



C&A

muito eu

# Release de Resultados 3T22

## Teleconferência de Resultados:

- Português/Inglês
- Data: 09/11/2022
- Horários:
  - Brasília: 13:00 h
  - Nova York: 11:00h
  - Londres: 16:00 h
- Webcast: [ri.cea.com.br](http://ri.cea.com.br)

**CEAB**  
B3 LISTED NM

**IGCT B3**

**IGC-NM B3**

**IGC B3**

**SMLL B3**

**IBRA B3**

**ITAG B3**

**ICON B3**

**IGPTWB3**

## Crescimento de venda e rentabilidade no trimestre com expansão de margem bruta de 4,6 pp para 49,3% e EBITDA Ajustado (pós-IFRS16) de R\$ 139,7 milhões aumenta 60,9%

### DESTAQUES

- Crescimento de receita líquida de 5,1% comparado ao 3T21;
- EBITDA ajustado pós-IFRS 16 de R\$ 139,7 milhões, 61% maior do que 3T21;
- Margem bruta de 49,3%, aumento de quase 5 pontos percentuais;
- Fluxo de caixa livre positivo em quase R\$ 160 milhões;
- Vendas digitais mantendo cerca de 15% de participação;
- Quase 2 milhões de cartões C&A Pay emitidos, representando 14% das vendas;
- Quatro novas lojas no trimestre, em um total de 16 nos 9M22;

Indicadores (R\$ milhões)	3T22	3T21	△	9M22	9M21	△
<b>Receita Líquida</b>	<b>1.407,5</b>	<b>1.339,4</b>	<b>5,1%</b>	<b>4.234,8</b>	<b>3.291,1</b>	<b>28,7%</b>
<b>Receita Líquida Mercadorias</b>	<b>1.329,2</b>	<b>1.285,2</b>	<b>3,4%</b>	<b>4.024,8</b>	<b>3.127,6</b>	<b>28,7%</b>
<b>Vendas mesmas lojas (SSS)<sup>1</sup> (%)</b>	<b>0,0%</b>	<b>21,0%</b>	<b>-21,0p.p.</b>	<b>24,5%</b>	<b>39,2%</b>	<b>-14,7p.p.</b>
<b>Receita Bruta Digital (GMV<sup>2</sup> 1P+3P)</b>	<b>264,8</b>	<b>253,2</b>	<b>4,6%</b>	<b>773,9</b>	<b>644,3</b>	<b>20,1%</b>
<b>Margem Bruta Total (%)</b>	<b>49,3%</b>	<b>44,7%</b>	<b>4,6p.p.</b>	<b>49,5%</b>	<b>45,5%</b>	<b>4,0p.p.</b>
<b>Margem Bruta de Mercadorias (%)</b>	<b>47,8%</b>	<b>44,3%</b>	<b>3,5p.p.</b>	<b>48,1%</b>	<b>44,1%</b>	<b>4,0p.p.</b>
<b>Despesas Operacionais<sup>3</sup></b>	<b>(498,8)</b>	<b>(501,3)</b>	<b>-0,5%</b>	<b>(1.634,7)</b>	<b>(1.214,4)</b>	<b>34,6%</b>
<b>EBITDA Ajustado (pós-IFRS16)<sup>4</sup></b>	<b>139,7</b>	<b>86,8</b>	<b>60,9%</b>	<b>385,7</b>	<b>147,0</b>	<b>162,4%</b>
<b>Margem EBITDA Ajustada (pós-IFRS16) (%)</b>	<b>9,9%</b>	<b>6,5%</b>	<b>3,4p.p.</b>	<b>9,1%</b>	<b>4,5%</b>	<b>4,6p.p.</b>
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	<b>(61,4)</b>	<b>243,9</b>	<b>-125,2%</b>	<b>(212,0)</b>	<b>174,6</b>	<b>-221,4%</b>
<b>Investimentos</b>	<b>93,4</b>	<b>122,7</b>	<b>-23,9%</b>	<b>262,6</b>	<b>334,9</b>	<b>-21,6%</b>

(1) 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*).

(2) GMV - Gross Merchandise Value: 1P - first party relationship ou vendas da C&A, 3P - third party relationship ou vendas do marketplace

(3) Exclui despesas de depreciação e Amortização, inclusive a Depreciação Direito de Uso (Arrendamento), para facilitar a análise.

(4) Ajustes incluem: (i) Outras Receitas (despesas) Operacionais Líquidas; (ii) Receitas Financeira de Fornecedores; e (iii) Recuperação de Créditos Fiscais.

## Mensagem da Administração

Os resultados da C&A no 3T22 continuam a mostrar o progresso da companhia em suas operações e sua competitividade em um ambiente macroeconômico incerto, com inflação pressionando despesas e poder de compra do consumidor.

A receita líquida aumentou 5,1% em comparação ao 3T21 com o forte desempenho do negócio de serviços financeiros. Nosso foco em eficiência, com controle rígido das despesas, resultou no EBITDA Ajustado (pós-IFRS16) de R\$ 139,7 milhões, aumento de 61% em relação ao 3T21. A margem bruta foi outro destaque no trimestre, ficando em 49,3%, um aumento de quase 5 pontos percentuais, com melhoria em todos os segmentos. Nós também apresentamos um fluxo de caixa livre positivo de cerca de R\$ 160 milhões.

Avanços foram observados em nossas quatro alavancas de crescimento. No digital, as vendas diretas pelo WhatsApp continuam com forte desempenho, fidelizando o cliente e aumentando sua propensão a compra. A participação das vendas digitais mantém o patamar de cerca de 15% das vendas totais, com melhor rentabilidade e melhor nível de serviço para cliente – ofertando novas modalidades de entrega, como por exemplo, a expressa em até 2 horas para região metropolitana de São Paulo. No *supply*, o modelo de distribuição push pull, já cobre 23% das vendas de vestuário, trazendo redução relevante da ruptura dos produtos endereçados. Este desenvolvimento, combinado ao projeto de RFID já implementado em 270 lojas, e a adoção da metodologia de precificação dinâmica, têm correspondido a uma melhora estrutural de cerca de 0,5 p.p. em nossa margem bruta de vestuário. No crédito, chegamos a quase 2 milhões de cartões emitidos com gastos que representaram 14% de nossas vendas. E finalmente, em expansão, abrimos 4 lojas novas no trimestre, perfazendo 16 no acumulado do ano.

Para o final de 2022, seguimos cautelosamente otimistas. Nós estamos preparados para os eventos do final do ano, mesmo à luz da copa do mundo de futebol: com a Black Friday já pensada para um período maior e com muito foco no digital para mitigar o impacto negativo de menos horas disponíveis de loja para o cliente durante os jogos do Brasil em novembro e dezembro. A expectativa para estabilidade do clima mais quente é outro gatilho esperado para intensificação das vendas principalmente na região sudeste, na qual temos cerca de 50% das lojas. Temos confiança na qualidade dos produtos que estamos oferecendo ao cliente, com coleções que traduzem a essência da C&A, com muita cor, diversidade e alegria. E com os investimentos feitos nas alavancas de crescimento ao longo dos últimos dois anos, estamos anunciando e viabilizando estes produtos onde e como o cliente busca e possibilitando que ele tenha acesso.

Iniciativas importantes também foram observadas em sustentabilidade. Endereçando nosso objetivo de promover a circularidade, lançamos a coleção Eco ACE em nossa moda esportiva, uma linha sustentável 100% produzida com tecidos provenientes do fio de garrafa PET reciclável. Também anunciamos uma parceria inovadora com a AMBEV para confecção de manequins feitos 100% de polietileno reciclado. No objetivo de promover diversidade e equidade, unimos o trabalho do instituto C&A em desenvolver estilistas nacionais e nosso negócio por meio da coleção Identidades - que busca apresentar um pouco da pluralidade do povo brasileiro. E finalmente, com o intuito de acelerar a empregabilidade de jovens profissionais negros e indígenas na indústria, foi criada a plataforma MinhaCarreiraNaModa, aumentando sua empregabilidade.

A Administração C&A Modas S.A.

## Alavancas do Plano de Crescimento

### Novas Lojas e Formatos

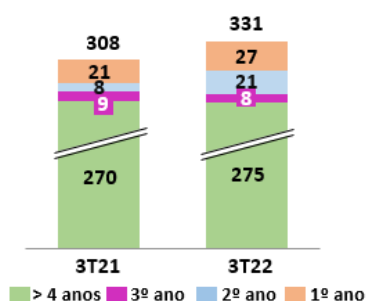
No terceiro trimestre de 2022 foram abertas quatro novas lojas e fechadas duas lojas (em Aracaju e São Paulo, ambas no centro destas cidades).

#### LOJAS INAUGURADAS

Data	Localidade	Tamanho (m <sup>2</sup> )
04/08/2022	Loja de Rua Anápolis - Anápolis/GO	1.612
31/08/2022	Loja de Rua São Bento Centro - São Paulo/SP	1.453
06/09/2022	Shopping Mais - São Paulo/SP	1.225
15/09/2022	Shopping Center Fernandópolis - Fernandópolis/ SP	1.432

O total de lojas ao fim do 3T22 era de 331 unidades em todo país das quais 275, ou 83%, já estão em operação há mais de 4 anos. Nossa área de vendas já está acima de 610 mil m<sup>2</sup>.

#### Distribuição de Loja por Idade



	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>Lojas</b>	<b>331</b>	<b>308</b>	<b>23</b>	<b>331</b>	<b>308</b>	<b>23</b>
Novas	4	4	0	16	15	1
Fechadas	2	0	2	4	2	2
<b>Área de Vendas (mil m<sup>2</sup>)</b>	<b>613</b>	<b>581</b>	<b>5,5%</b>	<b>613</b>	<b>581</b>	<b>5,5%</b>

Com o aumento de vendas em cerca de 2x das vendas de nossa marca esportiva ACE observado nas lojas *double door*, decidimos lançar mais 10 lojas até o final do ano.

## **Transformação Digital**

Nós avançamos no processo de transformação digital. Nos 9M22, a receita bruta total digital cresceu 20.1% comparado aos 9M21. A venda direta via WhatsApp representou mais de 60% das vendas digitais, contribuindo para uma melhor rentabilidade, maior margem bruta e custos de entrega reduzidos. Estoque vendido via WhatsApp é na maior parte das vezes da própria loja, e os clientes preferem a retirada na loja, levando a maior fluxo nas lojas, despesas menores de frete e ticket médio maior.

O programa de relacionamento C&A&VC atingiu a marca de 22,9 milhões de clientes registrados, possibilitando a identificação de cerca de 75% das vendas totais. A nossa base total de clientes ativos cresceu 16%, considerando os últimos 12 meses, e a base de clientes do *eCommerce* (incluindo as iniciativas de omnicanalidade) apresentou um aumento de 9%. Os clientes multicanais que totalizam 9,2% do total, apresentaram crescimento de 35% e tiveram uma média de gastos quase 2,5 vezes maior do que outros clientes considerando os últimos 12 meses.

## **Modernização da Cadeia de Suprimentos**

A adoção do modelo de distribuição *push-pull* continua, e no final do 3T22, a cobertura havia atingido produtos representando 23% da venda total do vestuário. No projeto de implementação de identificação por radiofrequência (*RFID - radio-frequency identification*), fechamos o 3T22 com a tecnologia em 270 lojas. A maior assertividade na distribuição de produtos para as lojas permitiu uma redução de promoções impactando a margem bruta de vestuário em algo próximo a 0,5 p.p. de melhoria.

Na distribuição para clientes, nosso centro de distribuição dedicado, totalmente automatizado, e as operações de hub de ship from store garantem um dos melhores níveis de serviço, com mais de 50% dos pedidos entregues em até 2 dias para o território nacional, e tempo médio total de atendimento de 3 dias.

## **Oferta de Crédito**

A oferta de crédito ao cliente é fundamental para varejistas no Brasil. Em nosso caso, continua sendo oferecido via parceria Bradescard com o cartão com bandeira e, agora com 10 meses de operação, via C&A Pay – nossa oferta de crédito digital para uso na loja (*private label*). A evolução do C&A Pay tem ficado acima da expectativa do plano original de negócio, trazendo benefícios esperados como ticket e frequência maiores para clientes C&A Pay em comparação com aqueles que compram utilizando outros meios de pagamento. A

contribuição do C&A Pay para suportar as vendas do varejo tem ficado cada vez mais relevante, e a operação segue acompanhada em comitês visando governança apropriada do risco e cobrança do negócio. Informações mais detalhadas podem ser encontradas no item Serviços Financeiros deste relatório.

## Desempenho Financeiro

### Receita Líquida

R\$ milhões	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>Receita Líquida Total</b>	<b>1.407,5</b>	<b>1.339,4</b>	<b>5,1%</b>	<b>4.234,8</b>	<b>3.291,1</b>	<b>28,7%</b>
Receita de Mercadoria	1.329,2	1.285,2	3,4%	4.024,8	3.127,6	28,7%
Vestuário	1.133,9	1.085,5	4,5%	3.373,5	2.602,3	29,6%
Fashiontronics e Beleza	195,3	199,8	-2,3%	651,3	525,3	24,0%
Serviços Financeiros	73,4	49,6	48,0%	194,5	149,8	29,8%
Outras Receitas	4,9	4,6	6,5%	15,4	13,7	12,4%

%	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>Vendas Mesmas Lojas (SSS)<sup>1</sup></b>	<b>0,0%</b>	<b>21,0%</b>	<b>-21,0p.p.</b>	<b>24,5%</b>	<b>39,2%</b>	<b>-14,7p.p.</b>
Vestuário	0,9%	30,3%	-29,4p.p.	27,6%	49,2%	-21,6p.p.
Fashiontronics e Beleza	-5,2%	-12,5%	7,3p.p.	25,3%	5,0%	20,3p.p.

(1) 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, Ship from Store e Clique e Retire).

No terceiro trimestre, a receita líquida totalizou R\$ 1.407,5 milhões, montante 5,1% superior ao do 3T21. A receita líquida de mercadorias ficou 3,4% superior, somando R\$ 1.329,2 milhões.

Observando o conceito de vendas de mercadorias mesmas lojas (*Same Store Sales*), o indicador consolidado estável no 3T22.

#### Vestuário

A receita de vestuário apresentou aumento de 4,5% e SSS de 0,9% no 3T22. O desempenho da categoria foi justificado pela boa aceitação de nossas coleções e *collabs*, mas negativamente impactado pela antecipação de vendas de inverno no 2T22 e pelo clima frio atípico para o final do trimestre.

## Fashiontronics e Beleza

A categoria é composta por aparelhos celulares e smartphones, em sua maioria, e por itens de beleza e relógios. Embora os produtos de beleza tenham sido introduzidos na C&A apenas no final de 2019, atualmente já representam cerca de 15% da categoria e estão presentes em 271 lojas, além do canal digital.

Com relação ao desempenho da receita, houve queda de 2,3% no trimestre. Observamos fraca demanda, principalmente na semana do consumidor, e maior agressividade competitiva. A mudança de tecnologia com a chegada do 5G deverá beneficiar a categoria no médio prazo, com gatilhos claros de percepção de benefícios pelo cliente, como performance de apps, streaming, entre outros.

O SSS de *Fashiontronics e Beleza* apresentou queda de 5,2% no trimestre.

R\$ milhões	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>Receita Bruta Digital Total (GMV<sup>1</sup> 1P+3P)</b>	<b>264,8</b>	<b>253,2</b>	<b>4,6%</b>	<b>773,9</b>	<b>644,3</b>	<b>20,1%</b>
<b>Receita Líquida Digital</b>	<b>198,0</b>	<b>194,0</b>	<b>2,1%</b>	<b>576,4</b>	<b>491,6</b>	<b>17,3%</b>
<b>% Receita Líquida Digital / Receita Total Mercadorias</b>	<b>14,9%</b>	<b>15,1%</b>	<b>-0,2p.p.</b>	<b>14,3%</b>	<b>15,7%</b>	<b>-1,4p.p.</b>

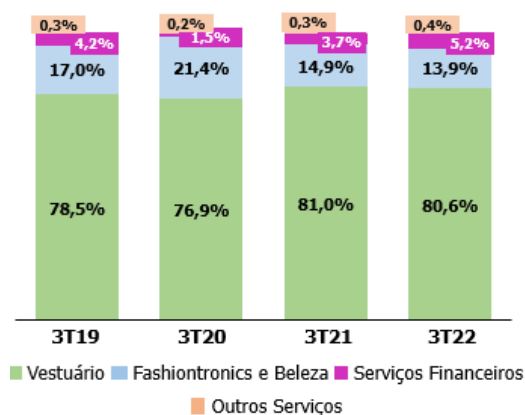
(1) GMV - Gross Merchandise Value: 1P – first-party relationship ou vendas diretas, 3P – third-party relationship ou vendas do marketplace.

Nossa Receita Bruta Digital, ou GMV on-line, considerando nossas vendas e dos parceiros (*sellers*) em nosso *marketplace* apresentou um crescimento de 4,6%, atingindo R\$ 264,8 milhões. A receita líquida omni da C&A foi de R\$ 198,0 milhões, crescimento de 2,1%. A participação em relação à venda total foi mantida em dois dígitos, ficando em 14,9%.

A receita de Serviços Financeiros foi de R\$ 73,4 milhões, apresentando aumento de 48,0%, principalmente em função do crescimento da operação do C&A Pay.

A linha de outras receitas apresentou aumento de 6,5% no 3T22, ficando em R\$ 4,9 milhões.

## Receita Líquida por Negócio



No terceiro trimestre, a participação do *fashiontronics e beleza* ficou em 13,9%, com queda de 1 p.p. em relação ao 3T21 e de 3,1 p.p. em relação ao 3T19. A receita de serviços financeiros aumentou a participação ficando em 5,2%.

## Lucro e Margem Bruta

R\$ milhões exceto margens	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>Lucro Bruto Total</b>	<b>693,8</b>	<b>599,3</b>	<b>15,8%</b>	<b>2.097,7</b>	<b>1.498,8</b>	<b>40,0%</b>
Lucro Bruto de Mercadorias	635,1	569,0	11,6%	1.936,9	1.380,2	40,3%
<i>Vestuário</i>	586,8	535,2	9,6%	1.794,6	1.283,5	39,8%
<i>Fashiontronics e Beleza</i>	48,3	33,8	42,9%	142,3	96,6	47,3%
Lucro Bruto Serviços Financeiros	73,0	49,4	47,8%	193,3	149,1	29,7%
Lucro Bruto Outras	(14,3)	(19,1)	-25,1%	(32,5)	(30,5)	6,6%
<b>Margem Bruta Total</b>	<b>49,3%</b>	<b>44,7%</b>	<b>4,6p.p.</b>	<b>49,5%</b>	<b>45,5%</b>	<b>4,0p.p.</b>
Margem Bruta Vestuário	51,8%	49,3%	2,5p.p.	53,2%	49,3%	3,9p.p.
Margem Bruta <i>Fashiontronics e Beleza</i>	24,7%	16,9%	7,8p.p.	21,8%	18,4%	3,4p.p.
<b>Margem Bruta de Mercadorias</b>	<b>47,8%</b>	<b>44,3%</b>	<b>3,5p.p.</b>	<b>48,1%</b>	<b>44,1%</b>	<b>4,0p.p.</b>

No 3T22, o lucro bruto acumulou R\$ 693,8 milhões, montante 15,8% superior ao do 3T21. A margem bruta total de 49,3% foi 4,6 pp superior em função principalmente da melhoria da margem observada no vestuário e pelo aumento da participação de serviços financeiros.

A margem bruta de mercadorias ficou em 47,8%, um aumento de 3,5 p.p. em relação ao 3T21. Este resultado é consequência da melhoria das margens tanto de vestuário como de *fashiontronics* e beleza e da participação das categorias, com vestuário 0,8 p.p. maior do que no 3T21.

A margem bruta de vestuário ficou em 51,8%, um aumento de 2,5 pp em função da contínua evolução da precificação dinâmica, da menor remarcação da coleção de inverno dada a forte venda no 2T22, e do início da captura do benefício da distribuição *push-pull* em nossos produtos de maior giro.

Em *Fashiontronics e Beleza*, a margem foi de 24,7%, aumento de 7,8 pp devido principalmente ao aumento da participação da venda de itens de beleza nesta categoria, que apresentam margem melhor do que celulares e smartphones, e por um não reconhecimento tributário no 3T21 que acabou prejudicando a margem bruta daquele trimestre.

O lucro bruto de serviços financeiros ficou em R\$ 73,0 milhões, aumento de 47,8%, em linha com a variação de receita.

O lucro bruto na linha de outras ficou negativo em R\$14,3 milhões em função de perdas de mercadorias registradas no trimestre.



## Despesas Operacionais

R\$ milhões	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
Despesas com Vendas	(427,1)	(409,9)	4,2%	(1.338,6)	(1.102,8)	21,4%
Despesas Gerais e Administrativas	(109,1)	(104,8)	4,1%	(345,9)	(257,1)	34,5%
<b>Total Despesas com Vendas e Gerais e Administrativas<sup>1</sup></b>	<b>(536,3)</b>	<b>(514,7)</b>	<b>4,2%</b>	<b>(1.684,5)</b>	<b>(1.359,9)</b>	<b>23,9%</b>
Outras (Despesas) Receitas Operacionais	37,5	13,4	179,9%	49,8	145,5	-65,8%
<b>Despesas Operacionais<sup>1</sup></b>	<b>(498,8)</b>	<b>(501,3)</b>	<b>-0,5%</b>	<b>(1.634,7)</b>	<b>(1.214,4)</b>	<b>34,6%</b>
%	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
Despesas com Vendas/Receita Líquida Total	30,3%	30,6%	-0,3p.p.	31,6%	33,5%	-1,9p.p.
Despesas G&A/ Receita Líquida Total	7,8%	7,8%	0,0p.p.	8,2%	7,8%	0,4p.p.
<b>Despesas com Vendas e G&amp;A/Receita Líquida Total</b>	<b>38,1%</b>	<b>38,4%</b>	<b>-0,3p.p.</b>	<b>39,8%</b>	<b>41,3%</b>	<b>-1,5p.p.</b>

(1) As despesas consideram o impacto do pagamento do arrendamento mercantil, conforme norma contábil IFRS16. As informações excluindo esse impacto, estão disponíveis na planilha de fundamentos no site de RI da C&A. Também são excluídas as despesas de Depreciação e Amortização, inclusive a Depreciação Direito de Uso (Arrendamento), para facilitar a análise.

No terceiro trimestre, as despesas operacionais excluindo depreciação somaram R\$ 498,8 milhões, montante 0,5% menor do que o apresentado no 3T21 principalmente em função de outras receitas operacionais.

As despesas de vendas foram R\$ 427,1 milhões, aumento de 4,2%, mas abaixo da inflação acumulada no período e mitigando o impacto do crescimento da operação com abertura de novas lojas. A principal linha que justifica o desempenho foi marketing que apresentou redução de 9,0% em relação ao 3T21, reflexo de nossa busca por rentabilidade na operação on-line com redução das despesas em marketing digital. A linha de ocupação também apresentou redução de 2,1% concentrada em gastos de energia que foi resultante de diferentes iniciativas de economia e da reversão de provisão de créditos de ICMS da energia adquirida no mercado livre. (quebra das despesas de vendas está disponível na planilha de fundamentos no site de RI da C&A - <https://ri.cea.com.br/>).

As despesas gerais e administrativas ficaram 4,1% maior, somando R\$ 109,1 milhões, em função da operação do C&A Pay, cuja estrutura não existia no período de comparação no último ano, parcialmente mitigada pela redução na linha de materiais e serviços de terceiros em função do ganho de eficiência principalmente no centro de distribuição eCommerce com a nova operação automatizada.

O indicador despesas com vendas e G&A sobre receita líquida total ficou em 38,1%, redução de 0,3 p.p. No acumulado de 9 meses, este indicador apresentou queda de 1,5 pp.

A linha de Outras (Despesas) e Receitas Operacionais foi uma receita de R\$ 37,5 milhões em função da recuperação de diversos créditos fiscais, sendo o principal relacionado à declaração

da inconstitucionalidade da cobrança da Diferença de Alíquotas do ICMS – DIFAL nas operações interestaduais envolvendo consumidores finais não contribuintes do imposto, no valor aproximado de R\$20 milhões.

## Serviços Financeiros

A receita líquida de serviços financeiros foi de R\$ 73,4 milhões, aumento de 48,0% em relação ao 3T21. A receita decorrente da parceria com Bradescard foi de R\$ 29,8 milhões, queda de 39,9%.

A provisão para perdas da operação do C&A Pay foi de R\$ 20,8 milhões no trimestre. As despesas totais foram de R\$ 61,2 milhões, montante 80,5% considerando que a operação do C&A Pay não existia no 3T21.

A participação do crédito oferecido tanto via parceria Bradescard como via C&A Pay representou 22% das vendas no terceiro trimestre.

R\$ milhões	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
Parceria Bradescard	29,8	49,6	-39,9%	112,6	149,8	-24,8%
C&A Pay (Private Label)	43,6	0,0	-	81,9	0,0	-
<b>Receita líquida do <i>Funding</i> e Impostos de Serviços Financeiros</b>	<b>73,4</b>	<b>49,6</b>	<b>48,0%</b>	<b>194,5</b>	<b>149,8</b>	<b>29,8%</b>
<b>Lucro bruto - Serviços Financeiros</b>	<b>73,0</b>	<b>49,4</b>	<b>47,8%</b>	<b>193,3</b>	<b>149,1</b>	<b>29,6%</b>
<b>(-) Perdas, Líq. das Recuperações (C&amp;A Pay – Private Label)</b>	<b>(20,8)</b>	<b>0,0</b>	<b>-</b>	<b>(34,2)</b>	<b>0,0</b>	<b>-</b>
<b>(-) Despesas Totais de Serviços Financeiros</b>	<b>(61,2)</b>	<b>(33,9)</b>	<b>80,5%</b>	<b>(161,1)</b>	<b>(89,9)</b>	<b>79,2%</b>
<b>(=) Resultado de Serviços Financeiros</b>	<b>(9,0)</b>	<b>15,5</b>	<b>-158,1%</b>	<b>(2,0)</b>	<b>59,2</b>	<b>-103,4%</b>

Indicadores	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>Parceria Bradescard</b>						
Média Líquida de Contas a Receber (bilhões)	2,7	2,7	0,0%	2,8	2,8	0,0%
% da Venda	8%	15%	-7p.p.	9%	15%	-6p.p.
Número de cartões novos (mil)	59,0	277,0	-78,7%	272,0	606,0	-55,1%
Número de cartões ativos (milhões)	2,2	2,5	-12,0%	2,4	2,6	-7,7%
Perdas, líquidas das recuperações, sobre carteira média - período (%)	3,2%	1,6%	1,6p.p.	7,7%	4,3%	3,4p.p.

Na parceria com Bradescard, o número de cartões novos emitidos no trimestre foi de 59 mil e a participação do crédito oferecido como % das vendas foi de 8%, caindo 7 pp.

Indicadores	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>C&amp;A Pay (Private Label)</b>						
Carteira final do período (milhões)	384,8	-	-	384,8	-	-
% da Venda	14%	-	-	13,0%	-	-
Número de cartões novos (mil)	477,7	-	-	1.557,0	-	-
Número de cartões emitidos (mil)	1.958,5	-	-	1.958,5	-	-
Perdas, líquidas das recuperações, sobre carteira média - período (%)	5,9%	-	-	14,2%	-	-

O C&A Pay emitiu no trimestre quase 480 mil novos cartões digitais, atingindo mais de 1,95 milhão de cartões emitidos. A participação nas vendas no trimestre foi de 14%. As perdas líquidas de recuperação sobre a carteira média no trimestre representaram 5,9%.

O ticket médio no 3T22 das compras com C&A Pay foi cerca de R\$ 210 e a frequência de compra que é superior à dos clientes que pagam com outros meios de pagamento, fazem com que o gasto do cliente fique aproximadamente 80% maior do que outros clientes.

C&A Pay - Private Label (R\$ mil)	A vencer	Vencida	Saldo
Até 30 dias	97.297	11.624	108.921
de 31 a 60 dias	60.036	9.836	69.872
de 61 a 90 dias	41.749	13.815	55.564
de 91 até 180	67.790	26.784	94.574
Acima de 181 dias	39.153	16.704	55.857
<b>Total</b>	<b>306.025</b>	<b>78.763</b>	<b>384.788</b>

A carteira em aberto a partir de 90 dias ficou em 11,3%. Lembrando que o C&A Pay tem 10 meses de operação ao fim do 3T22, ainda se encontra em fase de formação de safras. Este percentual deve aumentar com a maturação do negócio.

C&A Pay - Private Label (R\$ mil)	Carteira	PDD	% Cobertura
Saldo <i>On Balance</i>	384.788	34.465	9,0%
Estágio 1	307.628	2.424	0,8%
Estágio 2	32.973	3.998	12,1%
Estágio 3	44.187	28.043	63,5%
Saldo <i>Off Balance</i>	867.923	261	0,0%
<b>Total Geral</b>	<b>1.252.711</b>	<b>34.726</b>	<b>2,8%</b>

**Índice de cobertura sobre carteira crédito**

**9,0%**

O índice de cobertura sobre a carteira de crédito fechou o trimestre em 9,0%.

Modalidades de Pagamento	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>À vista</b>	<b>30%</b>	<b>34%</b>	<b>-4p.p.</b>	<b>30%</b>	<b>34%</b>	<b>-4p.p.</b>
<b>Cartões parceria Bradescard</b>	<b>8%</b>	<b>15%</b>	<b>-7p.p.</b>	<b>9%</b>	<b>15%</b>	<b>-6p.p.</b>
Até 5 parcelas	5%	9%	-4p.p.	6%	8%	-2p.p.
Acima de 5 parcelas	1%	2%	-1p.p.	2%	2%	-0p.p.
Outros	2%	4%	-2p.p.	1%	4%	-3p.p.
<b>C&amp;A Pay (Private Label)</b>	<b>14%</b>	<b>0%</b>	<b>14p.p.</b>	<b>13%</b>	<b>0%</b>	<b>13p.p.</b>
Até 5 parcelas	9%	0%	9p.p.	8%	0%	8p.p.
Acima de 5 parcelas	1%	0%	1p.p.	1%	0%	1p.p.
Outros	4%	0%	4p.p.	4%	0%	4p.p.
<b>Cartões Terceiros</b>	<b>48%</b>	<b>51%</b>	<b>-3p.p.</b>	<b>48%</b>	<b>51%</b>	<b>-3p.p.</b>
Até 3 parcelas	31%	31%	0p.p.	30%	30%	-0p.p.
Acima de 3 parcelas	7%	11%	-4p.p.	9%	12%	-3p.p.
Outros	10%	9%	1p.p.	9%	9%	-0p.p.

Nas modalidades de pagamento, destaca-se o ganho de participação do C&A Pay em detrimento das outras modalidades.

## EBITDA Ajustado (Pós-IFRS 16)

R\$ milhões exceto margem	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido do Exercício</b>	<b>(61,4)</b>	<b>243,9</b>	<b>-125,2%</b>	<b>(212,0)</b>	<b>174,6</b>	<b>-221,4%</b>
(+) Impostos sobre o Lucro	(42,5)	(326,3)	-87,0%	(137,8)	(360,0)	-61,7%
(+/-) Resultado Financeiro Líquido	101,5	41,8	142,8%	265,7	61,4	332,7%
(+) Depreciação e Amortização	176,6	138,6	27,4%	512,9	408,4	25,6%
<b>(=) EBITDA (pós-IFRS16)</b>	<b>174,2</b>	<b>98,0</b>	<b>77,8%</b>	<b>428,8</b>	<b>284,4</b>	<b>50,8%</b>
(+/-) Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	10,2	(6,3)	-261,9%	17,7	39,2	-54,8%
(+) Receita Financeira de Fornecedores	2,0	2,1	-4,8%	6,7	8,1	-17,3%
(-) Recuperação de Créditos Fiscais	(46,7)	(7,0)	567,1%	(67,5)	(184,7)	-63,5%
<b>(=) EBITDA Ajustado (pós-IFRS 16)<sup>1</sup></b>	<b>139,7</b>	<b>86,8</b>	<b>60,9%</b>	<b>385,7</b>	<b>147,0</b>	<b>162,4%</b>
<b>Margem EBITDA Ajustada (pós-IFRS 16)<sup>1</sup> sobre Receita Líquida</b>	<b>9,9%</b>	<b>6,5%</b>	<b>3,4p.p.</b>	<b>9,1%</b>	<b>4,5%</b>	<b>4,6p.p.</b>
<b>Margem EBITDA Ajustada (pós-IFRS 16)<sup>1</sup> sobre Receita de Mercadorias</b>	<b>10,5%</b>	<b>6,8%</b>	<b>3,7p.p.</b>	<b>9,6%</b>	<b>4,7%</b>	<b>4,9p.p.</b>

(1) EBITDA ajustado por: (i) outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) receita financeira de fornecedores; e (iii) recuperação de créditos fiscais.

O EBITDA ajustado pós-IFRS 16 no terceiro trimestre de 2022 foi de R\$ 139,7 milhões, um aumento de 60,9% em relação ao 3T21, com margem EBITDA ajustada pós-IFRS 16 de 10,5%. No acumulado de 9 meses, o EBITDA ajustado pós-IFRS 16 é de R\$ 385,7 milhões com margem de 9,6%.

R\$ milhões exceto margem	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
(-) Resultado de Serviços Financeiros	9,0	(15,5)	-158,1%	2,0	(59,2)	-103,4%
<b>EBITDA Ajustado (pós-IFRS16) da Operação de Varejo</b>	<b>148,7</b>	<b>71,3</b>	<b>108,6%</b>	<b>387,7</b>	<b>87,8</b>	<b>341,6%</b>
<b>Margem EBITDA Ajustado (pós-IFRS16) da Operação de Varejo</b>	<b>10,6%</b>	<b>5,3%</b>	<b>5,3p.p.</b>	<b>9,2%</b>	<b>2,7%</b>	<b>6,5p.p.</b>

No trimestre, o EBITDA ajustado da operação de Varejo foi de R\$ 148,7 milhões, com margem de 10,6%. No acumulado de 9 meses, o EBITDA ajustado da operação de Varejo ficou em R\$ 387,7 milhões.

## Resultado Financeiro

R\$ milhões	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>Varição Cambial</b>	<b>(1,2)</b>	<b>(1,9)</b>	<b>-36,8%</b>	<b>(0,0)</b>	<b>(0,6)</b>	<b>-100,0%</b>
<b>Total Despesas Financeiras</b>	<b>(174,3)</b>	<b>(73,4)</b>	<b>137,5%</b>	<b>(429,4)</b>	<b>(181,6)</b>	<b>136,5%</b>
Juros sobre empréstimos	(85,5)	(25,0)	242,0%	(191,0)	(49,8)	283,5%
Juros sobre Arrendamento	(40,4)	(35,1)	15,1%	(116,3)	(101,4)	14,7%
Juros sobre impostos e contingências	(7,0)	(3,4)	105,9%	(15,6)	(10,4)	50,0%
Outras Despesas Financeiras	(41,4)	(10,0)	314,0%	(106,5)	(20,0)	432,5%
<b>Total Receitas Financeiras</b>	<b>74,0</b>	<b>33,6</b>	<b>120,2%</b>	<b>163,8</b>	<b>120,8</b>	<b>35,6%</b>
Receitas com juros	34,4	20,4	68,6%	84,5	90,7	-6,8%
Juros sobre aplicações financeiras	37,5	11,1	237,8%	72,5	22,1	228,1%
Outras Receitas Financeiras	2,0	2,0	0,0%	6,7	8,0	-16,3%
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(101,5)</b>	<b>(41,8)</b>	<b>142,8%</b>	<b>(265,6)</b>	<b>(61,4)</b>	<b>332,6%</b>

No 3T22, o resultado financeiro foi uma despesa de R\$ 101,5 milhões principalmente em função do aumento da despesa financeira com juros sobre empréstimos - consequência do aumento da dívida e do aumento da taxa CDI. Além dos juros com empréstimos, houve aumento em outras despesas financeiras refletindo o ajuste a valor presente das compras de fornecedores dado aumento na taxa Selic e a contabilização da correção monetária do valor devido ao Bradesco pela recompra do direito de ofertar crédito, que não existia no 3T21 e representou R\$ 16,3 milhões. No acumulado de 9 meses, o resultado financeiro é uma despesa de R\$ 265,6 milhões.

## Lucro Líquido

R\$ milhões exceto margem	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	<b>(61,4)</b>	<b>243,9</b>	<b>-125,2%</b>	<b>(212,0)</b>	<b>174,6</b>	<b>-221,4%</b>
<b>Margem Líquida</b>	<b>-4,4%</b>	<b>18,2%</b>	<b>-22,6p.p.</b>	<b>-5,0%</b>	<b>5,3%</b>	<b>-10,3p.p.</b>

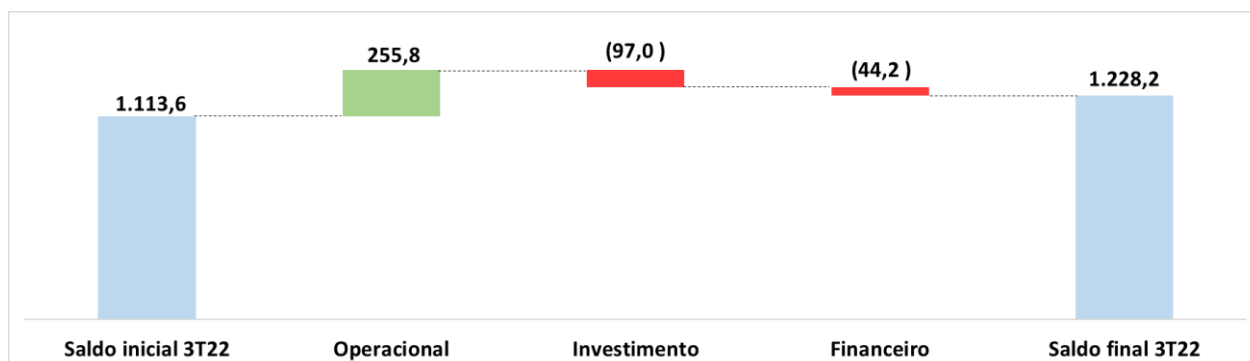
No 3T22, a C&A apresentou prejuízo de R\$ 61,4 milhões, com margem negativa de 4,4%. Lembrando que no 3T21 houve o reconhecimento de um crédito fiscal relevante (no valor de R\$ 298 milhões) que resultou no lucro apresentado na tabela. Excluindo o efeito não recorrente mencionado, o resultado no 3T21 teria sido um prejuízo de R\$ 54,2 milhões. No acumulado de 9 meses, temos um prejuízo de R\$ 212,0 milhões principalmente em função do resultado financeiro.

## Fluxo de Caixa Livre Ajustado

R\$ milhões	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>Lucro (Prejuízo) pré-IFRS16 antes do IR/CSLL</b>	<b>(85,1)</b>	<b>(78,5)</b>	<b>8,4%</b>	<b>(299,1)</b>	<b>(154,5)</b>	<b>93,6%</b>
Depreciação e amortização	84,1	61,6	36,5%	247,7	178,5	38,8%
(+/-) Outros	106,7	36,7	190,7%	243,2	(141,7)	-271,6%
<b>Ajustes sem efeito caixa</b>	<b>190,9</b>	<b>98,4</b>	<b>94,0%</b>	<b>490,9</b>	<b>36,8</b>	<b>1234,0%</b>
<b>Imposto de renda e contribuição social pagos</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>-</b>	<b>(5,2)</b>	<b>(1,8)</b>	<b>188,9%</b>
<b>Capital de Giro</b>	<b>150,0</b>	<b>189,2</b>	<b>-20,7%</b>	<b>(419,4)</b>	<b>(208,5)</b>	<b>101,2%</b>
Contas a receber	132,1	(26,2)	-604,2%	(0,1)	183,9	-100,1%
Estoques	(27,6)	(28,1)	-1,8%	(166,0)	(271,7)	-38,9%
Fornecedores	(27,1)	216,2	-112,5%	(269,8)	(104,7)	157,7%
Outros	72,6	27,4	165,0%	16,6	(16,6)	-200,0%
<b>Caixa originado das atividades operacionais</b>	<b>255,8</b>	<b>209,1</b>	<b>22,3%</b>	<b>(232,8)</b>	<b>(325,9)</b>	<b>-28,6%</b>
<b>(-) CAPEX (Investimentos)</b>	<b>(97,0)</b>	<b>(124,0)</b>	<b>-21,8%</b>	<b>(388,6)</b>	<b>(331,0)</b>	<b>17,4%</b>
<b>(=) Fluxo de Caixa Livre Ajustado</b>	<b>158,7</b>	<b>85,2</b>	<b>86,4%</b>	<b>(621,3)</b>	<b>(657,0)</b>	<b>-5,4%</b>

No terceiro trimestre de 2022, o fluxo de caixa livre foi de R\$ 158,7 milhões, com a melhora no capital de giro decorrente de nossas iniciativas junto a fornecedores diretos e indiretos, redução do prazo de recebimento, dentre outras. No acumulado de 9 meses, o fluxo de caixa livre ficou negativo em R\$ 621,3 milhões.

## Movimentação Caixa – 3T22



Acompanhando a movimentação específica do trimestre, houve geração de R\$ 114,6 milhões. As atividades operacionais geraram caixa no valor de R\$ 255,8 milhões, valor beneficiado pela compensação de créditos fiscais extemporâneos de R\$ 45,8 milhões. Os investimentos consumiram R\$ 97,0 milhões e as atividades de financiamento consumiram R\$ 44,2 milhões.

R\$ milhões	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>Total dos Investimentos<sup>1</sup></b>	<b>93,4</b>	<b>122,7</b>	<b>-23,9%</b>	<b>262,6</b>	<b>334,9</b>	<b>-21,6%</b>
Novas Lojas	24,2	42,6	-43,2%	92,4	85,0	8,7%
Reformas e Remodelagens	8,7	11,1	-21,6%	22,7	22,9	-0,9%
Cadeia de Suprimentos	11,4	55,6	-79,5%	26,2	100,8	-74,0%
Digital e Tecnologia	49,1	13,4	266,4%	121,3	126,2	-3,9%

(1) 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.

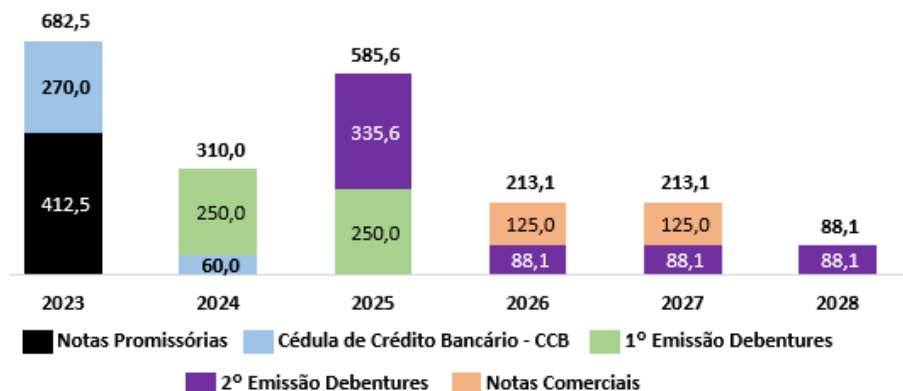
O investimento no trimestre foi de R\$ 93,4 milhões, valor 23,9% menor quando comparado ao 3T21. Do total, investimentos em Digital e Tecnologia somaram R\$ 49,1 milhões. No acumulado de 9 meses, o investimento foi de R\$ 262,6 milhões, 21,6% menor do que nos 9M21.

## Endividamento

R\$ milhões	9M22	9M21	Δ
<b>Dívida Bruta</b>	<b>2.382,8</b>	<b>1.372,8</b>	<b>73,6%</b>
Dívida de Curto Prazo	978,4	104,0	840,8%
Dívida de Longo Prazo	1.404,4	1.268,8	10,7%
<b>(-) Caixa e Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras</b>	<b>1.236,7</b>	<b>969,4</b>	<b>27,6%</b>
<b>(=) Caixa ou (Dívida Líquida)</b>	<b>(1.146,0)</b>	<b>(403,4)</b>	<b>184,1%</b>

No fim do terceiro trimestre, nossa dívida líquida era de R\$ 1.146,0 milhões e a dívida total apresentava um prazo médio de 3,62 anos e um custo médio (*all in*) de CDI+2,10%. A alavancagem calculada de acordo com os critérios de covenants das dívidas contraídas ficou em 3,2x a dívida líquida / EBITDA últimos doze meses no valor de R\$ 357,7 milhões (conforme tabela apresentada no anexo da página 18) em função do desempenho ainda impactado pela pandemia no ano passado e da sazonalidade da operação no ano.

**Cronograma de Amortização da Dívida (R\$ milhões)**



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\$ 16,8 milhões no 3T22 e houve valorização das ações de 42,6%. Em 30 de setembro de 2022, o valor de mercado da Companhia era de R\$ 1 bilhão.

CEAB3 <sup>1</sup>		CEAB3 x Ibovespa (out/2019 - Atual)	
Preço Final (30/09/2022)	R\$3,28		
Maior Preço do 3T22	R\$3,84		
Menor Preço do 3T22	R\$2,21		
Valorização/Desvalorização no 3T22	42,6%		
Número total de ações	308.245.068		
Market Cap (30/09/2022)	R\$1 bilhão		
Média diária de Liquidez no 3T22	R\$16,8 milhões		

O capital da Companhia totaliza 308.245.068 ações ordinárias e o *free float* é de 34,5%. Nossos principais acionistas e o *free float* da Companhia, com base em 30/09/2022, estão descritos no quadro a seguir:

Composição acionária	Nº de ações (ON)	% do total
Acionista controlador	201.319.336	65,3%
Administração	805.798	0,3%
Tesouraria	1.308.400	0,4%
Outros	104.811.534	34,0%
<b>Total</b>	<b>308.245.068</b>	<b>100,0%</b>



Em 12 de novembro de 2021, o Conselho de Administração aprovou a aquisição de ações de emissão da Companhia para manutenção em tesouraria para atender ao Plano de Incentivo de Longo Prazo, e maximizar a geração de valor para o acionista por meio de uma administração eficiente da estrutura de capital. Foi autorizado a recompra de 5.300.000 ações, das quais 1.308.400 ações foram adquiridas até 30 de setembro de 2022 com preço de R\$4,02. Durante o 3T22, foram adquiridas 327.100 ações com preço médio de R\$3,06. O Programa tem validade até maio de 2023.

## Evento Subsequente

Em 16 de agosto de 2017, a Companhia impetrou Mandado de Segurança para discutir o direito de fruição da alíquota zero do PIS e da COFINS, prevista pela Lei nº 11.196/2005 (conhecida como “Lei do Bem”), para a venda a varejo de smartphones produzidos no país. Em 27 de outubro de 2022 houve o trânsito em julgado do processo no âmbito do Supremo Tribunal Judicial (STJ) e a Companhia aguarda a finalização dos trâmites legais e respectivas formalizações.

Os valores a serem registrados como créditos para compensação futura encontram-se em fase de levantamento, sendo que até a data de divulgação das demonstrações interinas de 30 de setembro de 2022 a Administração da Companhia estima que estes créditos, com as respectivas atualizações monetárias, totalizem aproximadamente R\$ 140 milhões.

## Anexos

### EBITDA Ajustado

#### EBITDA Ajustado Total (pré IFRS 16)

R\$ milhões	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>Lucro Líquido (Prejuízo) do Exercício</b>	<b>(61,4)</b>	<b>243,9</b>	<b>-125,2%</b>	<b>(212,0)</b>	<b>174,6</b>	<b>-221,4%</b>
(+) impostos sobre o Lucro	(42,5)	(326,3)	-87,0%	(137,8)	(360,0)	-61,7%
(+/-) Resultado Financeiro Líquido	101,5	41,8	142,8%	265,7	61,4	332,7%
(+) depreciação e Amortização	176,6	138,6	27,4%	512,9	408,4	25,6%
<b>(=) EBITDA (pós-IFRS16)</b>	<b>174,2</b>	<b>98,0</b>	<b>77,8%</b>	<b>428,8</b>	<b>284,4</b>	<b>50,8%</b>
(+/-) Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	10,2	(6,3)	-261,9%	17,7	39,2	-54,8%
(+) Receita Financeira de Fornecedores	2,0	2,1	-4,8%	6,7	8,1	-17,3%
(-) Recuperação de Créditos Fiscais	(46,7)	(7,0)	567,1%	(67,5)	(184,7)	-63,5%
<b>(=) EBITDA Ajustado (pós-IFRS16)</b>	<b>139,7</b>	<b>86,8</b>	<b>60,9%</b>	<b>385,7</b>	<b>147,0</b>	<b>162,4%</b>
(-) Arrendamento Mercantil	(113,0)	(100,1)	12,9%	(331,8)	(292,8)	13,3%
<b>(=) EBITDA Ajustado<sup>1</sup> (pré-IFRS16)</b>	<b>26,7</b>	<b>(13,3)</b>	<b>-300,0%</b>	<b>53,9</b>	<b>(145,8)</b>	<b>-137,0%</b>
<b>Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS16)</b>	<b>1,9%</b>	<b>-1,0%</b>	<b>2,9p.p.</b>	<b>1,3%</b>	<b>-4,4%</b>	<b>5,7p.p.</b>

(1) 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) Receitas Financeiras de Fornecedores; (iii) Recuperação de Créditos Fiscais; e (iv) Arrendamento Mercantil. O EBITDA Ajustado (pré IFRS16) não considera os efeitos da norma contábil IFRS16.

#### EBITDA Ajustado Covenants (últimos 12 meses)

R\$ milhões	30/09/2022
<b>EBITDA pós-IFRS 16(últimos 12 meses)</b>	<b>791,8</b>
(-) Arrendamento Mercantil	(434,4)
<b>(=) EBITDA pré-IFRS16 (últimos 12 meses)</b>	<b>357,4</b>
(+/-) Ganhos (Perdas) Venda de Ativos Excluindo os Efeitos do IFRS16	6,1
(+/-) Impairment	(12,2)
(+) Receita Financeira de Fornecedores	11,1
(-) Gastos com Reestruturação/Consultoria	8,3
(+/-) Provisões (Reversões) de Contingências	(13,0)
<b>(=) EBITDA pré-IFRS16 Ajustado para covenants<sup>1</sup> (últimos 12 meses)</b>	<b>357,7</b>

(1) EBITDA Ajustado para fins de covenants das dívidas, exclui o os efeitos do CPC 06 (R2) e da norma Internacional de Contabilidade – IFRS 16, antes de: (i) imposto de renda e contribuição social sobre o lucro líquido, (ii) despesas de depreciação do imobilizado (excluindo-se imobilização), (iii) despesas de amortização, (iv) do resultado financeiro (exceto receita obtida por antecipação de notas de fornecedores, que deve ser considerada parte do EBITDA), (v) da equivalência patrimonial, (vi) da participação de acionistas minoritários e (vii) do Resultado Não Operacional. Para esse relatório foi considerado como "Resultado Não Operacional": (i) a venda de ativos, (ii) provisões/reversões de contingências, (iii) impairment, (iv) despesas pontuais de reestruturação.

## Demonstração do Resultado Consolidado - 3T22 e 9M22

R\$ milhões	3T22	3T21	Δ	9M22	9M21	Δ
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>1.407,5</b>	<b>1.339,4</b>	<b>5,1%</b>	<b>4.234,8</b>	<b>3.291,1</b>	<b>28,7%</b>
Vestuário	1.133,9	1.085,5	4,5%	3.373,5	2.602,3	29,6%
<i>Fashiontronics</i> e Beleza	195,3	199,8	-2,3%	651,3	525,3	24,0%
<b>Receita líquida de mercadorias</b>	<b>1.329,2</b>	<b>1.285,2</b>	<b>3,4%</b>	<b>4.024,8</b>	<b>3.127,6</b>	<b>28,7%</b>
<b>Serviços Financeiros</b>	<b>73,4</b>	<b>49,6</b>	<b>48,0%</b>	<b>194,5</b>	<b>149,8</b>	<b>29,8%</b>
<b>Outras Receitas</b>	<b>4,9</b>	<b>4,6</b>	<b>6,5%</b>	<b>15,5</b>	<b>13,7</b>	<b>12,4%</b>
<b>Custo de Mercadorias/ Serviços</b>	<b>(713,7)</b>	<b>(740,1)</b>	<b>-3,6%</b>	<b>(2.137,1)</b>	<b>(1.792,3)</b>	<b>19,2%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>693,8</b>	<b>599,3</b>	<b>15,8%</b>	<b>2.097,7</b>	<b>1.498,8</b>	<b>40,0%</b>
Vestuário	586,8	535,2	9,6%	1.794,6	1.283,5	39,8%
<i>Fashiontronics</i> e Beleza	48,3	33,8	42,9%	142,3	96,6	47,3%
<b>Lucro Bruto de mercadorias</b>	<b>635,1</b>	<b>569,0</b>	<b>11,6%</b>	<b>1.936,9</b>	<b>1.380,2</b>	<b>40,3%</b>
<b>Lucro Bruto de Serviços Financeiros</b>	<b>73,0</b>	<b>49,4</b>	<b>47,8%</b>	<b>193,4</b>	<b>149,1</b>	<b>29,7%</b>
<b>Lucro Bruto Outras</b>	<b>(14,3)</b>	<b>(19,1)</b>	<b>-25,1%</b>	<b>(32,5)</b>	<b>(30,5)</b>	<b>6,6%</b>
<b>(Despesas) e Receitas Operacionais</b>	<b>(696,2)</b>	<b>(640,0)</b>	<b>8,8%</b>	<b>(2.181,8)</b>	<b>(1.622,7)</b>	<b>34,5%</b>
Gerais e Administrativas	(109,1)	(104,8)	4,1%	(345,9)	(257,1)	34,5%
Vendas	(427,1)	(409,9)	4,2%	(1.338,6)	(1.102,8)	21,4%
Depreciação e Amortização	(176,6)	(138,6)	27,4%	(512,9)	(408,4)	25,6%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	37,5	13,4	179,9%	49,8	145,5	-65,8%
Perdas em créditos, liquidas	(20,8)	0,0	-	(34,2)	0,0	-
<b>Lucro antes das Receitas e Despesas Financeiras</b>	<b>(2,4)</b>	<b>(40,6)</b>	<b>-94,1%</b>	<b>(84,0)</b>	<b>(124,0)</b>	<b>-32,3%</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(101,5)</b>	<b>(41,8)</b>	<b>142,8%</b>	<b>(265,7)</b>	<b>(61,4)</b>	<b>332,7%</b>
Variação Cambial	(1,2)	(1,9)	-36,8%	0,1	(0,6)	-116,7%
Total Despesas Financeiras	(174,3)	(73,4)	137,5%	(429,5)	(181,6)	136,5%
Total Receitas Financeiras	74,0	33,6	120,2%	163,7	120,8	35,5%
<b>Lucro antes dos Impostos</b>	<b>(103,9)</b>	<b>(82,4)</b>	<b>26,1%</b>	<b>(349,8)</b>	<b>(185,4)</b>	<b>88,7%</b>
Impostos sobre o lucro	42,5	326,3	-87,0%	137,8	360,0	-61,7%
<b>Lucro Líquido (Prejuízo) do Exercício</b>	<b>(61,4)</b>	<b>243,9</b>	<b>-125,2%</b>	<b>(212,0)</b>	<b>174,6</b>	<b>-221,4%</b>

## Balço Patrimonial Consolidado

R\$ milhões	30/09/2022	31/12/2021	R\$ milhões	30/09/2022	31/12/2021
<b>Ativo Total</b>	<b>9.014,9</b>	<b>8.672,7</b>	<b>Total do Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>9.014,9</b>	<b>8.672,7</b>
<b>Ativo Circulante</b>	<b>4.064,3</b>	<b>3.929,4</b>	<b>Passivo Circulante</b>	<b>3.240,9</b>	<b>2.415,1</b>
Caixa e equivalentes de caixa	1.228,2	1.050,3	Arrendamento mercantil	515,8	471,7
Aplicações Financeiras	8,5	0,0	Fornecedores	1.428,0	1.400,7
Contas a receber	1.107,4	1.145,3	Fornecedores Diretos e Indiretos	975,0	1.400,7
Derivativos	1,2	1,5	Fornecedores ref. Recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	453,0	0,0
Partes relacionadas	0,1	0,5	Empréstimos	977,7	121,2
Estoques	975,0	849,3	Derivativos	1,9	1,9
Tributos a recuperar	692,9	849,2	Obrigações trabalhistas	141,4	155,5
Outros ativos	51,1	33,3	Partes relacionadas	65,6	59,0
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>4.950,5</b>	<b>4.743,3</b>	Tributos a recolher	61,3	176,1
Aplicações Financeiras	0,0	7,8	Outros passivos	49,3	28,9
Tributos a recuperar	922,1	839,8	<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>2.988,1</b>	<b>3.262,6</b>
Tributos diferidos	516,8	378,8	Arrendamento mercantil	1.325,6	1.342,4
Depósitos judiciais	60,9	61,9	Fornecedores	12,5	435,1
Outros ativos	1,0	2,6	Fornecedores Diretos e Indiretos	12,5	20,1
Partes relacionadas	0,1	0,1	Fornecedores ref. Recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	0,0	415,0
Imobilizado	827,7	836,3	Empréstimos	1.404,4	1.253,6
Direito de uso - arrendamento mercantil	1.622,0	1.640,3	Obrigações trabalhistas	7,0	5,7
Intangível	999,9	975,7	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	178,4	169,5
			Tributos a recolher	15,8	16,2
			Outros passivos	44,4	40,1
			<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>2.785,9</b>	<b>2.995,0</b>
			Capital social	1.847,2	1.847,2
			Ações em tesouraria	(5,3)	(1,4)
			Reserva de capital	34,8	27,9
			Lucro (prejuízo) acumulado	(212,0)	0,0
			Reserva de lucros	1.121,6	1.121,6
			Resultados abrangentes	(0,4)	(0,2)

## Fluxo de Caixa Consolidado

R\$ milhões	9M22	9M21
<b>ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>		
<b>Prejuízo antes dos impostos sobre a renda</b>	<b>(349,8)</b>	<b>(185,4)</b>
<b>(+) Ajuste de caixa para conciliação do lucro antes dos impostos com o fluxo de caixa</b>		
Constituição (Reversão) de provisão para perdas de crédito esperadas	38,2	3,6
Ajuste a valor presente do contas a receber e fornecedores	(1,2)	(0,1)
Despesas com remuneração baseado em ações	7,0	6,2
Constituição de provisão para perda nos estoques	40,3	29,4
Ganho/Reconhecimento de processos tributários	(62,8)	(253,9)
Depreciação e amortização	247,7	178,5
Constituição (reversão) de provisão para redução ao valor recuperável do imobilizado, intangível e	(8,2)	0,1
Perda na venda ou baixa do imobilizado e intangível	6,1	4,6
Depreciação do direito de uso	291,1	252,4
Juros sobre arrendamentos	122,8	107,8
Juros sobre empréstimos	202,0	49,8
Amortização custos de transação de empréstimos	2,0	1,9
Constituição (Reversão) de provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	28,7	18,3
Atualização de depósitos judiciais	(8,7)	(1,5)
Rendimento de aplicação financeira	(0,7)	0,0
<b>Variações nos ativos e passivos:</b>	<b>(424,0)</b>	<b>(210,3)</b>
Contas a receber de clientes	0,4	183,9
Partes relacionadas	7,1	(0,8)
Estoques	(166,0)	(271,1)
Tributos a recuperar	136,7	56,5
Outros créditos	(18,9)	(26,0)
Depósitos judiciais	0,6	(9,6)
Fornecedores	(269,8)	(104,7)
Obrigações trabalhistas	(12,8)	24,3
Outros débitos	24,7	11,7
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(10,7)	(20,3)
Tributos a pagar	(110,1)	(52,4)
Impostos de renda e contribuição social pagos	(5,2)	(1,8)
<b>(=) Fluxo de caixa originado das (aplicado nas) atividades operacionais</b>	<b>130,5</b>	<b>1,2</b>
<b>(+) Atividades de investimentos</b>	<b>(388,6)</b>	<b>(331,0)</b>
Aquisição de imobilizado	(160,7)	(167,9)
Aquisição de intangível	(228,3)	(163,2)
Recebimento por venda de ativos imobilizados	0,4	0,1
<b>Fluxo de caixa aplicado nas atividades de investimento</b>		
<b>(+) Atividades de financiamento</b>	<b>436,1</b>	<b>(209,9)</b>
Novos empréstimos e emissão de debêntures	1.103,7	500,0
Custo de transação de empréstimos/debêntures	(6,0)	(3,8)
Pagamento do principal dos empréstimos	(200,0)	(362,5)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(94,4)	(21,9)
Pagamento do principal e juros de arrendamentos	(363,2)	(321,8)
Recompra de ações	(3,9)	0,0
<b>Fluxo de caixa aplicado nas atividades de financiamento</b>		
<b>(=) Redução do saldo de caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>178,0</b>	<b>(539,8)</b>
<b>Caixa e equivalentes de caixa no início do período</b>	<b>1.050,3</b>	<b>1.509,2</b>
<b>Caixa e equivalentes de caixa no fim do período</b>	<b>1.228,2</b>	<b>969,4</b>

## Glossário

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

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

**cac:** Custo de aquisição de clientes

**Clique e Retire:** Solução que permite que clientes façam suas compras on-line 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.

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

**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.

**Push - 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% on-line, 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 é uma empresa de moda focada em propor experiências que vão além do vestir. Fundada em 1841 pelos irmãos Clemens e August na Holanda, a C&A entende e defende a moda como um dos mais fundamentais canais de conexão das pessoas consigo mesmas, com todos à sua volta e, por isso, coloca suas clientes no centro da estratégia. Uma das maiores varejistas de moda do mundo, a C&A chegou ao Brasil em 1976 quando inaugurou a sua primeira loja no shopping Ibirapuera, em São Paulo (SP). Em 30 de setembro de 2022, havia 331 lojas com uma área de vendas total de mais de 610 mil metros quadrados, além do seu E-commerce. Listada na bolsa brasileira (B3) desde outubro de 2019, a C&A inova a partir da oferta de serviços e soluções digitais e omnicanais, visando ampliar experiência on e off line das clientes. Com cerca de 17 mil colaboradores em todo o país, a empresa se destaca ainda por oferecer uma moda jovem, inovadora, diversa e inclusiva para mulheres, homens e crianças, além da sua linha de *fashiontronics*, que conta com uma ampla variedade de celulares, smartphones, e mais recentemente da categoria beleza. Desde dezembro de 2021, lançamos o C&A Pay, nossa oferta direta de crédito para nossos clientes. Em 2021, a companhia assumiu o compromisso de se tornar a C&A Fashion Tech, que tem como objetivo ser, nos próximos anos, uma empresa de moda digital, que mais entende a mulher brasileira, com lojas físicas e muita conexão emocional.

## Relações com Investidores

Milton Lucato Filho – CFO

Roberta Noronha – RI

[roberta.noronha@cea.com.br](mailto:roberta.noronha@cea.com.br)

Carolina Martins – RI

[carolina.martins@cea.com.br](mailto:carolina.martins@cea.com.br)

Mayara Alves – RI

[mayara.alves@cea.com.br](mailto:mayara.alves@cea.com.br)