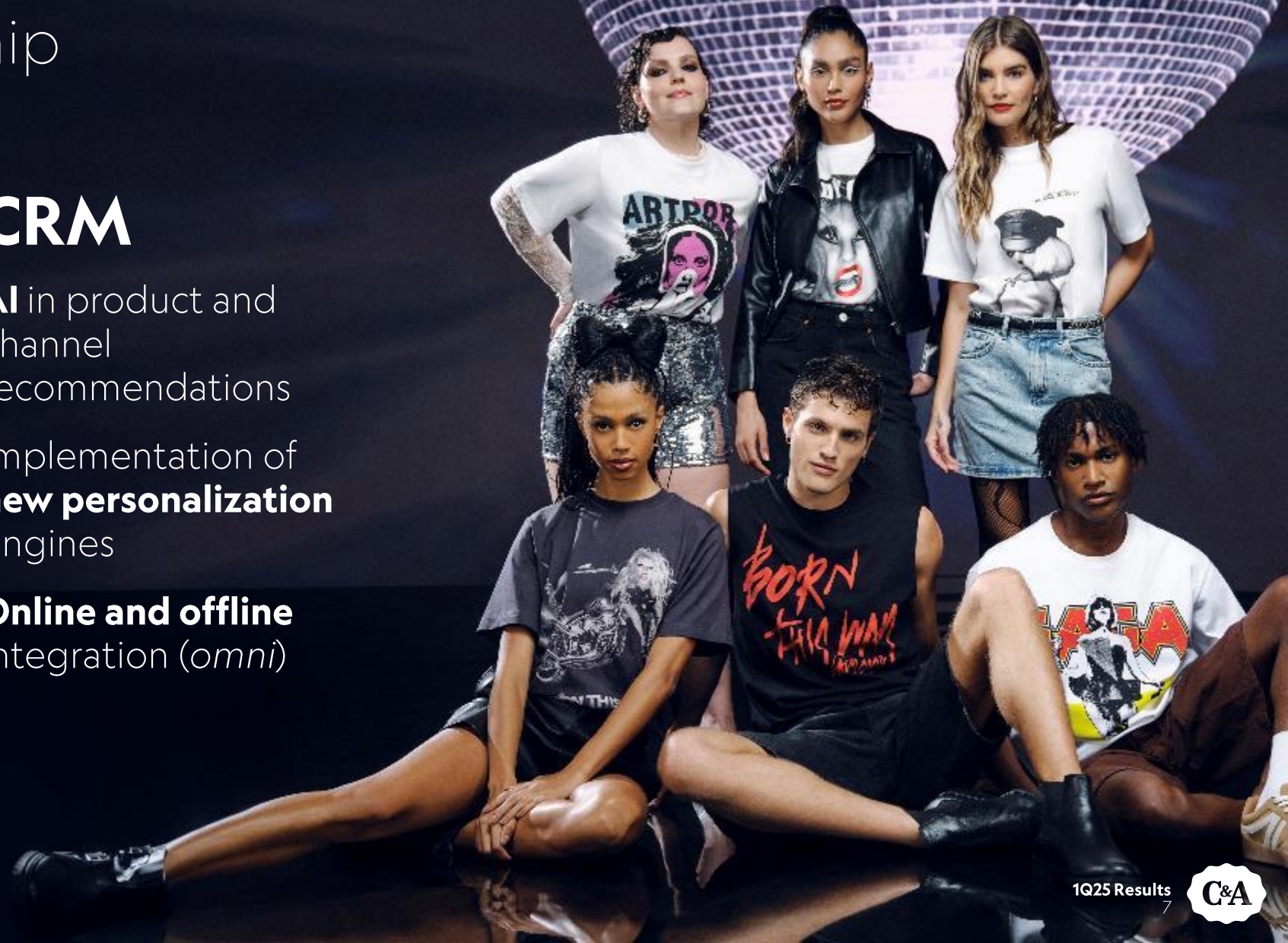


CRM

AI in product and
channel
recommendations

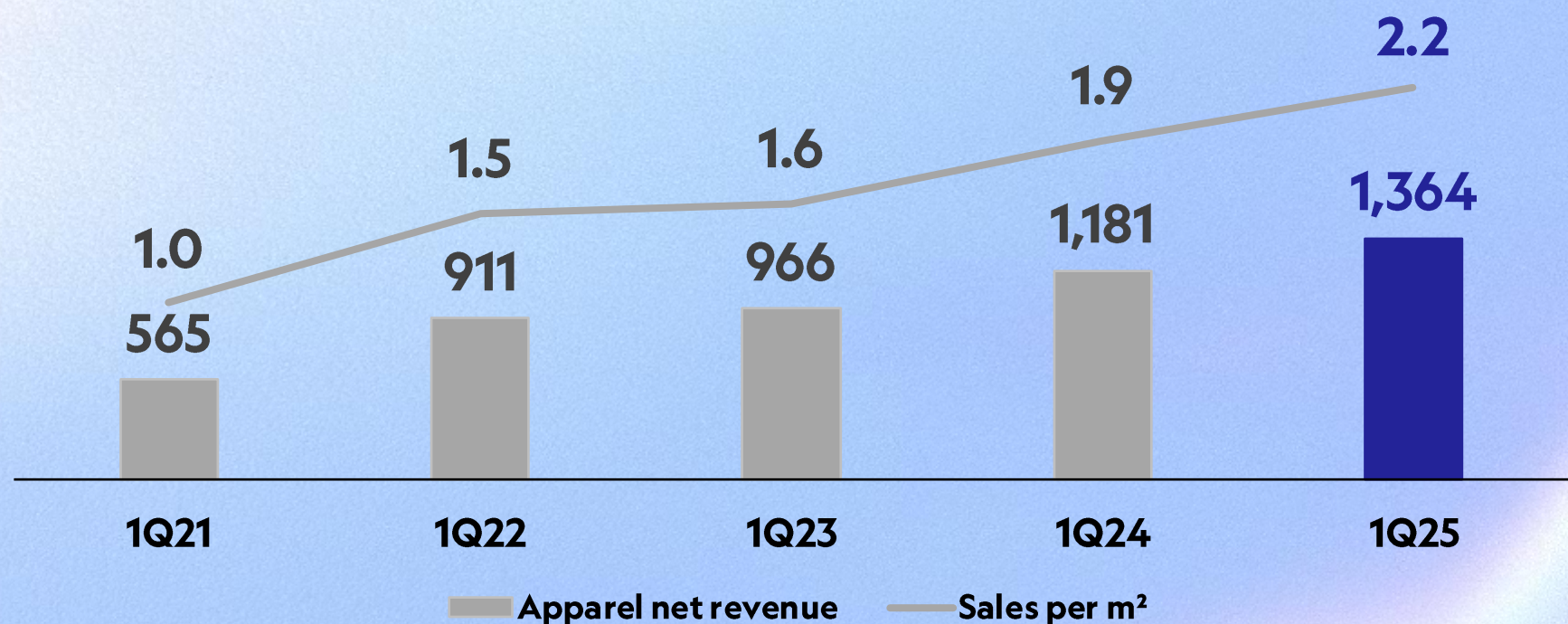
Implementation of
new personalization
engines

Online and offline
integration (omni)



Consistent growth in apparel

R\$ Million



CAGR Net revenue per m²

2 years (1Q23-1Q25): 19.1%

3 years (1Q22-1Q25): 13.7%

5 years (1Q20-1Q25): 11.3%

Attractive
commercial
proposal

Perceived value
of products



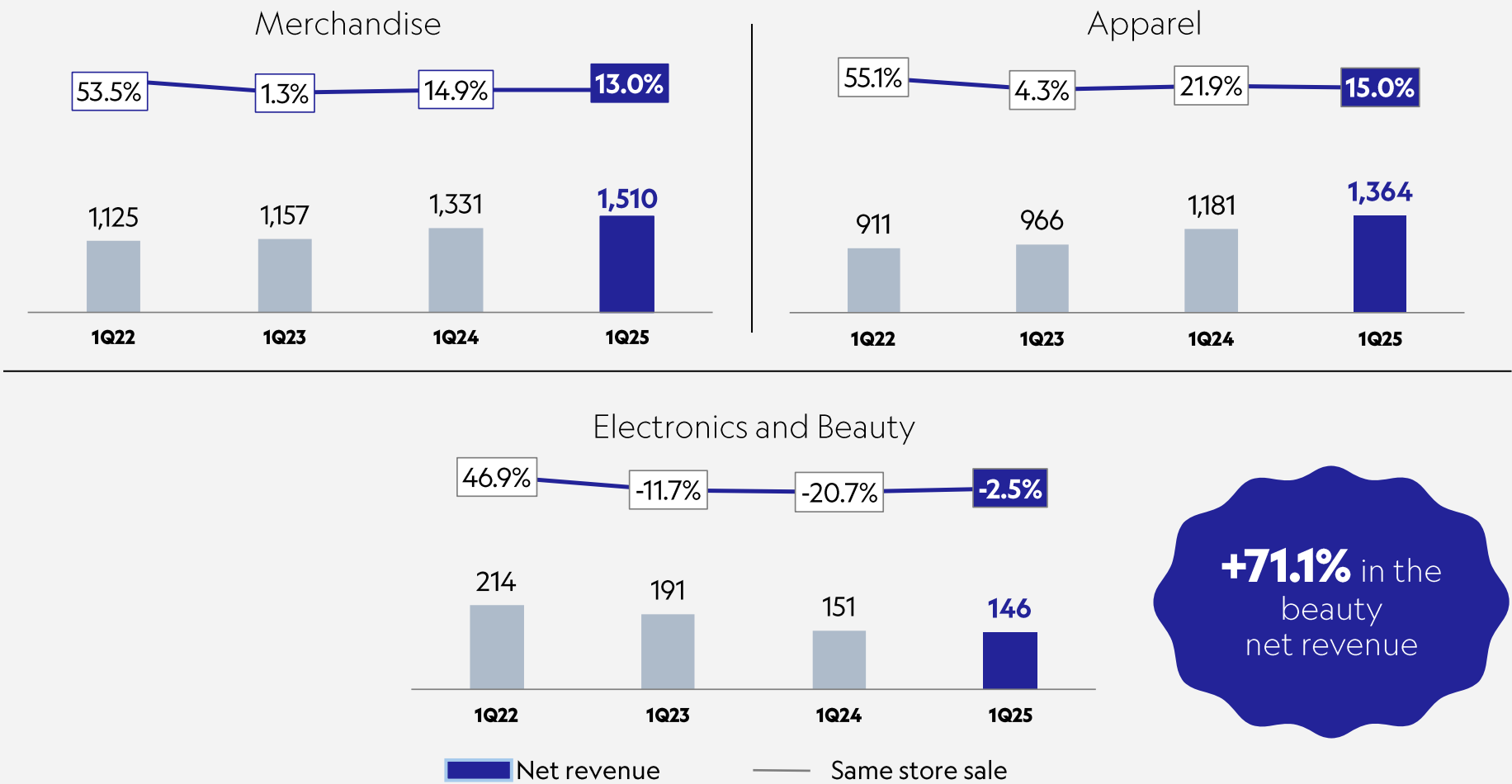
Financial Performance



Merchandise revenue

R\$ Million & %

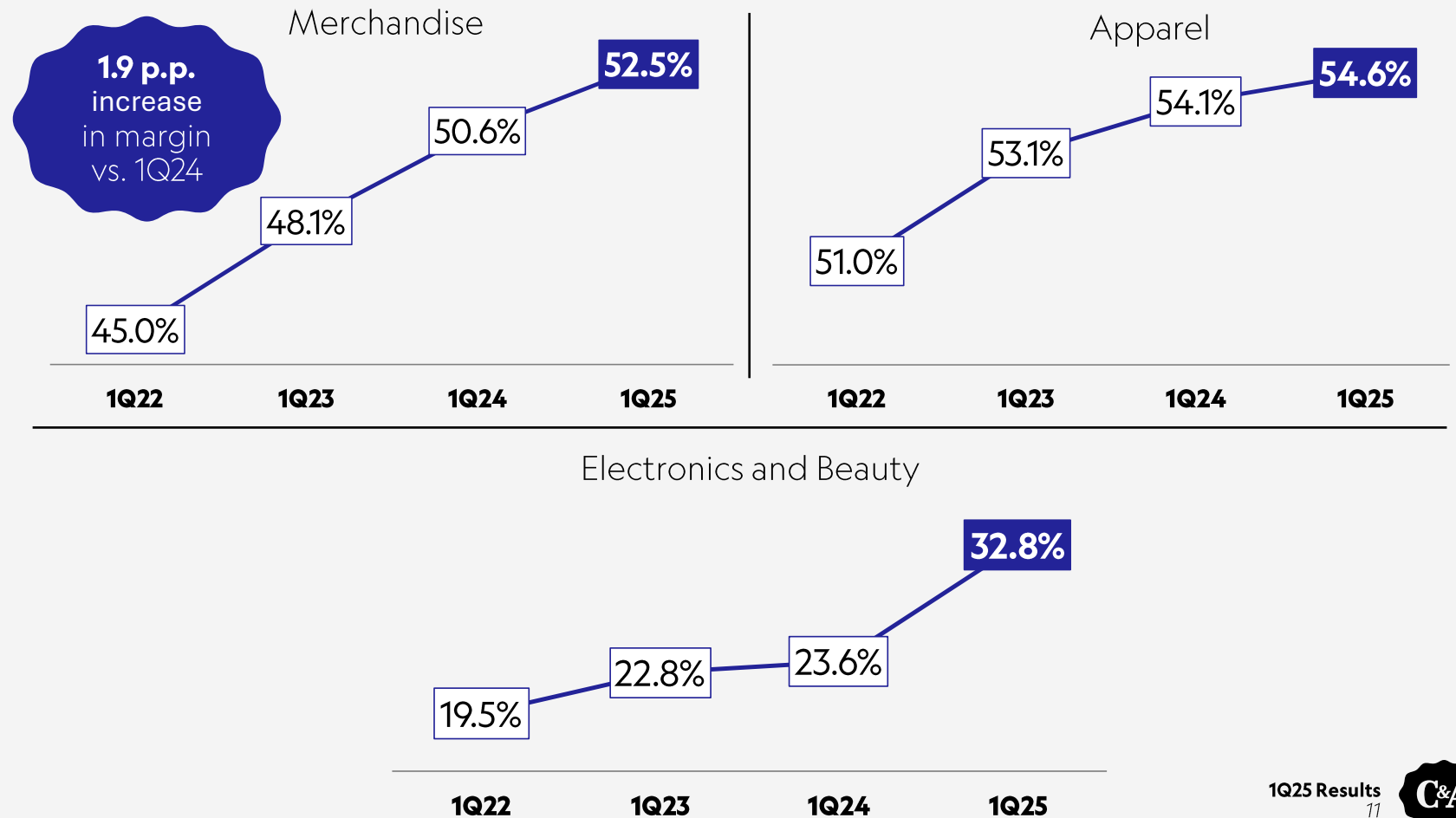
Highlight for summer products



Merchandise gross margin

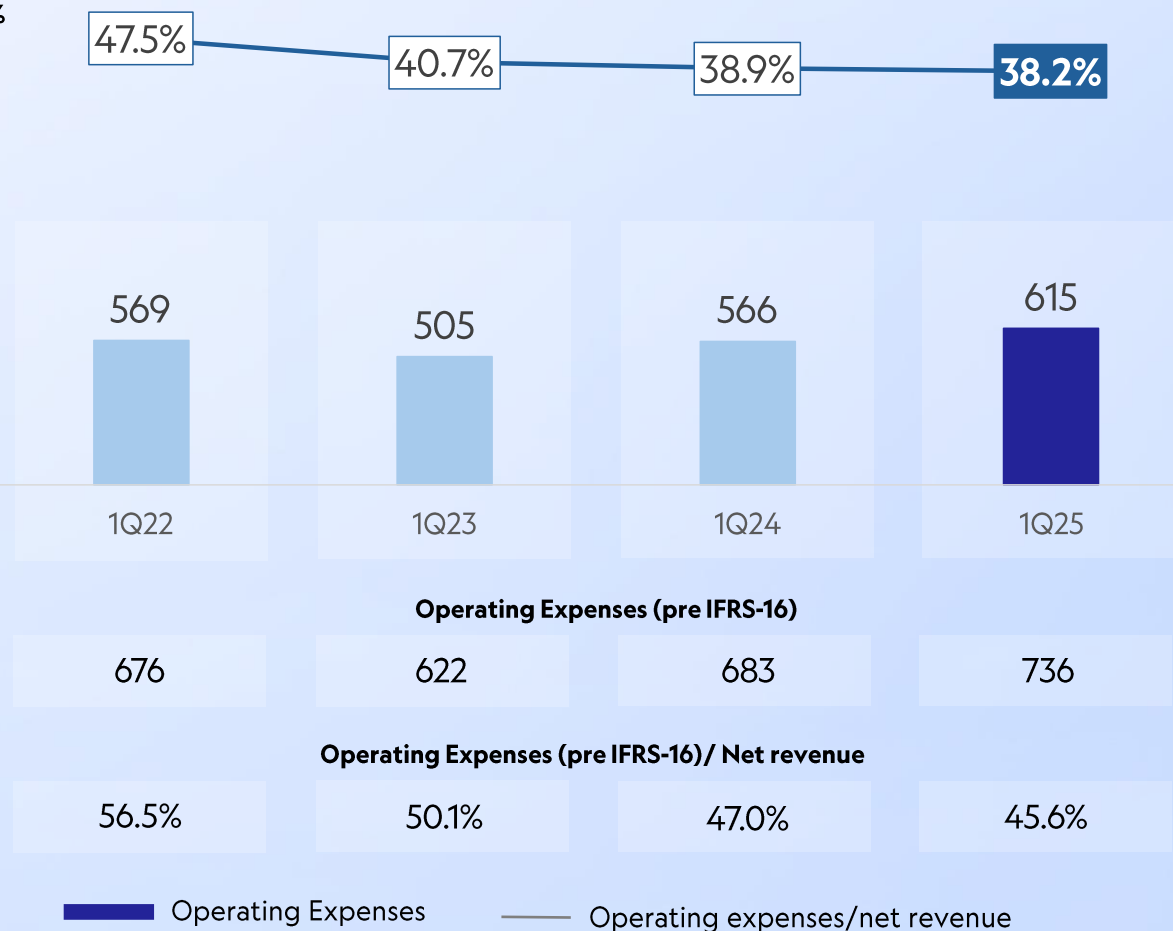
R\$ Million & %

Assertiveness in product development and dynamic pricing



Discipline in managing **operating expenses**¹

R\$ Million & %



(1) Expenses consider the impact of the payment of the lease, in accordance with accounting standard IFRS16, but disregard Depreciation and Amortization expenses and Depreciation of Right of Use (Lease), in addition to expenses with credit losses, net, and other (expenses) operating income.





R\$796.2 M

Portfolio up to 360 days at the end of 1Q25 (-3.8% vs. 1Q24)

24.2%

Penetration in **retail sales**, -0.7 pp vs. 1Q24

**Reduction of
1.4 p.p.**

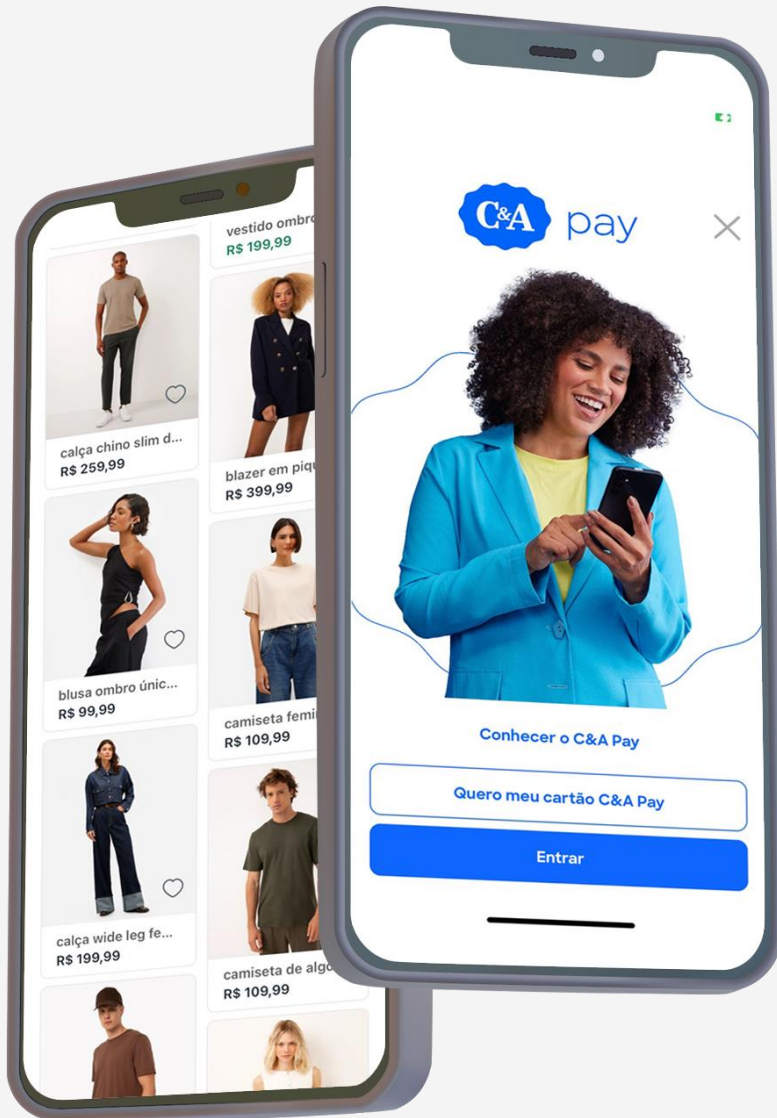
in **net losses/portfolio 360** of 1Q25 , vs. 1Q24, reaching 3.2%

**Reduction of
0.6 p.p.**

In the **NPL 90** vs. 1Q24, reaching **18.5%**

R\$19.4M

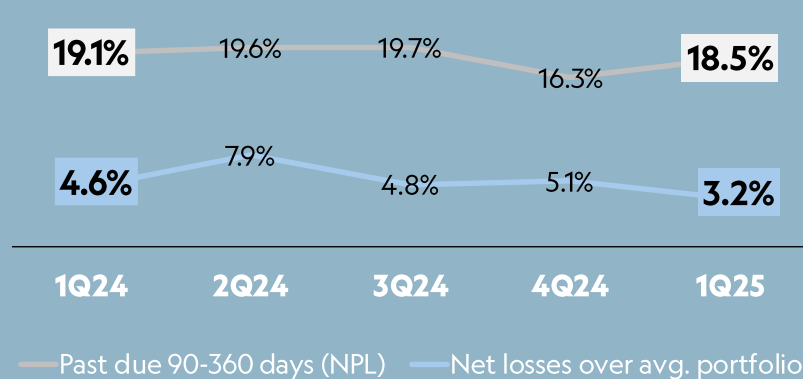
in **operating result**, 10.5% higher vs. 1Q24



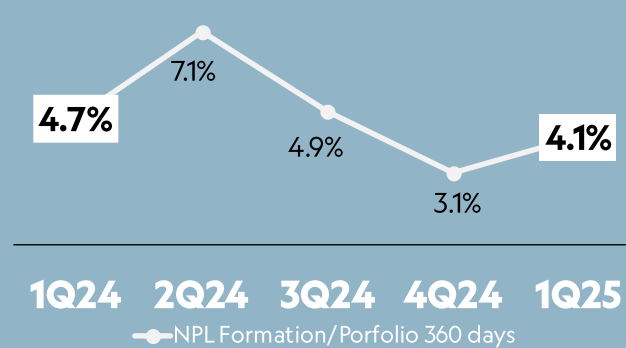
Improvement in delinquency indicators



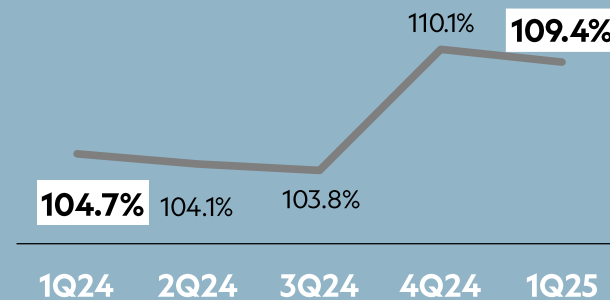
NPL 90 and net loss over avg. portfolio



NPL formation¹



Coverage² index over overdue portfolio 360 (>90 days)

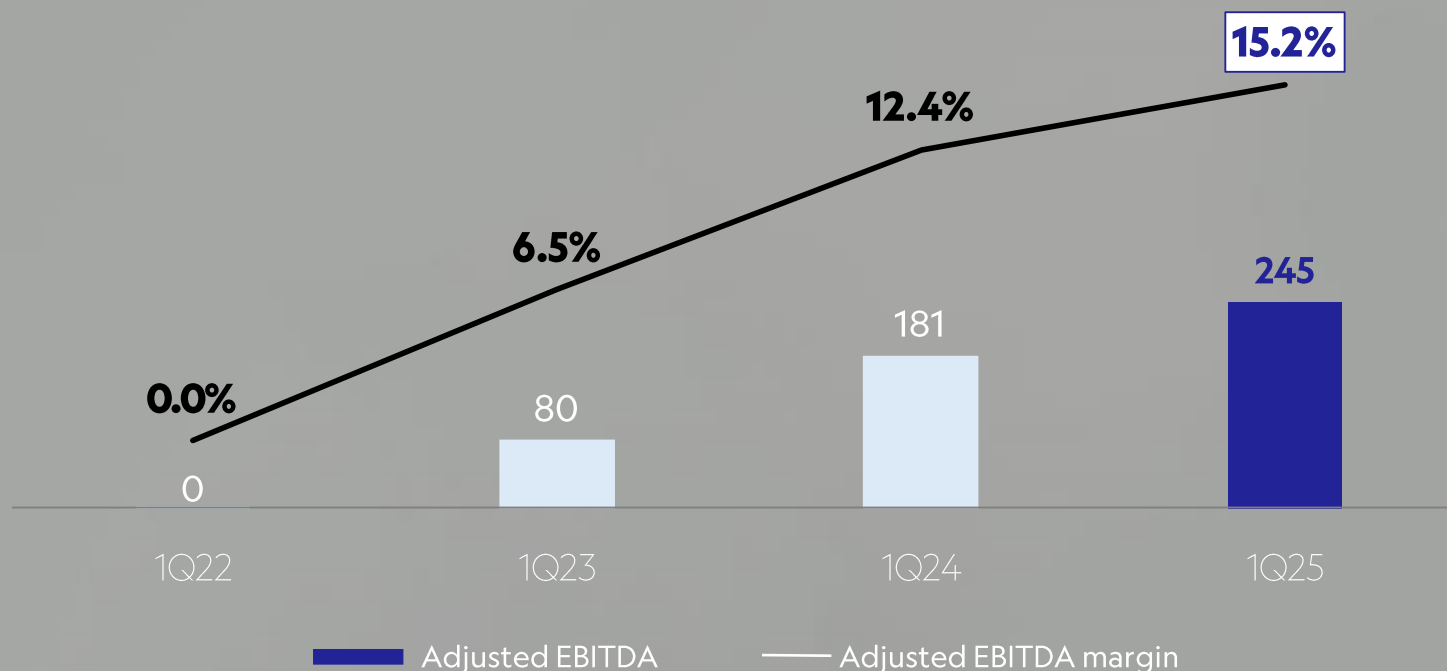


Note: 1) NPL Formation considers the variation in overdue amount between 90-360 days; 2) Coverage is calculated as the ration between the total estimated loss and the overdue portfolio (IFRS-9) of stage 3, over 90 days



Evolution of adjusted EBITDA¹ with **margin expansion**

R\$ Million & %



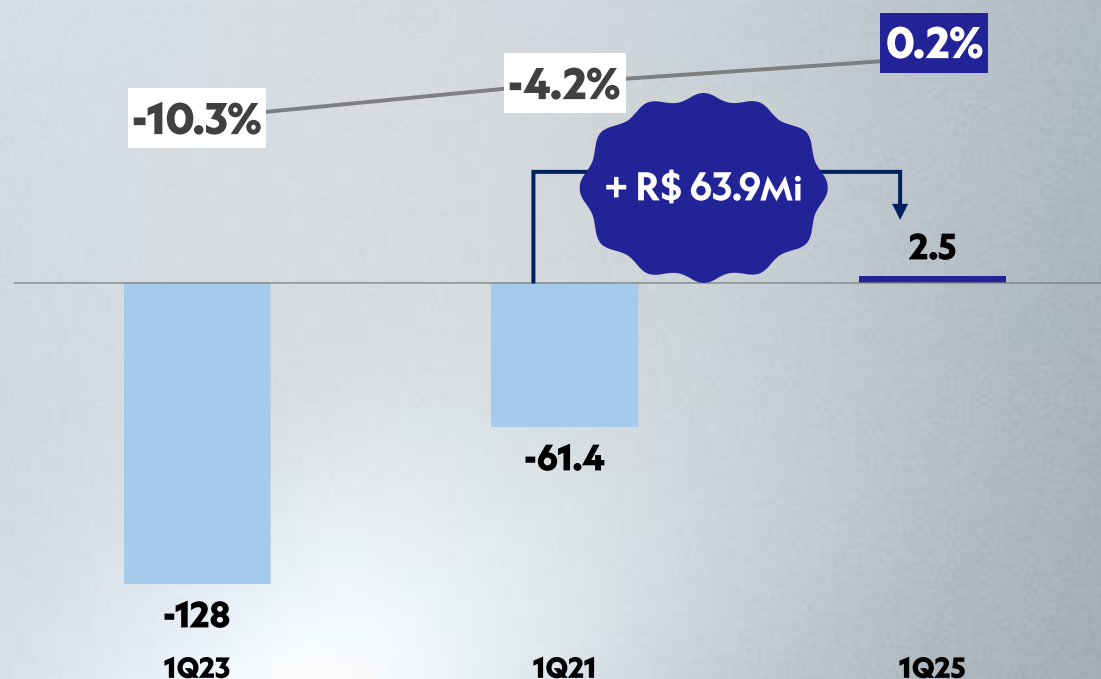
(1) The EBITDA considers the impact of lease payments, in accordance with accounting standard IFRS16, and is adjusted by: (i) other net operating revenue (expenses); (ii) financial income from suppliers; (iii) recovery of tax credits; and (iv) long-term incentives for employees.



Adjusted net income¹

Reversal of prior year's loss

R\$ Million & %



(1) Adjustments include: (i) Other net operating revenue (expenses), (ii) Supplier financial income, (iii) Recovery of tax credits and (iv) Social charges from long-term incentives paid to employees.



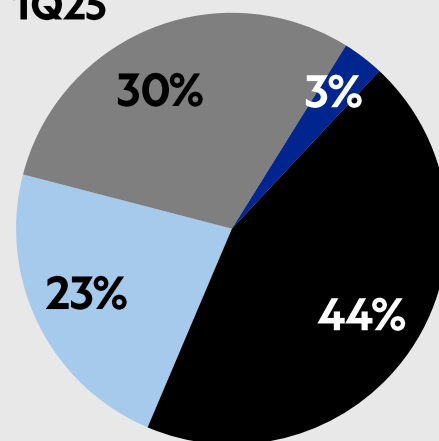


CAPEX

Focused on Energia C&A

Discipline in capital allocation

1Q25



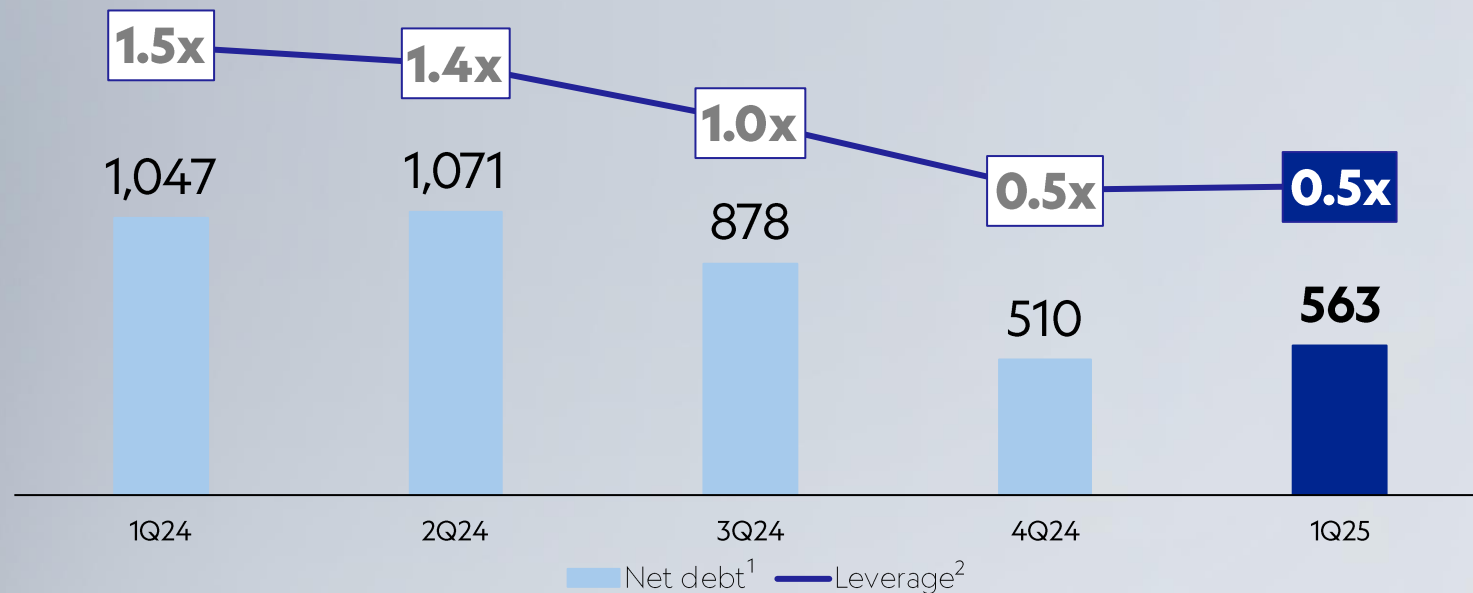
- New stores
- Revamps and remodeling
- Supply chain
- Digital and Technology

	1Q25	1Q24	Δ%
New stores	9.1	5.0	84.6%
Revamps	12.0	4.0	203.2%
Supply chain	1.3	0.0	-
Digital and Technology	17.9	24.8	-27.6%
Total	40.4	33.7	19.8%

Leverage reduction

Leverage reduction and strong free cash generation

R\$ Milhões



Note 1: total net debt, includes the commitment with Bradescard

Note 2: measured by the ratio of net debt to adjusted EBITDA (pre IFRS-16)

Advances in ESG and Recognitions

The logo for ISE B3, featuring the text "ISE B3" in a bold, dark blue, sans-serif font on a light yellow rectangular background.

ISE B3

Portfolio 2024-2025

Maintaining presence with advancement in ranking



CDP 2025

Score improvement to B-



Climate Change

Approval of the 2030 target





We met
at C&A

Questions & answers

To ask **live questions, raise your hand** and **wait to be called on**. When you hear your name, a prompt to turn on your microphone will appear on screen, please unmute to ask your questions. We recommend that all questions be asked at once.

Alternatively, you can **send your question directly through the Q&A icon** at the bottom of the screen.



Raise Hand



Q&A





Earnings Call

1Q25

Contact us:

Laurence Gomes | CFO and IRO

Rogério Ueno

Pedro Abe

Luanna Tomé

ri@cea.com.br

Disclaimer: The statements contained herein relating to business prospects, projections on operating and financial results and those relating to growth prospects of C&A Modas S.A. are merely forward-looking

statements and, as such, are based solely on the Board's expectations regarding the future of the business. These expectations depend substantially on market conditions, the performance of the Brazilian economy, the sector and international markets and, therefore, are subject to change without notice.