

Relatório de Resultados 4T20 e 2020

C&A



Teleconferência de Resultados:

- Português/Inglês
- Data: 19/03/2021
- Horários:
 - ✓ Brasília: 11:00 h
 - ✓ Nova York: 10:00h
 - ✓ Londres: 14:00 h
- Telefones:
 - ✓ Brasil: +55 11 3181-8565/4210-1803
 - ✓ Outros países: +1 844 204 8942
- Código: C&A
- Webcast: ri.cea.com.br

CEAB
B3 LISTED NM

SMLL B3

IGCT B3

IBRA B3

IGC-NM B3

ITAG B3

IGC B3

ICON B3

Barueri, 18 de março de 2021 – A C&A Modas S.A. (B3: CEAB3) uma das maiores varejistas de moda do Brasil, anuncia os resultados do quarto trimestre e ano de 2020 (4T20 e 2020). As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado o contrário, são apresentadas em base consolidada de acordo com a Legislação Societária. Os demonstrativos são apresentados em Reais e as taxas de crescimento, a menos que afirmado o contrário, referem-se ao mesmo período de 2019.

Destaques

- A operação de **e-commerce** e a evolução do **Galeria C&A**, nosso *marketplace*, mantiveram um crescimento relevante que resultou em um **GMV** (*Gross Merchandise Value*) total (1P+3P)* de **R\$ 205,6 milhões**; representando **crescimento de 278%** em relação ao 4T19; em 2020, nosso GMV foi de **R\$ 658,5 milhões**, crescimento de **290%**;
- Nossa **receita líquida online da C&A** no trimestre foi de **R\$ 157,3 milhões**, aumento de **279%** em relação ao ano anterior; em 2020 tal receita totalizou **R\$ 509,1 milhões**, um aumento de **297%**;
- O positivo início de trimestre foi impactado em dezembro pelo aumento nacional de casos de Covid-19 e de medidas de controle adotadas que impactaram principalmente o fluxo nas lojas, resultando em um **SSS** (Same Store Sales) ligeiramente inferior ao ano passado, uma **queda de 0,8 p.p.** No ano consolidado, o SSS caiu **23,6%**;
- Abertura de **6 novas lojas** no 4T20 e 10 no ano, retomando o plano de expansão;
- A margem bruta total teve uma **redução de 2,2 p.p.** no 4T20 ficando em **47,1%** e no ano, totalizou **46,4%** com os mesmos **2,2 p.p. de redução**;
- Nosso **aplicativo** foi o **mais baixado** na categoria vestuário no ano com **12,4 milhões de instalações** e finalizamos o ano com **3,4 milhões de usuários** ativos mensais.

* 1P – *first-party relationship* ou vendas diretas, 3P – *third-party relationship* ou vendas do *marketplace*

Principais Indicadores

	4T20	4T19	Δ	4T20 pro forma*	4T19 pro forma*	Δ pro forma*	2020	2019	Δ	2020 pro forma*	2019 pro forma*	Δ pro forma*
Receita Líquida Total (R\$MM)	1.747,0	1.742,4	0,3%	1.747,0	1.742,4	0,3%	4.085,5	5.285,2	-22,7%	4.085,5	5.285,2	-22,7%
Same Store Sales	-0,8%	1,0%	-1,8p.p.	-0,8%	1,0%	-1,8p.p.	-23,6%	1,8%	-25,4p.p.	-23,6%	1,8%	-25,4p.p.
Margem Bruta Total	47,1%	49,3%	-2,2p.p.	47,1%	49,3%	-2,2p.p.	46,4%	48,6%	-2,2p.p.	46,4%	48,6%	-2,2p.p.
Despesas e Receitas Operacionais (R\$MM)	(652,6)	(566,5)	15,2%	(672,4)	(601,8)	11,7%	(2.060,9)	(1.535,0)	34,3%	(2.139,2)	(2.230,9)	-4,1%
EBITDA da Operação de Varejo Ajustado (R\$MM)	255,4	382,4	-33,2%	162,7	297,7	-45,4%	329,6	876,1	-62,4%	(27,3)	553,5	-R\$580,9
EBITDA Ajustado (R\$MM)	257,0	373,3	-31,1%	164,3	288,6	-43,1%	298,4	883,4	-66,2%	(58,5)	560,8	(619,4)
Margem EBITDA Ajustada	14,7%	21,4%	-6,7p.p.	9,4%	16,6%	-7,2p.p.	7,3%	16,7%	-9,4p.p.	-1,4%	10,6%	-12,0p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido (R\$MM)	109,3	175,7	-37,8%	116,3	200,1	-41,9%	(166,3)	972,0	-R\$1.138,3	(131,0)	214,2	-R\$345,3
Margem Líquida	6,3%	10,1%	-3,8p.p.	6,7%	11,5%	-4,8p.p.	-4,1%	18,4%	-22,5p.p.	-3,2%	4,1%	-7,3p.p.
Investimentos	179,3	84,8	111,4%	179,3	84,8	111,4%	302,5	318,7	-5,1%	302,5	318,7	-5,1%

* **Pro forma:** Ajustes que desconsideram o impacto do IFRS16 e do registro do ganho de crédito fiscal referente à exclusão de ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS no 2019

Mensagem da Administração

O ano de 2020 com certeza será referenciado por muito tempo e por diversas razões. No caso da C&A Brasil, embora o ano tenha diferido algumas alavancas de geração de valor de nosso plano, ele permitiu mostrarmos mais uma vez nossa capacidade de reagir em situações de crise, como, por exemplo, a rápida adoção de novas capacidades de mercado (digital e omnicanalidade), além de uma boa gestão de despesas e foco no caixa. Adicionalmente, evidenciou o comprometimento com nossos colaboradores por meio de diferentes iniciativas, como complementar a remuneração dos que foram colocados em suspensão de contrato seguindo as Medidas Provisórias governamentais ou como os canais de assistência implantados para dar suporte e esclarecer dúvidas nos momentos de maior ansiedade. Mas seguramente para aqueles que fizeram parte da nossa jornada em 2020, o ano será lembrado pela superação, pela busca de nos transformarmos em uma empresa de moda digital com lojas físicas e calor humano – C&A Fashion Tech. Nossas lojas físicas, 295 no final de 2020, continuam sendo ponto fundamental da experiência de nossa cliente, mas temos a ambição de acompanhá-la na mudança de comportamento, mantendo nossa relevância e aprimorando nossa oferta.

Focando no quarto trimestre, como não poderia ser diferente, continuamos com vários desafios. Após um início de gradual melhoria em vendas com as reaberturas de lojas, aumento no horário de funcionamento e volta da operação dos provedores, em dezembro, mês mais relevante do ano em vendas, voltamos a enfrentar a pandemia, em uma segunda onda. Naquele momento, novos decretos governamentais impondo fechamento de lojas e restrições no horário de funcionamento foram emitidos. Tais medidas aliadas à maior insegurança de nossas clientes com relação à pandemia, impactaram de forma relevante o fluxo – principalmente em shoppings. A consequência em vendas mesmas lojas foi uma queda no trimestre de 0,8%.

Como destaque do trimestre, mais uma vez apresentamos um crescimento sólido de nossa operação online. Mesmo com a reabertura das lojas, a taxa de crescimento do nosso GMV (*Gross Merchandise Value*), incluindo a venda do Galeria C&A, nosso *marketplace* (1P+3P), foi de 278%, atingindo R\$ 205,6 milhões. Nossa receita líquida total no trimestre ficou 0,3% superior.

Nas alavancas do plano de crescimento, importantes avanços foram feitos no trimestre, fechando um ano que, apesar da pandemia, foi positivo na construção das bases para a C&A Fashion Tech. A partir deste trimestre, consolidamos o plano em 4 alavancas, combinando os

assuntos referentes à loja em uma alavanca apenas. A seguir apresentamos a evolução e perspectiva de cada uma:

❖ **Novas lojas e formatos:** no quarto trimestre retomamos o foco na expansão de lojas com a abertura de 6 novas unidades. Importante mencionar que no cenário atual identificamos oportunidades nesta alavanca que resultaram tanto em custos de ocupação relativamente menores, como na priorização de algumas lojas em função da disponibilidade de espaço em shoppings maduros e com muito potencial, como é o caso do shopping Rio Sul na cidade do Rio de Janeiro. No ano de 2021 seguiremos com aberturas de novas lojas distribuídas em todo o país e, na maior parte, em shoppings já operacionalmente maduros. As lojas passam a ser cada vez mais relevantes por integrarem as jornadas *on* e *off line* da cliente, e queremos propiciar uma experiência fácil, intuitiva e prazerosa. Além das lojas, continuamos testando novos formatos como as mini-stores abertas no quarto trimestre em locais de fluxo intenso (estações rodoviárias e de metrô).

❖ **Modernização da Cadeia de Suprimentos:** o ano apresentou avanços importantes na alavanca de modernização da cadeia de suprimentos em suas três frentes de atuação: i) malha e distribuição, ii) operação omnicanal e iii) tecnologia.

Na frente de malha e distribuição, evoluímos no trimestre com a operação do centro de distribuição em Santa Catarina e continuamos realizando estudos para novas frentes de otimização. No ano, o desenvolvimento da malha logística, principalmente com o início operacional da unidade acima mencionada no Sul, com reforços em estrutura e revisão de processos e a consolidação da operação do *sorter* - equipamento para separação de produtos individualizados, resultaram em ganhos tanto na redução de lead time e custos, como no aumento de vendas e melhoria da eficiência de estoque. Para o ano de 2021, iniciaremos a operação do segundo *sorter* já no primeiro semestre e adicionalmente realizamos a compra de um terceiro *sorter* para início de operação no segundo semestre. Com os três *sorters* operacionais até o fim de 2021, estaremos fazendo a distribuição por *skus* (*stock keeping units*), ou seja, por produto e não mais por pacote, da maior parte de nosso estoque, passo importante na alavanca de modernização do *supply* buscando o modelo de operação *push and pull*.

Na frente de operação omnicanal, após adotarmos uma nova matriz de transportes, reduzindo de forma relevante nossa exposição aos correios no terceiro trimestre de 2020, conseguimos verificar o impacto da estabilização do novo modelo no nível de serviço para

nossa cliente - após triplicarmos o % de entregas em dois dias desde o início da pandemia, atualmente temos várias praças nas quais já estamos operando com mais de 50% dos pedidos nesta modalidade. A implantação do projeto de lojas hub para operação do *Ship From Store* também evoluiu e fechamos o ano com 14 lojas em operação. O impacto na capacidade de processamento destas lojas é relevante e, em alguns casos, pode chegar a 1.000 pedidos por dia. O plano para 2021 nesta frente, além de evoluir ainda mais no aperfeiçoamento da nova matriz de transporte e na implantação de mais lojas hub, é automatizar centros de distribuição, com foco naquele dedicado às vendas online, instalando uma solução robotizada com capacidade de expedição de 50 mil peças por dia. A expectativa é ganhar eficiência na separação dos pedidos e na melhoria dos processos, reduzindo possíveis erros.

E finalmente, a frente de tecnologia composta por seus diferentes projetos. A fase piloto da implantação do RFID (etiqueta de identificação por radiofrequência) foi finalizada no trimestre com o sortimento completo de 9 lojas e com a categoria Mindse7 em todas as lojas nas quais está presente. Adicionalmente, o piloto passou a incluir fornecedores no processo. Com os resultados obtidos no piloto de maior acuracidade nos estoques - equiparando a níveis *benchmark* nesse escopo, e o aumento de vendas omnicanal pela capacidade de venda até a última peça, para 2021 vamos evoluir adotando para parte relevante do sortimento. No projeto de substituição do sistema legado WMS (*warehouse management system* - sistema de gestão do centro de distribuição), após escolhermos o fornecedor global líder de mercado no terceiro trimestre, foi contratada consultoria especializada para suportar o projeto e avançamos com o desenho técnico para garantir a migração em 2021.

- ❖ **Transformação Digital:** com certeza pode-se afirmar que, no ano de 2020, esta alavanca foi o grande destaque. Além de operacionalizarmos de forma abrangente diferentes iniciativas de omnicanalidade como o clique e retire - também na funcionalidade drive thru, o ship from store, e o corredor infinito oferecendo diferentes alternativas para a cliente e oferecendo o maior sortimento, iniciamos os projetos de *social selling*. Em específico a venda por WhatsApp e o Minha C&A (no qual consultoras digitais têm suas lojas otimizadas no site e App da C&A) tiveram evolução relevante no 4T20 com forte adoção e engajamento pela cliente. Atualmente todas as lojas do país já possuem associados dedicados à venda por WhatsApp e, apenas em dezembro, foram realizados 615 mil atendimentos.

Por fim a iniciativa Galeria C&A. No final de 2020, nosso *marketplace* contava com 229 *sellers* ativos, que complementam a oferta de produtos para cliente. Com taxa de crescimento de vendas forte, no quarto trimestre reforçamos os times de *hunting* e *farming* do Galeria C&A e passamos a usar ferramentas para ganho de produtividade no *onboarding* e interface com *sellers*. Finalmente, o esforço para sermos uma plataforma completa de auto expressão em moda foi reconhecido pela cliente no canal digital e fechamos o ano com mais de 3,4 milhões de usuários ativos mensais (MAUs).

- ❖ **Oferta de crédito:** nesta alavanca, seguimos buscando formas de melhorar a oferta de produtos financeiros, hoje oferecidos por intermédio de parceria com a Bradescard. Para atingirmos este objetivo, no quarto trimestre foi mantida uma agenda de negociação intensa com o parceiro para identificar novos formatos, condições e produtos, que nos permitam aumentar a oferta de crédito para nossa cliente - entendendo a relevância deste assunto principalmente no cenário atual. Em paralelo, soluções digitais estão sendo desenvolvidas para facilitar e aprimorar a experiência da cliente, como informações online da fatura, limites, prazos e código de pagamento.

Em governança corporativa também realizamos importantes evoluções. Em nosso primeiro ano como Companhia aberta, tanto o Conselho de Administração como o Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos participaram ativamente do direcionamento estratégico da C&A. Também foram criados Comitês adicionais: de Aceleração Digital, e mais recentemente, de Recursos Humanos, focando em temas relevantes para nosso momento atual. Além disso, em outubro de 2020, entre os novos membros eleitos, passamos a ter nossa primeira conselheira.

Motivo de orgulho para nós são os reconhecimentos recebidos por diferentes *stakeholders* - sabemos que ainda temos muito a evoluir, mas eles nos encorajam de que estamos na direção correta. Alguns destes reconhecimentos foram: estar novamente no ranking das Melhores Empresas para Trabalhar no Varejo do Great Place to Work 2020 (GPTW); ficar no top 3 pelo Júri Academia no prêmio iBest como eCommerce de Moda; obter a melhor avaliação no Índice de Transparência da Moda Brasil 2020 pelo Fashion Revolution e finalmente ficar entre as 3 marcas mais associadas a diversidade no Brasil em pesquisa do Grupo Croma.

As perspectivas para 2021 ainda compreendem incertezas decorrentes não apenas da evolução da pandemia, mas também do cenário macroeconômico e consequente poder de compra da população de forma geral. Apesar deste panorama, estamos otimistas - acreditamos em nossa agenda de crescimento e geração de valor no longo prazo e

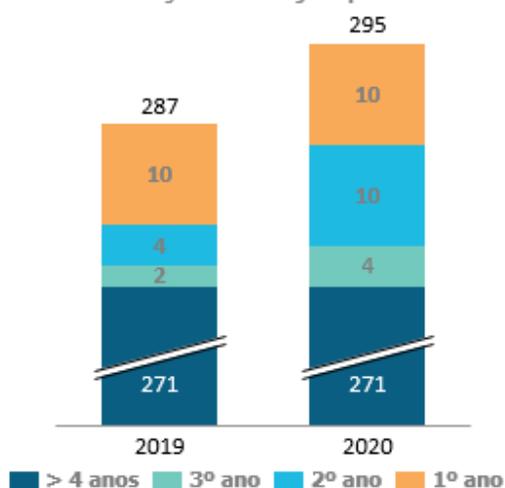
aprendemos lições em 2020 que serão aplicadas para mitigar os desafios de 2021. A liderança da Companhia, que vêm sendo reforçada, está motivada e com os recursos necessários para realizar as entregas das diferentes alavancas de crescimento, proporcionando oportunidades profissionais para todos.

A Administração C&A Modas S.A.

Indicadores Operacionais

	4T20	4T19	△	2020	2019	△
Lojas	295	287	8	295	287	8
Novas	6	4	2	10	10	0
Fechadas	0	0	0	2	2	0
Reformadas	0	1	-1	30	74	-44
Área de Vendas (mil m²)	559	544	15	559	544	15

Distribuição de Lojas por Idade



O quarto trimestre de 2020 foi intenso na abertura de novas unidades: um total de 6 lojas das 10 abertas no ano de 2020. Abaixo segue a lista com localidades e tamanho

Data	Localidade	Tamanho
06/10/2020	Shopping Center Lapa - Salvador/BA	1.313
10/10/2020	Águas Claras Shopping - Brasília/DF	1.762
05/11/2020	Partage Shopping Rio Grande - Rio Grande /RS	1.694
12/11/2020	Nações Shopping - Criciúma/SC	1.319
17/11/2020	Partage Shopping Mossoró - Mossoró/RN	1.783
19/11/2020	Shopping Anália Franco - São Paulo/SP	1.417

Desta forma, chegamos a um total de 295 lojas em todo país das quais 271 já estão em operação há mais de 4 anos.

Comentários sobre o Desempenho Financeiro

Comentário

Para refletir melhor a natureza do nosso negócio e sua realidade econômica, alguns números deste relatório são apresentados pro forma, sendo feitos os ajustes que desconsideram: 1) o impacto do IFRS16 e 2) o registro do ganho de crédito fiscal referente à exclusão de ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS ocorrida em 2019. A tabela abaixo consolida as diferentes linhas e os respectivos montantes que são ajustados para apresentar o resultado pro forma ao longo do documento.

R\$ milhões	4T20	4T19	2020	2019
Balço Patrimonial				
Direito de uso - arrendamento mercantil (Ativo)	1.514,4	1.507,8	1.514,4	1.507,8
Arrendamento mercantil (Passivo)	1.654,8	1.587,7	1.654,8	1.587,7
Resultado				
Ocupação (Despesa Operacional)	(92,7)	(84,7)	(356,9)	(322,6)
Depreciação direito de uso (Despesa Operacional)	73,0	49,0	278,6	268,8
Receita com juros e atualização monetária de crédito tributário (Resultado Financeiro)	0,0	(10,0)	0,0	(589,7)
Juros sobre arrendamento (Resultado Financeiro)	30,4	82,4	131,8	137,5
Recuperação de créditos tributários (Outras receitas (despesas) operacionais)	0,0	(0,3)	0,0	(642,0)
Lucro líquido	7,0	30,8	35,3	55,2

Receita Líquida

R\$ milhões	4T20	4T19	△	2020	2019	△
Receita Líquida Total	1.747,0	1.742,4	0,3%	4.085,5	5.285,2	-22,7%
<i>Vestuário</i>	1.392,4	1.426,4	-2,4%	3.121,1	4.126,0	-24,4%
<i>Fashiontronics</i>	301,2	265,8	13,3%	801,8	925,9	-13,4%
Serviços Financeiros - parceria Bradescard	49,1	47,6	3,1%	149,3	216,4	-31,0%
Outras Receitas	4,3	2,7	57,8%	13,3	16,9	-21,2%
Same Store Sales^(*)	-0,8%	1,0%	-1,8p.p.	-23,6%	1,8%	-25,4p.p.
<i>Vestuário</i>	-3,3%	2,2%	-5,5p.p.	-25,7%	2,2%	-27,9p.p.
<i>Fashiontronics</i>	12,4%	-4,7%	17,1p.p.	-14,4%	-0,2%	-14,2p.p.

(*) SSS: 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, Ship from Store e Clique e Retire).

No 4T20, a receita líquida totalizou R\$ 1.747,0 milhões, montante 0,3% superior ao 4T19. No ano consolidado, como resultante dos impactos da pandemia, a receita líquida foi 22,7% inferior a 2019, totalizando R\$ 4.085,5 milhões.

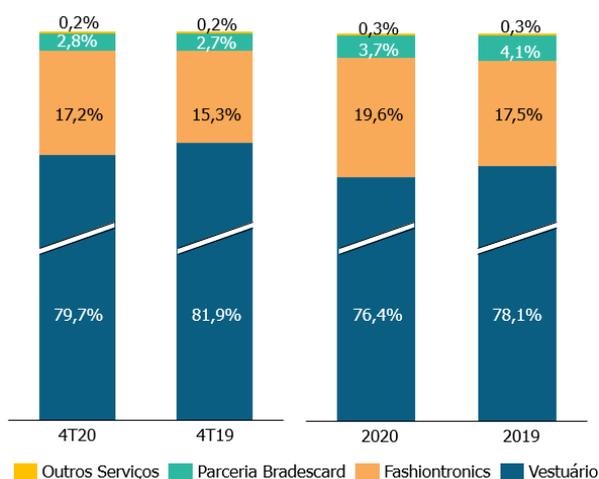
A receita do vestuário apresentou queda de 2,4% enquanto a do *Fashiontronics* aumentou 13,3%. Observando o conceito de vendas de mercadorias nas mesmas lojas (*Same Store Sales*), o indicador ficou 0,8% inferior ao 4T19. No negócio de Vestuário, o indicador ficou 3,3% menor e no de *Fashiontronics* 12,4% maior.

Durante o quarto trimestre, observamos uma recuperação gradual e consistente das vendas, principalmente nas lojas físicas, até o final do mês de novembro. Contudo, com o aumento do número de casos de Covid-19 em diferentes localidades e, por consequência, a imposição de novas restrições operacionais, o mês de dezembro – muito relevante para o comércio varejista de moda, foi negativamente impactado. Como resultado, o trimestre ficou estável em relação ao ano passado após dois meses iniciais de boas vendas.

A receita líquida de Serviços Financeiros, resultante da parceria com Bradescard, foi de R\$ 49,1 milhões, apresentando um aumento de 3,1%. Este aumento foi em decorrência da reversão de provisões anteriormente reconhecidas.

A linha de outras receitas apresentou um aumento de 57,8% no 4T20, ficando em R\$ 4,3 milhões. O crescimento é decorrente principalmente da receita de frete dos pedidos entregues para as clientes, do aumento na receita de comissão dos *sellers* do Galeria C&A e da comissão de operadoras de celular.

Receita Líquida por Negócio



No quarto trimestre, observamos que a categoria *Fashiontronics* encontra-se acima da participação histórica. Importante lembrar que houve uma demanda muito alta por celulares e acessórios no pico da pandemia, por volta do 2T20. Desde então a situação está se normalizando. A participação mais elevada no trimestre deve-se ao fato de estarmos expandindo a venda de cosméticos e perfumaria – que na Black Friday apresentou forte desempenho. Tais vendas são registradas em *Fashiontronics*.

Lucro e Margem Bruta

R\$ milhões exceto margens	4T20	4T19	Δ	2020	2019	Δ
Lucro Bruto Total	822,0	858,7	-4,3%	1.896,6	2.568,1	-26,1%
<i>Vestuário</i>	726,4	764,1	-4,9%	1.602,1	2.154,4	-25,6%
<i>Fashiontronics</i>	62,9	63,5	-1,0%	180,1	225,2	-20,0%
Lucro Bruto de Mercadorias	789,3	827,6	-4,6%	1.782,2	2.379,6	-25,1%
Lucro Bruto Serviços Financeiros - parceria Bradescard	48,9	47,3	3,3%	148,2	215,1	-31,1%
Lucro Bruto Outras	(16,1)	(16,2)	-0,7%	(33,8)	(26,6)	27,1%
Margem Bruta Total	47,1%	49,3%	-2,2p.p.	46,4%	48,6%	-2,2p.p.
Margem Bruta Vestuário	52,2%	53,6%	-1,4p.p.	51,3%	52,2%	-0,9p.p.
Margem Bruta <i>Fashiontronics</i>	20,9%	23,9%	-3,0p.p.	22,5%	24,3%	-1,8p.p.
Margem Bruta de Mercadorias	46,6%	48,9%	-2,3p.p.	45,4%	47,1%	-1,7p.p.

No quarto trimestre, o lucro bruto acumulou R\$ 822,0 milhões, montante 4,3% inferior ao do 4T19. A margem bruta total de 47,1% foi 2,2 p.p. menor principalmente pela mudança de *mix*: aumento de online e *Fashiontronics*, e pela queda da margem bruta em *Fashiontronics*. A margem bruta de mercadorias apresentou uma redução similar à total no 4T20 e no ano de 2020 ficou apenas 1,7 p.p. inferior a 2019. A performance diferenciada da margem em um ano tão adverso em vendas foi consequência de uma gestão de estoques rigorosa – fechando o ano apenas 18% acima de 2019, e do lançamento de produtos relevantes para a cliente mesmo durante o pico da pandemia.

A margem bruta de 52,2% de vestuário reduziu 1,4 p.p. em relação ao quarto trimestre de 2019 em função de ações promocionais específicas em dezembro para combater vendas fracas.

A margem de *Fashiontronics*, de 20,9%, reduziu 3,0 p.p. em relação ao 4T19, como decorrência principalmente de no 4T19 termos feito vendas expressivas de *Kindles*, que possuem margem superior à nossa oferta tradicional no *Fashiontronics*. Neste trimestre, não disponibilizamos este produto para comercialização por falta de acordo com fabricante. Parte deste efeito foi mitigado em função da participação maior de produtos de beleza no *mix* de *Fashiontronics*.

O lucro bruto de serviços financeiros aumentou 3,3%, alinhado ao comportamento de aumento da receita.

O resultado do lucro bruto na linha de outras foi negativo em R\$ 16,1 milhões, em linha com o 4T19.

Despesas e Receitas Operacionais Pro forma

R\$ milhões	4T20	4T19	△	4T20 pro forma	4T19 pro forma	△ pro forma	2020	2019	△	2020 pro forma	2019 pro forma	△ pro forma
Despesas e Receitas Operacionais	(652,6)	(566,5)	15,2%	(672,4)	(601,8)	11,7%	(2.060,9)	(1.535,0)	34,3%	(2.139,2)	(2.230,9)	-4,1%
Vendas	(549,1)	(483,1)	13,7%	(567,5)	(515,8)	10,0%	(1.648,4)	(1.755,3)	-6,1%	(1.720,9)	(1.803,9)	-4,6%
Gerais e Administrativas	(156,9)	(134,0)	17,1%	(158,3)	(136,9)	15,6%	(491,7)	(498,0)	-1,3%	(497,6)	(503,3)	-1,1%
Total Despesas c/Vendas, G&A	(706,0)	(617,0)	14,4%	(725,8)	(652,7)	11,2%	(2.140,1)	(2.253,4)	-5,0%	(2.218,5)	(2.307,2)	-3,8%
Total Despesas c/Vendas, G&A/Receita Líquida Total	40,4%	35,4%	5,0p.p.	41,5%	37,5%	4,0p.p.	52,4%	42,6%	9,8p.p.	54,3%	43,7%	10,6p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais*	53,3	50,6	5,4%	53,3	50,9	4,8%	79,3	718,3	-89,0%	79,3	76,3	3,9%
Despesas e Receitas Operacionais Líquida Total	37,4%	32,5%	4,9p.p.	38,5%	34,5%	4,0p.p.	50,4%	29,0%	21,4p.p.	52,4%	42,2%	10,2p.p.

*Com o objetivo de facilitar a comparabilidade dos números em relação ao ano de 2019, a Companhia revisou sua política para a linha de Outras (despesas) e receitas operacionais, passando a considerar os resultados com reversões e provisões tributárias nessa linha. As alterações não impactaram no lucro.

No quarto trimestre, as despesas operacionais pro forma somaram R\$ 672,4 milhões, montante 11,7% maior que o valor do 4T19. Ao excluirmos a depreciação e amortização da comparação nos dois trimestres, o aumento foi de 12,7%. A variação no ano foi uma redução de 4,1%, em função principalmente das negociações no custo de ocupação com locadores e na adoção de suspensão de contratos de trabalho permitida pelas Medidas Provisórias decretadas pelo governo federal que findaram em dezembro de 2020.

As despesas de vendas pro forma foram R\$ 567,5 milhões, um aumento de 10,0%, ou R\$ 51,7 milhões. O aumento observado é consequência do crescimento e investimento em nossa operação online. O aumento das vendas impacta diretamente despesas com frete e continuamos investindo em marketing digital.

As despesas gerais e administrativas pro forma ficaram 15,6% maior, somando R\$ 158,3 milhões. A justificativa para tal variação foi o aumento em serviços de terceiros, principalmente atendimento, em função do aumento da operação de vendas online.

A linha de Outras Despesas e Receitas Operacionais pro forma foi uma receita de R\$ 53,3 milhões, 4,8% maior do que no 4T19. Apesar da pouca variação, houve impactos não recorrentes nos dois trimestres - no 4T19, foi feita a reversão de provisão para contingências tributárias no valor de R\$ 55,0 milhões. No 4T20, tivemos a recuperação de créditos tributários relacionados ao ganho de causa em ação de PIS / COFINS nas operações internas da Zona Franca de Manaus no valor de R\$ 94,9 milhões. Adicionalmente, para garantir as entregas das

alavancas de crescimento em 2021, no quarto trimestre investimos na contratação de diferentes consultorias que impactaram tal linha.

Serviços Financeiros

R\$ milhões	4T20	4T19	Δ	2020	2019	Δ
Receita Líquida da Parceria c/ Bradescard	49,1	47,6	3,2%	149,2	216,4	-31,0%
Lucro Bruto de Serviços Financeiros	48,9	47,3	3,3%	148,2	215,1	-31,1%
(-) Despesas de Serviços Financeiros - Vendas	(47,3)	(56,4)	-16,1%	(179,4)	(207,8)	-13,7%
(=) Resultado de Serviços Financeiros	1,6	(9,1)	R\$10,7	(31,2)	7,3	-R\$38,5
	4T20	4T19	Δ	2020	2019	Δ
Média Líquida de Contas a Receber (bilhões)	2,8	3,1	-9,7%	3,1	2,9	6,9%
% da Venda	13,6%	18,0%	-4,4p.p.	15,7%	21,1%	-5,4p.p.
Número de cartões novos (mil)	179,6	294,1	-38,9%	516,1	783,5	-34,1%
Número de cartões ativos (milhões)	2,7	5,3	-49,1%	4,0	5,4	-25,9%
Inadimplência* (%)	3,8%	9,8%	-6,0p.p.	11,1%	9,0%	2,1p.p.

* Perdas Líquidas das Recuperações/carteira

Por meio da parceria com o Banco Bradescard a C&A oferece diversos produtos e serviços financeiros aos seus clientes, tais como a emissão e administração do Cartão C&A, empréstimos pessoais e seguros.

No quarto trimestre de 2020 a receita proveniente desta parceria foi R\$ 49,1 milhões apresentando aumento de 3,2%. Tal desempenho foi em decorrência da reversão de provisões realizadas em trimestres anteriores. A participação da parceria nas vendas totais da C&A caiu para 13,6%, ficando 4.4 p.p. abaixo do mesmo período do ano passado. A modalidade que maior apresentou crescimento foi o pagamento à vista, com crescimento de 3 p.p..

Modalidades de Pagamento	4T20	4T19	Δ	2020	2019	Δ
À vista	41,4%	38,2%	3p.p.	38,2%	33,8%	4p.p.
Cartões parceria Bradescard	13,6%	18,0%	-4p.p.	15,7%	21,1%	-5p.p.
Até 5 parcelas	7,8%	10,8%	-3p.p.	8,3%	11,8%	-3p.p.
Acima de 5 parcelas	2,3%	2,3%	-0p.p.	3,6%	3,2%	0p.p.
Outros	3,5%	4,8%	-1p.p.	3,8%	6,1%	-2p.p.
Cartões Terceiros	45,0%	43,9%	1p.p.	46,1%	45,2%	1p.p.
Até 3 parcelas	27,5%	30,3%	-3p.p.	24,0%	28,9%	-5p.p.
Acima de 3 parcelas	9,9%	6,4%	4p.p.	14,3%	9,0%	5p.p.
Outros	7,7%	7,1%	1p.p.	7,8%	6,8%	1p.p.

O conceito que usamos no cálculo da inadimplência é a divisão das perdas líquidas de recuperações anualizadas pela média líquida do contas a receber do trimestre. No trimestre, a inadimplência atingiu 3,8% impactada principalmente redução na emissão de novos cartões.

No ano de 2020, o indicador foi de 11,1%, um aumento em relação ao ano passado de 2,1 p.p..

A emissão de novos cartões foi de 179,6 mil cartões, comparada ao 4T19 reduziu 38,9%, mas com tendência de recuperação gradual frente ao impacto da pandemia em 2020.

EBITDA Ajustado Pro forma

R\$ milhões exceto margem	4T20	4T19	△	4T20 pro forma	4T19 pro forma	△ pro forma	2020	2019	△	2020 pro forma	2019 pro forma	△ pro forma
Lucro (Prejuízo)Líquido do Exercício	109,3	175,7	-37,8%	116,3	200,1	-41,9%	(166,3)	972,0	-R\$1.138,3	(131,0)	214,2	(345,3)
(+) Impostos sobre o Lucro	61,8	38,7	59,7%	65,5	51,3	27,6%	(89,3)	450,0	-R\$539,4	(71,2)	59,7	-R\$130,8
(+/-) Resultado Financeiro Líquido	(1,8)	77,8	-R\$79,6	(32,2)	5,5	-R\$37,7	91,4	(388,9)	R\$480,4	(40,4)	63,3	-R\$103,7
(+) Depreciação e Amortização	137,2	109,1	25,7%	64,3	60,1	6,9%	524,9	501,8	4,6%	246,3	233,0	5,7%
(-) EBITDA	306,6	401,3	-23,6%	213,8	317,0	-32,5%	360,7	1.534,9	-76,5%	3,8	570,3	-99,3%
(+/-)Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas **	40,9	(50,9)	-180,2%	40,9	(50,9)	-180,2%	77,9	(76,3)	R\$154,2	77,9	(76,3)	R\$154,2
(+) Despesa com Acionista Controlador	0,0	0,0	-	0,0	0,0	-	0,0	3,2	-R\$3,2	0,0	3,2	-R\$3,2
(+) Despesa com Royalties	0,0	11,4	-R\$11,4	0,0	11,4	-R\$11,4	0,0	32,0	-R\$32,0	0,0	32,0	-R\$32,0
(+) Receita Financeira de Fornecedores	3,8	11,1	-65,9%	3,8	11,1	-65,9%	17,0	31,7	-46,5%	17,0	31,7	-46,5%
(-) Recuperação de Créditos Fiscais	(94,2)	0,3	-R\$94,5	(94,2)	0,0	-R\$94,2	(157,2)	(642,0)	-75,5%	(157,2)	0,0	-R\$157,2
(-) EBITDA Ajustado*	257,0	373,3	-31,1%	164,3	288,6	-43,1%	298,4	883,4	-66,2%	(58,5)	560,8	-R\$619,4
Margem EBITDA Ajustada*	14,7%	21,4%	-6,7p.p.	9,4%	16,6%	-7,2p.p.	7,3%	16,7%	-9,4p.p.	-1,4%	10,6%	-12,0p.p.

*De acordo com o previsto no art. 4º da Instrução CVM nº 527, a Companhia optou por divulgar o EBITDA Ajustado, conforme tabela acima, visando demonstrar a informação que melhor reflete a geração operacional bruta de caixa em suas atividades. Os ajustes incluem: (i) outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) despesa com acionista controlador; (iii) despesas com royalties; (iv) receitas financeira de fornecedores; e (v) recuperação de créditos fiscais.

** Com o objetivo de facilitar a comparabilidade dos números em relação ao ano de 2019, a Companhia revisou sua política para a linha de Outras (despesas) e receitas operacionais, passando a considerar os resultados com reversões e provisões tributárias nessa linha. As alterações não impactaram no lucro.

No quarto trimestre, o EBITDA ajustado pro forma foi R\$ 164,3 milhões, uma redução de 43,1%.

A margem EBITDA ajustada pro forma ficou em 9,4%, reduzindo 7,2 p.p..

No ano de 2020, o EBITDA ajustado foi negativo em R\$ 58,5 milhões com uma margem EBITDA ajustada pro forma negativa de 1,4%.

Resultado Financeiro Pro forma

R\$ milhões	4T20	4T19	△	4T20 pro forma	4T19 pro forma	△ pro forma	2020	2019	△	2020 pro forma	2019 pro forma	△ pro forma
Resultado com Derivativos	0,0	0,0	R\$0,0	0,0	0,0	R\$0,0	0,0	(26,1)	R\$26,1	0,0	(26,1)	R\$26,1
Varição Cambial	1,2	(1,1)	R\$2,3	1,2	(1,1)	R\$2,3	(11,7)	29,6	-R\$41,3	(11,7)	29,6	-R\$41,3
Total Despesas Financeiras	(52,3)	(107,4)	R\$55,1	(21,8)	(25,0)	R\$3,2	(214,1)	(255,8)	R\$41,8	(92,3)	(118,4)	R\$36,1
Juros sobre empréstimos - partes relacionadas	0,0	(9,5)	R\$9,5	0,0	(9,5)	R\$9,5	0,0	(60,7)	R\$60,7	0,0	(60,7)	R\$60,7
Juros sobre empréstimos - 3 ^{os}	(12,7)	0,0	-R\$12,7	(12,7)	0,0	-R\$12,7	(35,8)	0,0	-R\$35,8	(35,8)	0,0	-R\$35,8
Juros sobre Arrendamento	(30,4)	(82,4)	R\$51,9	0,0	0,0	R\$0,0	(131,8)	(137,5)	R\$5,7	0,0	0,0	R\$0,0
Despesas Bancárias e IOF	(0,5)	(0,4)	-R\$0,1	(0,5)	(0,4)	-R\$0,1	(1,8)	(4,2)	R\$2,3	(1,8)	(4,2)	R\$2,3
Juros sobre impostos e contingências	(4,2)	(6,7)	R\$2,4	(4,2)	(6,7)	R\$2,4	(27,2)	(28,2)	R\$1,1	(27,2)	(28,2)	R\$1,1
Despesa financeira de fornecedores - Ajustado a Valor Presente	(3,5)	(8,3)	R\$4,8	(3,5)	(8,3)	R\$4,8	(15,4)	(25,0)	R\$9,6	(15,4)	(25,0)	R\$9,6
Outras Despesas Financeiras	(0,8)	(0,1)	-R\$0,8	(0,9)	(0,1)	-R\$0,8	(2,1)	(0,3)	-R\$1,8	(2,1)	(0,3)	-R\$1,9
Total Receitas Financeiras	52,8	30,6	R\$22,2	52,8	20,6	R\$32,2	134,3	641,3	-R\$506,9	134,4	51,5	R\$82,8
Juros	49,0	18,8	R\$30,2	49,0	8,8	R\$40,2	116,3	609,1	-R\$492,8	116,3	19,4	R\$96,9
Receita de Fornecedores	3,8	11,1	-R\$7,3	3,8	11,1	-R\$7,3	17,0	31,7	-R\$14,8	17,0	31,7	-R\$14,8
Outras Receitas Financeiras	0,01	0,7	-R\$0,7	0,02	0,7	-R\$0,6	1,1	0,4	R\$0,7	1,1	0,4	R\$0,7
Resultado Financeiro	1,8	(77,8)	R\$79,6	32,2	(5,5)	R\$37,7	(91,4)	388,9	-R\$480,4	40,4	(63,3)	R\$103,7

No quarto trimestre, o resultado financeiro pro forma foi uma receita de R\$ 32,2 milhões, um aumento em relação ao 4T19 de R\$ 37,7 milhões.

Esse resultado foi impactado na receita financeira pela variação na linha de juros no valor de R\$ 40,2 milhões em decorrência principalmente de R\$ 40,6 milhões de juros de créditos fiscais referente ao ganho de causa em ação de PIS / COFINS nas operações internas da Zona Franca de Manaus.

Na despesa financeira o impacto principal foi a redução de R\$ 4,8 milhões na despesa financeira de fornecedores pelo fato da mudança na modalidade de financiamento desta operação - impactando também a receita de fornecedores negativamente.

Lucro Líquido Pro forma

R\$ milhões exceto margem	4T20	4T19	△	4T20 pro forma	4T19 pro forma	△ pro forma	2020	2019	△	2020 pro forma	2019 pro forma	△ pro forma
Lucro (Prejuízo) Líquido	109,3	175,7	-37,8%	116,3	200,1	-41,9%	(166,3)	972,0	-R\$1.138,3	(131,0)	214,2	-R\$345,3
Margem Líquida	6,3%	10,1%	-3,8p.p.	6,7%	11,5%	-4,8p.p.	-4,1%	18,4%	-22,5p.p.	-3,2%	4,1%	-7,3p.p.

A C&A apresentou lucro líquido pro forma de R\$ 116,3 milhões no quarto trimestre, redução de 41,9% em relação ao 4T19. A margem líquida pro forma foi 6,7% reduzindo 4,8 p.p. inferior. O lucro líquido pro forma excluindo o efeito não recorrente de créditos fiscais referente ao ganho de causa em ação de PIS / COFINS nas operações internas da Zona Franca de Manaus teria sido de R\$ 28,6 milhões.

No ano de 2020, o prejuízo líquido pro forma foi de R\$ 131,0 milhões com margem líquida pro forma negativa de 3,2%.

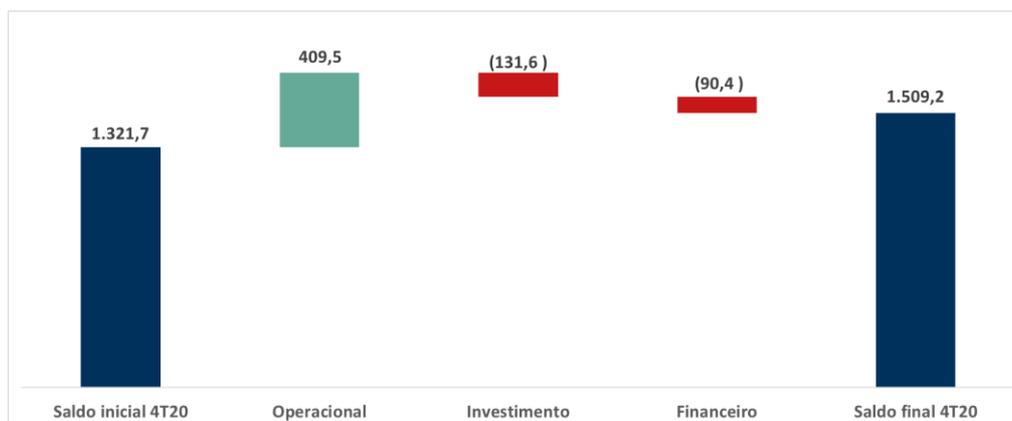
Fluxo de Caixa Livre Ajustado

R\$ milhões	2020	2019	△
Lucro (Prejuízo) pro forma antes do IR/CSLL	(202,2)	273,1	-R\$475,3
Depreciação e amortização	246,3	233,0	5,7%
(+/-) Outros	(114,4)	83,6	-R\$198,1
Ajustes sem efeito caixa	131,9	316,7	-R\$184,8
Imposto de renda e contribuição social pagos	(21,9)	(18,9)	15,6%
Capital de Giro	304,8	(73,1)	R\$377,9
Contas a receber	88,9	(14,5)	R\$103,4
Estoques	(142,1)	(92,9)	52,9%
Fornecedores	337,4	126,5	166,7%
Outros	20,5	(92,2)	R\$112,8
Caixa originado das atividades operacionais	212,6	497,7	-57,3%
(-) CAPEX	(260,0)	(321,3)	-19,1%
(=) Fluxo de Caixa Livre Ajustado	(47,4)	176,4	-R\$223,9

A C&A consumiu um caixa livre de R\$ 47,4 milhões em 2020, um aumento em relação a 2019 de R\$ 223,9 milhões, ainda fortemente impactado pelo 2T20 com o fechamento de todas as lojas.

O saldo de caixa no fechamento do ano de 2020 foi de R\$ 1.509,2 milhões, com geração de R\$409,5 milhões no operacional e consumo de R\$ 131,6 em investimentos e de R\$ 90,4 em financiamento.

Movimentação Caixa – 4T20



Investimentos

R\$ milhões	4T20	4T19	△	2020	2019	△
Total dos Investimentos*	179,3	84,8	111,4%	302,5	318,7	-5,1%
Novas Lojas	36,5	25,5	43,1%	63,7	65,7	-3,0%
Reformas	30,5	22,1	38,0%	74,4	131,6	-43,5%
Centros de Distribuição	37,0	2,5	1380,0%	45,0	15,0	200,0%
TI e Outros	75,3	34,7	117,0%	119,4	106,4	12,2%

*O valor do investimento corresponde aos investimentos adquiridos no período, mas não necessariamente pagos. O montante pago (saída de caixa) está informado no fluxo de caixa das atividades de investimentos.

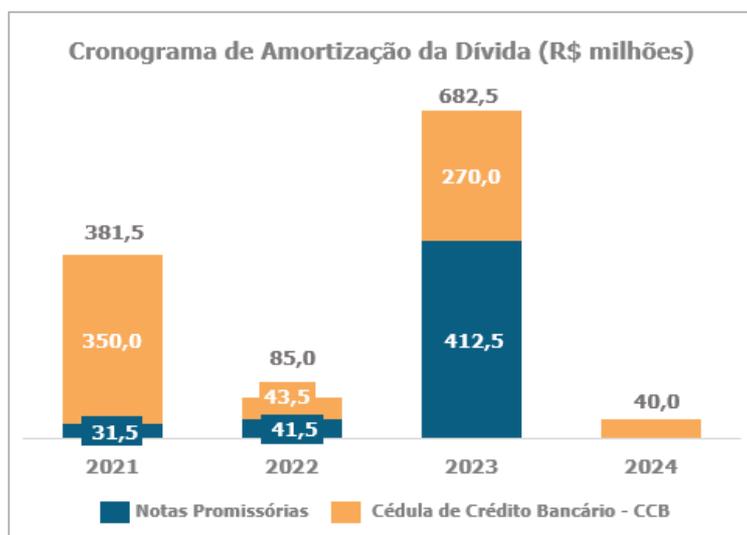
O investimento no quarto trimestre foi de R\$ 179,3 milhões, um aumento de 111,4% quando comparado ao 4T19.

O grande foco de investimento neste trimestre foi em tecnologia, que além dos investimentos de sustentação recorrentes, focou em projetos de digitalização com contratação e implantação de várias ferramentas, como por exemplo para melhoria de performance e experiência do aplicativo. A outra vertical impulsionada no trimestre foi a cadeia de suprimentos. Como já mencionamos, temos vários projetos sendo implantados nesta alavanca, que continuarão ao longo de 2021.

Endividamento

R\$ milhões	2020	2019	△
Dívida Bruta	1.211,3	0,0	R\$1.211,3
Dívida de Curto Prazo	390,6	0,0	R\$390,6
Dívida de Longo Prazo	820,7	0,0	R\$820,7
(-) Caixa e Equivalentes	1.509,2	447,1	R\$1.062,1
(=) Caixa ou (Dívida Líquida)	297,9	447,1	-33,4%

A C&A encerrou o ano de 2020 com dívida bruta total de R\$ 1,2 bilhão e com uma sólida posição de caixa, com caixa líquido de R\$ 297,9 milhões. A dívida total tem um prazo médio de 1,68 anos e um custo médio (*all in*) de CDI + 2,33%.

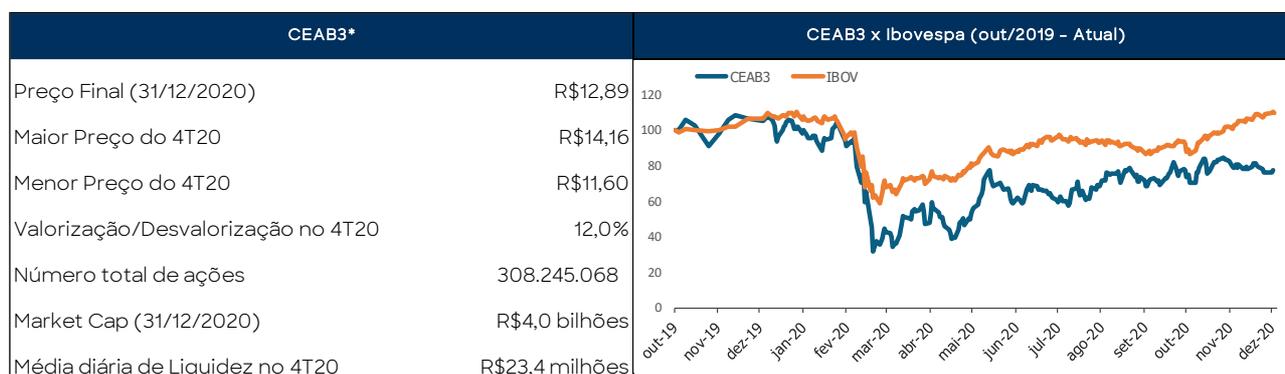


O cronograma de amortização refere-se apenas ao principal, sem incluir juros.

Mercado de Capitais

A C&A estreou na B3 dia 28 de outubro de 2019 como empresa do Novo Mercado e o preço da oferta inicial das ações foi de R\$ 16,50.

O volume médio diário de negociação foi de R\$ 23,4 milhões no trimestre e a valorização das ações foi de 12%. Em 31 de dezembro de 2020 o valor de mercado da Companhia era de R\$ 4,0 bilhões.



* Fonte: Infomoney, data base 31/12/2020

O capital da Companhia totaliza 308.245.068 ações ordinárias e o *free float* é de 34,5%. Nossos principais acionistas e *free float* ao final do 4T20 estão descritos no quadro a seguir:

Composição acionária	N° de ações (ON)	% do total
Acionista controlador	201.319.336	65,3%
XP Gestão de Recursos Ltda	15.601.000	5,1%
Verde Asset Management S.A.	15.888.100	5,2%
Administração	531.097	0,17%
Outros	74.905.535	24,3%
Total	308.245.068	100,0%

Anexos

Balanço Patrimonial Consolidado

R\$ milhões	2020	2019	R\$ milhões	2020	2019
Ativo Total	7.309,6	6.037,1	Total do Passivo e Patrimônio Líquido	7.309,6	6.037,0
Ativo Circulante	3.520,0	2.999,5	Passivo Circulante	2.281,7	1.751,0
Caixa e equivalentes de caixa	1.509,2	447,1	Arrendamentos	390,6	357,9
Contas a receber	1.063,8	1.151,5	Empréstimos	390,6	0,0
Derivativos	0,2	0,7	Fornecedores	1.158,9	804,0
Partes relacionadas	0,1	0,4	Derivativos	6,8	3,9
Estoques	641,0	544,7	Obrigações trabalhistas	136,1	128,5
Tributos a recuperar	271,7	795,6	Partes relacionadas	34,8	69,5
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	10,9	38,0	Dividendos e JCP a pagar	0,0	144,8
Outros ativos	22,9	21,6	Tributos a recolher	107,0	183,6
Ativo Não Circulante	3.789,7	3.037,5	Imposto de renda e contribuição social a recolher	0,3	35,7
Ativo Realizável a longo prazo	1.313,0	624,9	Outros passivos	26,6	23,1
Tributos a recuperar	1.157,4	521,1	Passivo Não Circulante	2.403,1	1.546,4
Tributos diferidos	71,5	0,0	Arrendamento mercantil	1.264,2	1.229,8
Depósitos judiciais	81,5	101,8	Fornecedores	24,8	0,0
Outros ativos	2,7	2,0	Empréstimos	820,7	0,0
Imobilizado	667,2	717,4	Obrigações trabalhistas	4,4	3,6
Direito de uso - arrendamento mercantil	1.514,4	1.507,8	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	230,1	233,8
Intangível	295,0	187,3	Tributos a recolher	25,0	1,1
			Tributos diferidos	0,0	45,6
			Outros passivos	33,9	32,6
			Patrimônio Líquido	2.654,8	2.739,6
			Capital social	1.847,2	1.847,2
			Reserva de capital	19,4	11,7
			Reserva de lucros	792,6	882,9
			Resultados abrangentes	(4,3)	(2,2)

Demonstração do Resultado Consolidado - Trimestral

R\$ milhões	4T20	4T19	△	4T20 pro forma	4T19 pro forma	△ pro forma
Receita Operacional Líquida	1.747,0	1.742,4	0,3%	1.747,0	1.742,4	0,3%
<i>Vestuário</i>	1.392,4	1.426,4	-2,4%	1.392,4	1.426,4	-2,4%
<i>Fashiontronics</i>	301,2	265,8	13,3%	301,2	265,8	13,3%
Serviços Financeiros - parceria Bradescard	49,1	47,6	3,1%	49,1	47,6	3,1%
Receitas Outras Comissões	4,3	2,7	57,8%	4,3	2,7	57,8%
Custo de Mercadorias/ Serviços	(925,0)	(883,8)	4,7%	(925,0)	(883,8)	4,7%
Lucro Bruto	822,0	858,7	-4,3%	822,0	858,7	-4,3%
<i>Vestuário</i>	726,4	764,1	-4,9%	726,4	764,1	-4,9%
<i>Fashiontronics</i>	62,9	63,5	-1,0%	62,9	63,5	-1,0%
Lucro Bruto de mercadorias	789,3	827,6	-4,6%	789,3	827,6	-4,6%
Produtos Financeiros - parceria Bradescard	48,9	47,3	3,3%	48,9	47,3	3,3%
Lucro Bruto Outras Comissões	(16,1)	(16,2)	-0,7%	(16,1)	(16,2)	-0,7%
(Despesas) e Receitas Operacionais	(652,6)	(566,5)	15,2%	(672,4)	(601,8)	11,7%
Gerais e Administrativas	(156,9)	(134,0)	17,1%	(158,3)	(136,9)	15,6%
Vendas	(549,1)	(483,1)	13,7%	(567,5)	(515,8)	10,0%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	53,3	50,6	5,4%	53,3	50,9	4,8%
Lucro antes das Receitas e Despesas Financeiras	169,4	292,2	-42,0%	149,6	256,9	-41,8%
Resultado Financeiro	1,8	(77,8)	R\$79,6	32,2	(5,5)	R\$37,7
Resultado com Derivativos	0,0	0,0	R\$0,0	0,0	0,0	R\$0,0
Varição Cambial	1,2	(1,1)	R\$2,3	1,2	(1,1)	R\$2,3
Total Despesas Financeiras	(52,3)	(107,4)	-51,3%	(21,8)	(25,0)	-12,7%
Juros sobre empréstimos - partes relacionadas	0,0	(9,5)	R\$9,5	0,0	(9,5)	R\$9,5
Juros sobre empréstimos - 3os	(12,7)	0,0	-R\$12,7	(12,7)	0,0	-R\$12,7
Juros sobre Arrendamento	(30,4)	(82,4)	-63,1%	0,0	0,0	0,0%
Despesas Bancárias e IOF	(0,5)	(0,4)	25,0%	(0,5)	(0,4)	25,0%
Juros sobre impostos e contingências	(4,2)	(6,7)	-36,6%	(4,2)	(6,7)	-36,6%
Despesa Financeira de Fornecedores	(3,5)	(8,3)	-58,2%	(3,5)	(8,3)	-58,2%
Outras despesas Financeiras	(0,8)	(0,1)	1596,0%	(0,9)	(0,1)	1602,0%
Total Receitas Financeiras	52,8	30,6	72,7%	52,8	20,6	156,5%
Juros	49,0	18,8	161,0%	49,0	8,8	457,1%
Receita de Fornecedores	3,8	11,1	-65,9%	3,8	11,1	-65,9%
Outras Receitas Financeiras	0,01	0,7	-98,0%	0,02	0,7	-97,1%
Lucro antes dos Impostos	171,2	214,4	-20,2%	181,8	251,4	-27,7%
Impostos sobre o lucro	(61,8)	(38,7)	59,7%	(65,5)	(51,3)	27,6%
Lucro Líquido (Prejuízo) do Exercício	109,3	175,7	-37,8%	116,3	200,1	-41,9%
(+) impostos sobre o Lucro	61,8	38,7	59,7%	65,5	51,3	27,6%
(+/-) Resultado Financeiro Líquido	(1,8)	77,8	-R\$79,6	(32,2)	5,5	-R\$37,7
(+) depreciação e Amortização	137,2	109,1	25,7%	64,3	60,1	6,9%
(*) EBITDA	306,6	401,3	-23,6%	213,8	317,0	-32,5%
(+/-) Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	40,9	(50,9)	-180,2%	40,9	(50,9)	-180,2%
(+) Despesa com Acionista Controlador	0,0	0,0	R\$0,0	0,0	0,0	R\$0,0
(+) Despesa com Royalties	0,0	11,4	-R\$11,4	0,0	11,4	-R\$11,4
(+) Receita Financeira de Fornecedores	3,8	11,1	-65,9%	3,8	11,1	-65,9%
(-) Recuperação de Créditos Fiscais	(94,2)	0,3	-R\$94,5	(94,2)	0,0	-R\$94,2
(*) EBITDA Ajustado	257,0	373,3	-31,1%	164,3	288,6	-43,1%

Demonstração do Resultado Consolidado - 2020

R\$ milhões	2020	2019	Δ	2020 pro forma	2019 pro forma	Δ pro forma
Receita Operacional Líquida	4.085,5	5.285,2	-22,7%	4.085,5	5.285,2	-22,7%
<i>Vestuário</i>	3.121,1	4.126,0	-24,4%	3.121,1	4.126,0	-24,4%
<i>Fashiontronics</i>	801,8	925,9	-13,4%	801,8	925,9	-13,4%
Serviços Financeiros - parceria Bradescard	149,3	216,4	-31,0%	149,3	216,4	-31,0%
Receitas Outras Comissões	13,3	16,9	-21,2%	13,3	16,9	-21,2%
Custo de Mercadorias/ Serviços	(2.188,9)	(2.717,1)	-19,4%	(2.188,9)	(2.717,1)	-19,4%
Lucro Bruto	1.896,6	2.568,1	-26,1%	1.896,6	2.568,1	-26,1%
<i>Vestuário</i>	1.602,1	2.154,4	-25,6%	1.602,1	2.154,4	-25,6%
<i>Fashiontronics</i>	180,1	225,2	-20,0%	180,1	225,2	-20,0%
Lucro Bruto de mercadorias	1.782,2	2.379,6	-25,1%	1.782,2	2.379,6	-25,1%
Produtos Financeiros - parceria Bradescard	148,2	215,1	-31,1%	148,2	215,1	-31,1%
Lucro Bruto Outras Comissões	(33,8)	(26,6)	27,1%	(33,8)	(26,6)	27,1%
(Despesas) e Receitas Operacionais	(2.060,9)	(1.535,0)	34,3%	(2.139,2)	(2.230,9)	-4,1%
Gerais e Administrativas	(491,7)	(498,0)	-1,3%	(497,6)	(503,3)	-1,1%
Vendas	(1.648,4)	(1.755,3)	-6,1%	(1.720,9)	(1.803,9)	-4,6%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	79,3	718,3	-89,0%	79,3	76,3	3,9%
Lucro antes das Receitas e Despesas Financeiras	(164,2)	1.033,1	-R\$1.197,3	(242,6)	337,2	-R\$579,8
Resultado Financeiro	(91,4)	388,9	-R\$480,4	40,4	(63,3)	R\$103,7
Resultado com Derivativos	0,0	(26,1)	R\$26,1	0,0	(26,1)	R\$26,1
Variação Cambial	(11,7)	29,6	-R\$41,3	(11,7)	29,6	-R\$41,3
Total Despesas Financeiras	(214,1)	(255,8)	-16,3%	(82,3)	(118,4)	-30,5%
Juros sobre empréstimos - partes relacionadas	0,0	(60,7)	R\$60,7	0,0	(60,7)	R\$60,7
Juros sobre empréstimos - 3os	(35,8)	0,0	-R\$35,8	(35,8)	0,0	-R\$35,8
Juros sobre Arrendamento	(131,8)	(137,5)	-4,1%	0,0	0,0	-
Despesas Bancárias e IOF	(1,8)	(4,2)	-55,6%	(1,8)	(4,2)	-55,6%
Juros sobre impostos e contingências	(27,2)	(28,2)	-3,7%	(27,2)	(28,2)	-3,7%
Despesa Financeira de Fornecedores	(15,4)	(25,0)	-38,5%	(15,4)	(25,0)	-38,5%
Outras despesas Financeiras	(2,1)	(0,3)	730,4%	(2,1)	(0,3)	732,8%
Total Receitas Financeiras	134,3	641,3	-79,1%	134,4	51,5	160,7%
Juros	116,3	609,1	-80,9%	116,3	19,4	499,9%
Receita de Fornecedores	17,0	31,7	-46,5%	17,0	31,7	-46,5%
Outras Receitas Financeiras	1,1	0,4	157,4%	1,1	0,4	159,1%
Lucro antes dos impostos	(255,7)	1.422,0	-R\$1.677,7	(202,2)	273,9	-R\$476,1
Impostos sobre o lucro	89,3	(450,0)	R\$539,4	71,2	(59,7)	R\$130,8
Lucro Líquido (Prejuízo) do Exercício	(166,3)	972,0	-R\$1.138,3	(131,0)	214,2	-R\$345,3
(+) impostos sobre o Lucro	(89,3)	450,0	-R\$539,4	(71,2)	59,7	-R\$130,8
(+/-) Resultado Financeiro Líquido	91,4	(388,9)	R\$480,4	(40,4)	63,3	-R\$103,7
(+) depreciação e Amortização	524,9	501,8	4,6%	246,3	233,0	5,7%
(-) EBITDA	360,7	1.534,9	-76,5%	3,8	570,3	-99,3%
(+/-) Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	77,9	(76,3)	R\$154,2	77,9	(76,3)	R\$154,2
(+) Despesa com Acionista Controlador	0,0	3,2	-R\$3,2	0,0	3,2	-R\$3,2
(+) Despesa com Royalties	0,0	32,0	-R\$32,0	0,0	32,0	-R\$32,0
(+) Receita Financeira de Fornecedores	17,0	31,7	-46,5%	17,0	31,7	-46,5%
(-) Recuperação de Créditos Fiscais	(157,2)	(642,0)	-75,5%	(157,2)	0,0	-R\$157,2
(-) EBITDA Ajustado	298,4	883,4	-66,2%	(58,5)	560,8	-R\$619,4

Fluxo de Caixa Consolidado

R\$ milhões	2020	2019
ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Lucro antes dos impostos sobre a renda	(255,7)	1.422,0
(*)Ajuste de caixa para conciliação do lucro antes dos impostos com o fluxo de caixa	577,5	(527,5)
Depreciação e amortização	246,3	233,0
Depreciação do direito de uso	306,4	295,7
Perda na venda ou baixa do imobilizado e intangível	7,6	19,8
Provisão (reversão) para redução ao valor recuperável do imobilizado e intangível e direito de uso	(6,2)	(11,3)
Provisão para perdas de crédito esperada	3,2	8,4
Ajuste a valor presente do contas a receber e fornecedores	(4,8)	(2,0)
Despesas com remuneração baseado em ações	7,7	1,1
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	29,5	(38,0)
Atualização de depósitos judiciais	(1,4)	(2,9)
Provisão para perda nos estoques	45,8	38,8
Juros sobre arrendamentos	139,1	142,1
Juros sobre empréstimos - partes relacionadas	0,0	60,7
Juros sobre empréstimos	35,8	0,0
Amortização custos de transações de empréstimos	2,0	0,0
Variação cambial sobre empréstimos com partes relacionadas	0,0	(32,4)
Derivativos	0,0	41,3
Ganho em processos judiciais - Créditos extemporâneos de PIS/Cofins	(233,7)	(1.282,0)
(*)Variações nos ativos e passivos	282,9	(42,6)
Contas a receber de clientes	88,9	(14,5)
Partes relacionadas	(34,5)	10,4
Estoques	(142,1)	(92,9)
Tributos a recuperar	148,5	23,4
Outros créditos	(2,0)	(2,7)
Depósitos judiciais	7,3	(4,4)
Fornecedores	337,4	126,5
Obrigações Trabalhistas	8,5	(2,9)
Outros débitos	4,5	(15,2)
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(18,8)	(17,6)
Tributos a pagar	(92,8)	(33,8)
Impostos de renda e contribuição social pagos	(21,9)	(18,9)
(*)Fluxo de caixa originado das (aplicado nas) atividades operacionais	604,6	851,9
(*)Atividades de investimentos	(260,0)	(321,3)
Aquisição de imobilizado	(158,5)	(321,3)
Aquisição de intangível	(101,6)	(0,0)
Recebimento por venda de ativos imobilizados	0,1	0,0
Fluxo de caixa aplicado nas atividades de investimento		
(*)Atividades de financiamento	717,4	(529,5)
Aumento de capital	0,0	813,7
Custo de transação na emissão de ações	0,0	(2,2)
Novos empréstimos	1.200,0	508,0
Pagamento do principal dos empréstimos	(11,0)	(1.373,0)
Custo de transação de empréstimos	(5,0)	0,0
Pagamento de juros sobre empréstimos	(10,6)	(70,8)
Liquidação de swap	0,0	7,6
Pagamento do principal e juros de arrendamentos	(387,2)	(354,1)
Juros sobre o capital próprio e devidos pagos	(68,8)	(58,6)
Fluxo de caixa aplicado nas atividades de financiamento	717,4	(529,5)
(*)Redução do saldo de caixa e equivalentes de caixa	1.062,1	1,1
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	447,1	446,0
Caixa e equivalentes de caixa no fim do período	1.509,2	447,1

Glossário

1P: Produtos do nosso estoque comercializados em nosso e-commerce.

3P: Produtos de parceiros (*sellers*) comercializados no nosso e-commerce.

Clique e Retire: Solução que permite que clientes façam suas compras online e retirem os produtos na loja física.

Fashiontronics: Produtos eletrônicos e relacionados, como smartphones, tablets, relógios e acessórios, incluindo fones de ouvido e carregadores, mais recentemente produtos de beleza e cosméticos foram incluídos nessa categoria.

Galeria C&A: Marketplace da C&A.

GMV (Gross Merchandise Volume): Montante em reais (R\$) transacionado em nosso e-commerce, incluindo os valores de 1P e 3P.

Hunting e Farming: Prospecção e manutenção de vendedores parceiros para o nosso marketplace.

Kindle: Leitor de livros digitais da Amazon.

Lead time: É o tempo entre a solicitação de matéria-prima ou produto ao fornecedor e o recebimento desses itens na C&A.

Lojas HUB: Lojas físicas em locais privilegiados que funcionam como centros de envio de mercadorias para clientes.

MAU (monthly active users): Usuários ativos mensais demonstra o número de usuários que realizaram alguma ação no nosso aplicativo no último mês (30 dias).

Mindse7: Foi lançado em novembro de 2018, é um projeto nativo do ambiente digital que apresenta coleções semanais inspiradas nas principais conversas e tendências das ruas e redes sociais, a partir de um modelo de co-criação entre uma equipe multidisciplinar da C&A e seus fornecedores. Prezando por peças versáteis, atemporais e alinhadas ao desejo da mulher brasileira, desde o seu lançamento cerca de 200 coleções foram lançadas, sempre com o propósito de oferecer de forma inovadora uma moda diversa e inclusiva para todos os estilos, corpos e idades.

Onboarding: Integração de sistemas, produtos e processos.

Push and pull: Modelo de fornecimento que consiste em repor peças de forma individualizada por modelos, tamanhos e cores, em nossas lojas físicas de acordo com a demanda, fornecendo mais eficiência para atender as demandas pelos nossos produtos de moda.

RFID (Radio-Frequency Identification): identificação por radiofrequência - possibilita a identificação e localização de cada peça, inclusive dentro das lojas e nos Centros de Distribuição.

Seller: vendedor parceiro que disponibiliza seus produtos no nosso marketplace.

Ship from store: transformação de lojas físicas em centros de distribuição que enviam diretamente produtos comprados através do nosso e-commerce para os clientes.

SKU (stock keeping unit): unidade de manutenção de estoque

Social selling: Processo de criação de relacionamentos e vendas por meio das redes sociais.

Sorter: Equipamento para separação de produtos individualizados.

SSS (same store sales): 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, Ship from Store e Clique e Retire).

Supply: Cadeia de suprimentos.

Venda por WhatsApp: Formato de vendas pela internet, no qual os associados C&A interagem com clientes pelo *Whatsapp*.

WMS (Warehouse Management System): Sistema de gerenciamento de armazém, ferramenta de gestão de estoques.

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 de varejo do mundo. A C&A tem presença em 21 países da Europa, América Latina e Ásia, com aproximadamente 1.800 lojas. No Brasil, a marca C&A está presente desde 1976 e foi a precursora do conceito *fast fashion*. A C&A comercializa vestuários com excelente custo benefício, incluindo roupas, acessórios, calçados, roupas de banho, itens de beleza e perfumes, para homens, mulheres e crianças por meio da sua rede de lojas físicas e a plataforma online de comércio eletrônico. Também oferece produtos eletrônicos e relacionados, como *smartphones*, *tablets*, relógios e acessórios, incluindo fones de ouvido e carregadores e cosméticos, chamados de produtos *Fashiontronics*. O público-alvo da C&A é composto, principalmente, por mulheres jovens (entre 18 e 35) e se propõe a ser uma plataforma completa de auto expressão por meio da moda. Por operar há mais de 44 anos no Brasil, a C&A possui uma rede de lojas físicas que cobre 26 estados e o Distrito Federal. Em 31 de dezembro de 2020, havia 295 lojas com uma área de vendas total aproximada de 559 mil metros quadrados, além de mini-stores.

Relações com Investidores

Milton Lucato Filho – CFO

Roberta Noronha – RI

roberta.noronha@cea.com.br

Carolina Martins – RI

carolina.martins@cea.com.br