muito eu

Release de Resultados 1T22

Teleconferência de Resultados:

- Português/Inglês
- Data: 06/05/2022
- Horários:
  - Brasília: 10:00 h
  - Nova York: 09:00h
  - Londres: 14:00 h
- Webcast: ri.cea.com.br

CEAB B3 LISTED NM | IGCT B3 | IGC-NM B3 | IGC B3 | SMLL B3 | IBRA B3 | ITAG B3 | ICON B3 | IGPTW B3

Barueri, 05 de maio de 2022 – A C&A Modas S.A. (B3: CEAB3) uma das maiores varejistas de moda do Brasil, anuncia os resultados do primeiro trimestre de 2022 (1T22). 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 todas as taxas de crescimento, a menos que seja afirmado o contrário, referem-se ao mesmo período de 2021.

Destaques

- **Receita líquida total** de **R$ 1.197,0 milhões** no trimestre, **54,2%** superior ao 1T21.
- **Vendas mesmas lojas (*Same Store Sales*)** ficou **maior** em **53,5%** em relação ao 1T21.
- Receita bruta **on-line** (operação **omnicanal** e **Galeria C&A** – *marketplace*) atingiu **R$ 208,4 milhões** no 1T22, **crescimento** de **49,7%** em relação ao 1T21.
- **Margem bruta de mercadorias** ficou em **45,0%** no 1T22, **4,2** pontos percentuais (pp) superior ao 1T21.
- **Despesas operacionais ex-depreciação** representaram no trimestre **R$ 570,3 milhões**, **46,8%** superior ao 1T21.
- O **EBITDA ajustado** ficou negativo em **R$ 107,1 milhões, melhoria** de **19,9%** versus 1T21.
- **Investimentos** de **R$ 55,5 milhões no 1T22**, representando **redução de 21,5%** versus 1T21.
- Evolução do **C&A Pay** que fechou o trimestre com mais de **890 mil cartões digitais emitidos,** representando **10% das vendas** do varejo. Em **abril /22** atingiu a marca de **1 milhão de cartões digitais emitidos**.
- **1ª Emissão de Notas Comerciais** no valor de **R$ 250 milhões** com taxa de **100% do CDI+2,45%** e amortização em **duas parcelas: março/2026 e março/2027** – prazo da emissão.

Indicadores	1T22	1T21	Δ
Receita Bruta On-Line Total (GMV[1] 1P+3P)	**208,4**	**139,2**	**49,7%**
Receita Líquida Total (R$MM)	**1.197,0**	**776,1**	**54,2%**
Vendas mesmas lojas (SSS)[2] (%)	**53,5%**	**-21,7%**	**75,2p.p.**
Margem Bruta de Mercadorias (%)	**45,0%**	**40,8%**	**4,2p.p.**
Despesas Operacionais (R$MM)[3]	**(570,3)**	**(388,4)**	**46,8%**
EBITDA Ajustado[4] (R$MM)	**(107,1)**	**(133,8)**	**-19,9%**
Margem EBITDA Ajustada (%)	**-8,9%**	**-17,2%**	**8,3p.p.**
Lucro (Prejuízo) Líquido (R$MM)	**(152,7)**	**(138,5)**	**10,3%**
Investimentos (R$MM)	**55,5**	**70,7**	**-21,5%**

(1) GMV - Gross Merchandise Value: 1P - first party relationship ou vendas da C&A, 3P - third party relationship ou vendas do markeplace
(2) 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).
(3) Exclui despesas de depreciação e Amortização, inclusive a Depreciação Direito de Uso (Arrendamento), para facilitar a análise.
(4) De acordo com o previsto no art. 4º da Instrução CVM nº 527, a Companhia optou por divulgar o EBITDA Ajustado, 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 Financeira de Fornecedores; e (iii) Recuperação de Créditos Fiscais (iv) Arrendamento Mercantil (IFRS 16).

Mensagem da Administração

muito eu

Mensagem da Administração

No contexto do início de 2022, observamos o impacto da variante Omicron de Covid 19 nos primeiros meses do trimestre, impactando o fluxo de clientes nas lojas. Com a queda no número de casos e a consequente redução de restrições, incluindo a necessidade do uso de máscara, o fluxo respondeu e ficou mais próximo dos patamares de 2019 principalmente em março – embora ainda abaixo. Com isso, as vendas de mercadorias ganharam tração ao longo do trimestre e no mês de março apresentaram crescimento de 20% em relação ao mesmo período em 2019, anterior a pandemia. O início do segundo trimestre mantém a tendência positiva de crescimento de vendas, apesar das incertezas relacionadas ao cenário macroeconômico.

O desempenho da categoria de *fashiontronics* e a manutenção do forte crescimento das vendas on-line também foram destaques no crescimento da receita.

No que tange a gestão de nossos custos e despesas, a inflação continua pressionando todas as linhas exatamente em um momento expansionista da Companhia, o que tem representado um desafio adicional para entrega de resultados.

Continuamos o processo de fortalecimento do nosso caixa, atendendo a nossa política, em função da ainda comprometida geração de caixa operacional, da manutenção do plano de investimentos e dos desembolsos esperados já no início de 2023. Com a 1ª Emissão de Notas Comerciais ocorrida em março de 2022, captamos R$250 milhões.

Com relação a nossas práticas em Sustentabilidade, publicamos o Relatório Anual 2021 auditado, com a divulgação da Plataforma de Compromissos ASG/ESG 2030. Na frente Social continuamos a desenvolver projetos no pilar de Empreendedorismo, relacionados às atividades do Instituto C&A com o nosso negócio, como a renovação do apoio ao Projeto Tecendo Sonhos, iniciativa da Aliança Empreendedora que desenvolve e capacita oficinas de costura lideradas por migrantes em São Paulo. Na frente de governança, foi ampliada a atuação do Comitê de Recursos Humanos, o qual passa a ser denominado Comitê de Recursos Humanos e Sustentabilidade com a função adicional de assessorar o Conselho de Administração na estratégia e responsabilidades relacionadas ao tema.

Com a conclusão do primeiro trimestre e início do segundo, continuamos na jornada de transformação da C&A Fashion Tech ainda mais confiantes que estamos construindo uma empresa para atender as demandas de consumidores cada vez mais exigentes.

A Administração C&A Modas S.A.

Alavancas de Crescimento

C&A
muito eu

Alavancas do Plano de Crescimento

Novas Lojas e Formatos

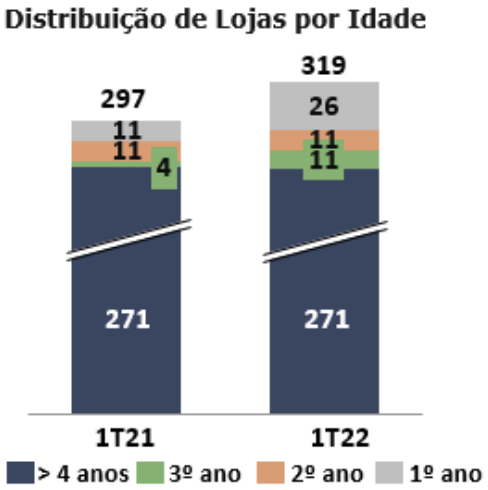
No primeiro trimestre de 2022 foram abertas duas novas lojas e fechadas outras duas. A revisão constante do desempenho de nossas lojas é consequência de nossa atual abordagem de gestão portfólio. Quando entendemos que existe uma questão estrutural que não pode ser revertida impactando os resultados da loja, colocamos em ação seu plano de fechamento.

LOJAS INAUGURADAS

Data	Localidade	Tamanho (m²)
14/03/2022	Shopping Cidade Maringá - Maringá/PR	1.775
21/03/2022	Shopping Trimais Hiper Center - São Paulo/SP	1.712

As novas lojas, além de já estarem no modelo CVP (Customer Value Proposition) e incluírem as iniciativas de omnicanalidade (ship from store, corredor infinito, clique e retire, vendas por WhatsApp), buscam oferecer novas experiências e maior proximidade da cliente.

O total de lojas ao fim do primeiro trimestre era de 319 unidades em todo país das quais 271, cerca de 85%, já estão em operação há mais de 4 anos. Nossa área de vendas já está em quase 600 mil m².



	1T22	1T21	Δ
Lojas	**319**	**297**	**22**
Novas	2	2	0
Fechadas	2	0	2
Área de Vendas (mil m²)	**597**	**562**	**35**

Transformação Digital

Indicadores de Omnicanalidade	Unidade	1T22	1T21	Δ
Aplicativo				
MAU (usuários ativos mensais)	mil final período	2.698	3.217	-16,1%
Instalações do Aplicativo	mil total período	3.700	3.990	-7,3%
Programa de Relacionamento C&A&VC				
# clientes C&A&VC	milhões final período	20,8	15,3	36,0%
% das vendas clientes C&A&VC	% final período	78%	65%	13 p.p.
Galeria C&A (marketplace)				
# sellers	final do período	450	338	112

Fonte: Google Analytics (active users 28 dias – Android + IOS); Appsflyer (Android+IOS); sistemas internos

Por mais um trimestre, o destaque nesta alavanca digital foi a venda direta via WhatsApp, consolidando-se como canal dominante na participação da venda omni, com mais de 50% de participação. O modelo de negócio evolui a cada trimestre e atualmente, conseguimos realizar mais de 20 testes de usabilidade por mês, com isso mapeamos as melhores soluções e criamos um modelo de aprendizado constante.

Nosso programa de relacionamento C&A&VC atingiu a marca de 20,8 milhões de clientes registrados, que representaram cerca de 78% das vendas. A nossa base de clientes do *eCommerce* (incluindo as inciativas de omnicanalidade), considerando os últimos 12 meses, apresentou um aumento de 10%. Os clientes multicanais que totalizam quase 9% dos clientes totais, apresentaram crescimento de 79% e tiveram uma média de gastos quase 2,5 vezes do total de clientes considerando a comparação dos últimos 12 meses.

O Galeria C&A, nosso *marketplace*, continua focando em aumentar as vendas dos *sellers* já presentes, sendo que o crescimento do GMV do 3P no 1T22 em relação ao 1T21 foi de 88%. A participação da receita bruta do Galeria permaneceu em linha com o último trimestre, mesmo considerando o aumento da relevância das vendas por WhatsApp – canal sem a presença do Galeria.

Modernização da Cadeia de Suprimentos

Na implementação do modelo *push-pull* por SKU, observamos já a redução de 50% na ruptura dos itens sob escopo do projeto – principalmente categorias de jeans e malharia.

No projeto de implementação da tecnologia de identificação por radiofrequência *(RFID - radio-frequency identification*), continuamos observando acuracidade dentro dos benchmarks, ou seja, maior que 95%. O projeto continua com execução de acordo com

cronograma e ao fim do 1T22, já está cobrindo 80% da venda, presente em todos os fornecedores locais e em 214 lojas.

Na frente omni de *entrega para cliente*, quer seja na casa ou loja de preferência, após o fim da automação em nosso centro de distribuição do *eCommerce*, localizado em São Paulo em novembro/21, observamos ganhos em nosso nível de serviço. O % de entregas em até 2 dias continua evoluindo, mas vale destacar que, na região de abrangência do centro de distribuição, a evolução é ainda mais relevante: as entregas em até 1 dia já representam 23%. Houve aumento também nas entregas no mesmo dia e início da operação de entrega em até 2 horas.

Oferta de Crédito

Na alavanca de aumento de crédito, este foi nosso primeiro trimestre completo do C&A Pay – nossa oferta de crédito digital. O negócio apresenta evolução melhor do que o plano original, com boa aceitação por parte da cliente dada a facilidade do produto. Após fechar o trimestre com mais de 890 mil cartões emitidos, já em meados do 2T22 a marca de 1 milhão de cartões foi atingida e celebrada. Seguindo uma governança que adequa os parâmetros operacionais para o ambiente macroeconômico que estamos enfrentando, por meio de comitê de risco e crédito e de time experiente, apesar de ainda estarmos no início da operação observamos indicadores satisfatórios de inadimplência, e melhores do que os projetados no nosso plano de lançamento.

O limite de crédito médio está em cerca de R$ 650 reais e os clientes com C&A Pay apresentam um tíquete médio na primeira compra cerca de 60% maior do que o normal, além de apresentarem um ticket médio aproximadamente 25% maior que o normal nas demais compras, com uma maior frequência de compras também. Além da função private label, cartão para uso em loja, já oferecemos o seguro bolsa protegida e saque emergencial. Ao longo do tempo iremos aumentar a oferta de produtos e serviços para a cliente, mas no momento inicial nosso o objetivo é aumentar as vendas do varejo e oferecer uma melhor experiência da cliente com a marca, possibilitando mais acesso e complementando os benefícios do C&A&VC.

Desempenho Financeiro

C&A
muito eu

Comentários sobre o Desempenho Financeiro

Receita Líquida

R$ milhões	1T22	1T21	Δ
Receita Líquida Total	**1.197,0**	**776,1**	**54,2%**
Receita de Mercadoria	1.125,1	708,4	58,8%
Vestuário	*910,8*	*565,5*	*61,1%*
Outros – Fashiontronics	*214,3*	*142,9*	*50,0%*
Serviços Financeiros	66,3	62,5	6,1%
Outras Receitas	5,6	5,2	7,7%

%	1T22	1T21	Δ
Vendas Mesmas Lojas (SSS)[1] (%)	**53,5%**	**-21,7%**	**75,2p.p.**
Vestuário	55,1%	-20,6%	75,7p.p.
Outros – *Fashiontronics*	46,9%	-25,5%	72,4p.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 primeiro trimestre, a receita líquida totalizou R$ 1.197,0 milhões, montante 54,2% superior ao do 1T21. A receita líquida de mercadorias ficou 58,8% superior ao 1T21, somando R$ 1.125,1 milhões.

Observando o conceito de vendas de mercadorias mesmas lojas (Same Store Sales), o indicador consolidado ficou em 53,5% no 1T22. A seguir apresentamos o comportamento das duas categorias que compõem a receita de mercadorias:

Vestuário

A receita de vestuário apresentou aumento de 61,1% e SSS de 55,1% no 1T22. O desempenho da categoria foi impactado pela maior mobilidade com a redução de casos de Covid, que resultou em um fluxo maior nas lojas, e um relaxamento das restrições como limite de pessoas em locais / eventos públicos e como uso de máscara, que fomentaram uma maior socialização e impulsionaram a renovação do guarda-roupa.

Outros - *Fashiontronics*

A categoria é predominantemente composta por aparelhos celulares e smartphones, cerca de 80%. Os outros itens que compõem a categoria são: beleza e relógios. Os produtos de beleza foram introduzidos na C&A apenas no final de 2019, e fecharam o trimestre presentes em 232 lojas, além do canal on-line.

Com relação ao desempenho da receita da categoria Outros – *Fashiontronics,* houve um aumento de 50,0% no trimestre. Como já mencionado anteriormente, os ambientes competitivo e de abastecimento de celulares e smartphones continuam desafios constantes. No 1T22, iniciamos o trimestre com mais estoque, o que permitiu uma melhoria relevante na venda.

O SSS de Outros – *Fashiontronics* apresentou um aumento de 46,9% no trimestre.

R$ milhões	1T22	1T21	Δ
Receita Bruta On-Line Total (GMV[2] 1P+3P)	**208,4**	**139,2**	**49,7%**
Receita Líquida On-line	**157,7**	**106,6**	**47,9%**
% Receita Líquida On-line / Receita Total Mercadorias	**14,0%**	**15,0%**	**-1,0p.p.**

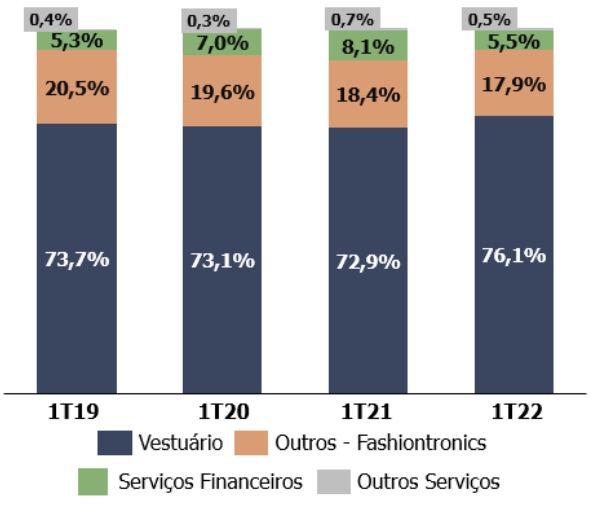
(2) GMV - Gross Merchandise Value: 1P – first-party relationship ou vendas diretas, 3P – third-party relationship ou vendas do marketplace.

Focando na operação on-line, nossa Receita Bruta de Mercadorias, ou GMV on-line, considerando nossas vendas e dos parceiros (*sellers)* em nosso *marketplace* apresentou um crescimento de 49,7%, atingindo R$ 208,4 milhões. A receita líquida on-line da C&A foi de R$ 157,7 milhões, um crescimento de 47,9%. A participação em relação à venda total foi mantida em dois dígitos, ficando em 14,0%. Para curto e médio prazos, o patamar da participação deve ficar entre 12% e 15%, um desafio em função do crescimento esperado das lojas físicas, quer seja pela recuperação das vendas mesmas lojas, quer seja pela abertura de novas lojas.

A receita de Serviços Financeiros foi de R$ 66,3 milhões, apresentando aumento de 6,1%, principalmente em função da operação do C&A Pay e de uma venda de carteira de recebíveis dos cartões da parceria com Bradescard.

A linha de outras receitas apresentou um aumento de 7,7% no 1T22, ficando em R$ 5,6 milhões.

Receita Líquida por Negócio



No trimestre, observando a composição da receita líquida, o vestuário aumentou em 3,2 pp a sua participação em detrimento principalmente de serviços financeiros que reduziu em 2,6 pp. A receita de Outros – *Fashiontronics,* reduziu 0,5 pp no trimestre.

Lucro e Margem Bruta

R$ milhões exceto margens	1T22	1T21	Δ
Lucro Bruto Total	**567,5**	**350,9**	**61,7%**
Lucro Bruto de Mercadorias	506,4	288,8	75,3%
Vestuário	464,5	262,5	77,0%
Outros – Fashiontronics	41,9	26,3	59,3%
Lucro Bruto Serviços Financeiros	66,2	62,2	6,4%
Lucro Bruto Outras	(5,1)	(0,1)	5000,0%
Margem Bruta Total	**47,4%**	**45,2%**	**2,2p.p.**
Margem Bruta Vestuário	51,0%	46,4%	4,6p.p.
Margem Bruta Outros – *Fashiontronics*	19,5%	18,4%	1,1p.p.
Margem Bruta de Mercadorias	**45,0%**	**40,8%**	**4,2p.p.**

No 1T22, o lucro bruto acumulou R$ 567,5 milhões, montante 61,7% superior ao do 1T21. A margem bruta total de 47,4% foi 2,2 pp superior em função principalmente da melhoria da margem observada no vestuário.

A margem bruta de vestuário ficou em 51,0%, um aumento de 4,6 pp em função da base fraca de comparação dado o cenário de pandemia enfrentado no 1T21, de nossa estratégia de precificação que buscou minimizar os impactos do aumento do custo dos produtos que continua sendo uma tendência no cenário de pressão inflacionária.

Em Outros - *Fashiontronics*, a margem foi de 19,5%, aumento de 1,1 pp devido principalmente ao aumento da participação da venda de itens de beleza nesta categoria, que apresentam margem melhor do que celulares e smartphones.

O lucro bruto de serviços financeiros ficou em R$ 66,2 milhões, aumento de 6,4%, em linha com a variação de receita.

O lucro bruto de outras ficou negativo em R$5,1 milhões em função do aumento de perdas de mercadorias registradas no trimestre.

Despesas Operacionais

R$ milhões	1T22	1T21	Δ
Despesas com Vendas	(442,1)	(344,3)	28,4%
Despesas Gerais e Administrativas	(126,8)	(50,4)	151,6%
Total Despesas com Vendas e Gerais e Administrativas[1]	**(568,9)**	**(394,7)**	**44,1%**
Outras (Despesas) Receitas Operacionais	(1,4)	6,4	-121,9%
Despesas Operacionais[1]	**(570,3)**	**(388,4)**	**46,8%**
%	**1T22**	**1T21**	**Δ**
Despesas com Vendas/Receita Líquida Total	36,9%	44,4%	-7,5p.p.
Despesas G&A/ Receita Líquida Total	10,6%	6,5%	4,1p.p.
Despesas com Vendas e G&A/Receita Líquida Total	**47,5%**	**50,9%**	**-3,4p.p.**
Despesas Operacionais /Receita Líquida Total	**47,6%**	**50,0%**	**-2,4p.p.**

(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 primeiro trimestre, as despesas operacionais excluindo depreciação somaram R$ 570,3 milhões, montante 46,8% maior que o 1T21. O indicador despesas operacionais sobre receita líquida total ficou em 47,6%, queda de 2,4 pp em relação ao 1T21.

As despesas de vendas foram R$ 442,1 milhões, um aumento de 28,4%. Lembrando que o 1T21 ainda foi bastante impactando pelo fechamento de lojas. Desta forma, a comparação é feita com a operação atual completamente normalizada. Além do efeito da base de comparação, vale mencionar a expansão do negócio, com o impacto de 22 lojas adicionais no período, e a pressão inflacionária nas linhas de ocupação e pessoal.

As despesas gerais e administrativas ficaram 151,6% maior, somando R$ 126,8 milhões. O principal impacto foi a reversão de contingências trabalhistas no valor de R$ 41,4 milhões ocorrida no 1T21. Excluindo este efeito, as despesas gerais e administrativas teriam variado 38,1%. A justificativa desta variação é decorrente principalmente do início da operação do C&A Pay, que tem o primeiro trimestre completamente consolidado.

A linha de Outras (Despesas) e Receitas Operacionais foi uma despesa de R$ 1,4 milhão em função do aumento de despesas com consultorias estratégicas.

Serviços Financeiros

A receita líquida de serviços financeiros foi de R$ 66,3 milhões, aumento de 6,1% em relação ao 1T21. A receita decorrente da parceria com Bradescard foi de R$ 56,4 milhões, queda de 9,8%. Este resultado teria sido mais negativo se não fosse pela venda de uma carteira de recebíveis.

A provisão para perdas da operação do C&A Pay foi de R$ 1,2 milhão no trimestre.

As despesas totais foram de R$ 47,9 milhões, montante 66,3% maior em função de uma base impactada por um ajuste no time de vendas dado o fechamento de lojas ocorrido no 1T21 e de um trimestre completo de operação do C&A PAY no 1T22, que representou R$ 9,6 milhões.

A participação do crédito oferecido tanto via parceria Bradescard como via C&A Pay representou 20% das vendas no primeiro trimestre.

R$ milhões	1T22	1T21	Δ
Parceria Bradescard	56,4	62,5	-9,8%
C&A Pay (Private Label)	9,9	-	-
Receita líquida do *Funding* e Impostos de Serviços Financeiros	**66,3**	**62,5**	**6,1%**
Lucro bruto - Serviços Financeiros	**66,2**	**62,2**	**6,3%**
(-) Perdas, Líq. das Recuperações (C&A Pay – Private Label)	**(1,2)**	**-**	**-**
(-) Despesas Totais de Serviços Financeiros	**(47,9)**	**(28,8)**	**66,3%**
(=) Resultado de Serviços Financeiros	**17,1**	**33,5**	**-49,0%**

Indicadores	1T22	1T21	Δ
Parceria Bradescard			
Média Líquida de Contas a Receber (bilhões)	2,9	2,7	7,4%
% da Venda	10%	16%	-6p.p.
Número de cartões novos (mil)	96,0	130,0	-26,2%
Número de cartões ativos (milhões)	2,7	2,7	0,0%
Inadimplência[1] (%)	5,3%	1,1%	4,2p.p.

(1) Perdas Líquidas das Recuperações/carteira.

Na parceria com Bradescard, que terá uma fase de transição pelo período de 2 anos nos quais continuará com a emissão e administração do Cartão C&A, a participação do crédito oferecido como % das vendas foi de 10%, caindo 6 pp. A inadimplência no 1T22 foi de 5,3%, aumento de 4,2 pp., sendo que a venda da carteira de recebíveis beneficiou o indicador no trimestre. Lembrando que 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.

O número de cartões novos apresentou queda de 26,2% pois houve certa canibalização por parte do C&A Pay, que possui uma jornada de contratação mais fácil e rápida, além de totalmente digital.

Indicadores	1T22	1T21	Δ
C&A Pay (Private Label)			
Média Líquida de Contas a Receber (bilhões)	0,2	-	-
% da Venda	10%	-	-
Número de cartões novos (mil)	490,0	-	-
Número de cartões emitidos (mil)	891,6	-	-
Inadimplência[1] (%)	3,5%	-	-

(1) Perdas Líquidas das Recuperações/carteira.

O C&A Pay emitiu no trimestre 490 mil novos cartões digitais, atingindo mais de 890 mil cartões emitidos. A participação nas vendas foi de 10% e por ainda estar no início da operação, a inadimplência não é representativa, ficando em 3,5% no trimestre. Lembrando que por se tratar, neste momento, de um cartão *private label,* ou seja, só pode ser usado para compras na própria C&A, a inadimplência esperada é maior do que a observada na parceria do Bradescard, mas em linha com o mesmo produto de varejistas similares.

Modalidades de Pagamento	1T22	1T21	Δ
À vista	**32%**	**36%**	**-4p.p.**
Cartões parceria Bradescard	**10%**	**16%**	**-6p.p.**
Até 5 parcelas	6%	8%	-2p.p.
Acima de 5 parcelas	2%	3%	-1p.p.
Outros	2%	5%	-3p.p.
C&A Pay (Private Label)	**10%**	**0%**	**10p.p.**
Até 5 parcelas	6%	0%	6p.p.
Acima de 5 parcelas	1%	0%	1p.p.
Outros	3%	0%	3p.p.
Cartões Terceiros	**48%**	**48%**	**0p.p.**
Até 3 parcelas	27%	27%	0p.p.
Acima de 3 parcelas	12%	13%	-1p.p.
Outros	9%	8%	1p.p.

Nas modalidades de pagamento, destaca-se o ganho de participação do C&A Pay em detrimento dos cartões da parceria com Bradescard e pagamento à vista.

EBITDA Ajustado

R$ milhões exceto margem	1T22	1T21	Δ
Lucro (Prejuízo)Líquido do Exercício	**(152,7)**	**(138,5)**	**10,3%**
(+) Impostos sobre o Lucro	(86,8)	(68,8)	26,2%
(+/-) Resultado Financeiro Líquido	68,5	38,3	78,9%
(+) Depreciação e Amortização	166,9	131,7	26,7%
(=) EBITDA	**(4,0)**	**(37,3)**	**-89,3%**

(+/-) Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	4,9	(2,0)	-345,0%
(+) Receita Financeira de Fornecedores	2,8	3,6	-22,2%
(-) Recuperação de Créditos Fiscais	(3,5)	(4,4)	-20,5%
(-) Arrendamento Mercantil	(107,2)	(93,7)	14,4%
(=) EBITDA Ajustado[1]	**(107,1)**	**(133,8)**	**-19,9%**
Margem EBITDA Ajustada[1]	**-8,9%**	**-17,2%**	**8,3p.p.**

(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; e (iii) Recuperação de Créditos Fiscais (iv) Arrendamento Mercantil.

O EBITDA ajustado no primeiro trimestre de 2022 ficou negativo em R$ 107,1 milhões, com margem EBITDA ajustada negativa de 8,9%. Além do cenário de descasamento entre aumento nas despesas e geração de receita resultante do plano de crescimento ainda em curso, a inflação passa a pressionar o EBITDA.

R$ milhões exceto margem	1T22	1T21	Δ
(-) Resultado de Serviços Financeiros	(17,1)	(33,5)	-49,0%
EBITDA Ajustado da Operação de Varejo	**(124,1)**	**(167,3)**	**-25,8%**
Margem EBITDA Ajustado da Operação de Varejo	**-10,4%**	**-21,6%**	**11,1p.p.**

No trimestre, EBITDA ajustado da operação de Varejo foi negativo em R$ 124,1 milhões, com margem negativa de 10,4%.

Resultado Financeiro

R$ milhões	1T22	1T21	Δ
Variação Cambial	**3,7**	**(1,6)**	**-331,3%**
Total Despesas Financeiras	**(110,3)**	**(53,1)**	**108,1%**
Juros sobre empréstimos	(40,8)	(12,8)	218,8%
Juros sobre Arrendamento	(38,3)	(31,8)	20,4%
Juros sobre impostos e contingências	(3,6)	(3,6)	0,0%
Outras Despesas Financeiras	(27,6)	(4,9)	475,0%
Total Receitas Financeiras	**38,1**	**16,4**	**133,7%**
Juros	35,3	12,5	182,4%
Outras Receitas Financeiras	2,8	3,8	-26,3%
Resultado Financeiro	**(68,5)**	**(38,3)**	**78,9%**

No 1T22, o resultado financeiro foi uma despesa de R$ 68,5 milhões, aumento de 78,9% em relação ao 1T21, decorrentes principalmente do aumento da despesa financeira com juros sobre empréstimos como consequência do aumento da taxa CDI e do aumento em outras despesas financeiras refletindo o ajuste a valor presente das compras de fornecedores mais

relevante dado aumento na taxa Selic e a contabilização da correção monetária do valor devido ao Bradesco pela recompra do direito de ofertar crédito.

Lucro Líquido

R$ milhões exceto margem	1T22	1T21	Δ
Lucro (Prejuízo) Líquido	**(152,7)**	**(138,5)**	**10,3%**
Margem Líquida	**-12,8%**	**-17,9%**	**5,1p.p.**

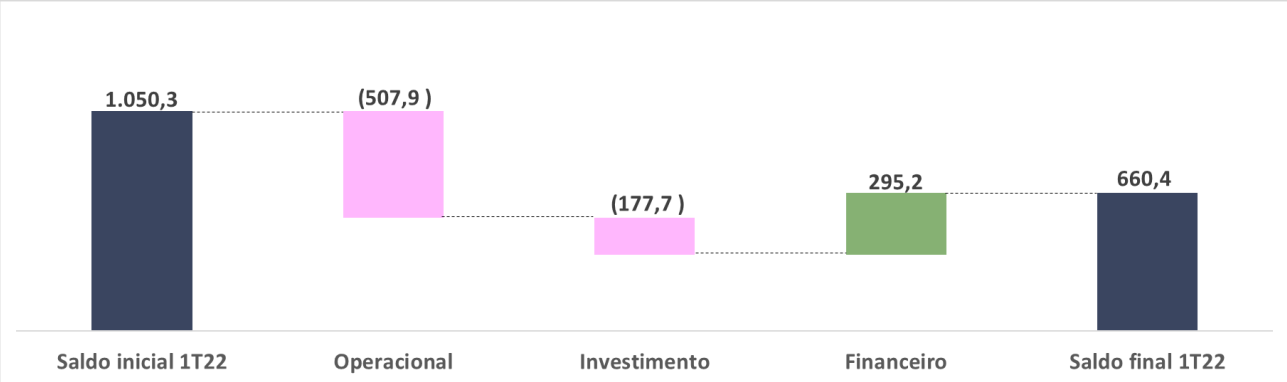
No 1T22, a C&A apresentou prejuízo líquido de R$ 152,7 milhões, com margem negativa de 12,8%. Houve aumento de 10,3% do prejuízo em relação ao mesmo período de 2021.

Fluxo de Caixa Livre Ajustado

R$ milhões	1T22	1T21	Δ
Lucro (Prejuízo) pro forma antes do IR/CSLL	**(223,3)**	**(193,6)**	**15,3%**
Depreciação e amortização	80,8	57,0	41,8%
(+/-) Outros	51,0	(20,6)	-347,4%
Ajustes sem efeito caixa	**131,8**	**36,4**	**262,0%**
Imposto de renda e contribuição social pagos	**(5,2)**	**(1,8)**	**188,1%**
Capital de Giro	**(410,6)**	**(235,0)**	**74,7%**
Contas a receber	157,3	487,4	-67,7%
Estoques	(141,5)	(304,3)	-53,5%
Fornecedores	(404,2)	(242,2)	66,9%
Outros	(22,2)	(175,9)	-87,4%
Caixa originado das atividades operacionais	**(507,9)**	**(394,0)**	**28,9%**
(-) CAPEX (Investimentos)	**(177,7)**	**(72,5)**	**145,1%**
(=) Fluxo de Caixa Livre Ajustado	**(685,6)**	**(466,5)**	**47,0%**

No primeiro trimestre de 2022, a C&A consumiu caixa livre no montante de R$ 685,6 milhões. Os principais impactos foram capital de giro, com um maior consumo de caixa em fornecedores, e investimentos.

Movimentação Caixa – 1T22



Acompanhando a movimentação específica do trimestre, observamos que as atividades operacionais consumiram caixa no valor de R$ 507,9 milhões e os investimentos consumiram R$ 177,7 milhões. A geração de caixa no financeiro reflete a emissão de notas comerciais.

Investimentos

R$ milhões	1T22	1T21	Δ
Total dos Investimentos[1]	**55,5**	**70,7**	**-21,5%**
Novas Lojas	22,5	27,1	-17,1%
Reformas e Remodelagens	4,6	3,7	25,4%
Cadeia de Suprimentos	3,5	14,3	-75,5%
Digital e Tecnologia	24,9	25,5	-2,5%

(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.

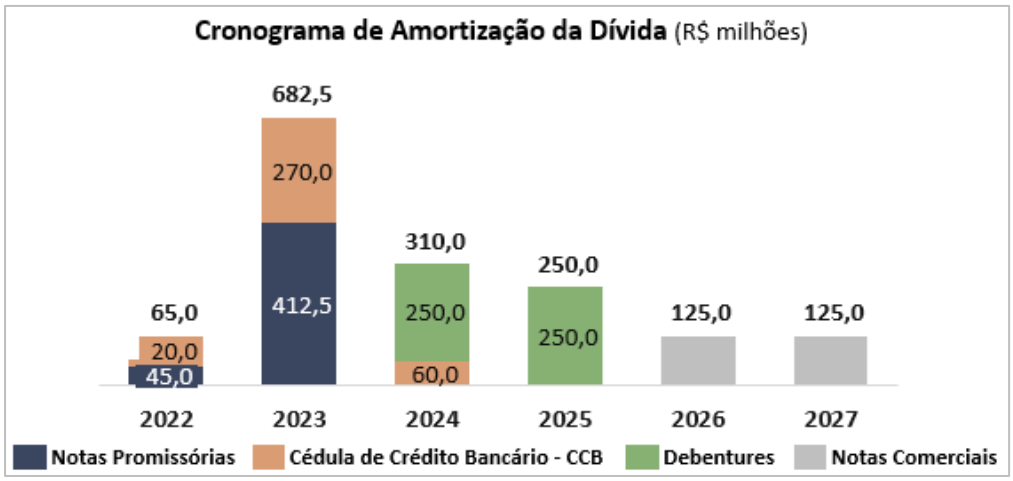
O investimento no trimestre foi de R$ 55,5 milhões, valor 21,5% menor quando comparado ao 1T21. As alavancas mais relevantes na alocação de investimentos foram Digital e Tecnologia no valor de R$ 24,9 milhões, e Novas Lojas, com duas aberturas no trimestre, no valor de R$ 22,5 milhões.

Endividamento

R$ milhões	1T22	1T21	Δ
Dívida Bruta	**1.739,0**	**1.219,1**	**42,6%**
Dívida de Curto Prazo	224,0	417,7	-46,4%
Dívida de Longo Prazo	1.515,0	801,4	89,0%
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras	**668,3**	**1.038,5**	**-35,6%**
(=) Caixa ou (Dívida Líquida)	**(1.070,7)**	**(180,6)**	**492,9%**

Ao fim do primeiro trimestre, nossa dívida líquida era de R$ 1.070,7 milhões e a dívida total apresentava um prazo médio de 3,39 anos e um custo médio (*all in*) de CDI+2,05%.

Vale mencionar que no 1T22 foi realizada a 1ª Emissão de Notas Comerciais no valor de R$ 250 milhões com taxa de 100% do CDI + 2,45%, prazo até março de 2027 e amortização em duas parcelas como demonstrado no gráfico abaixo.



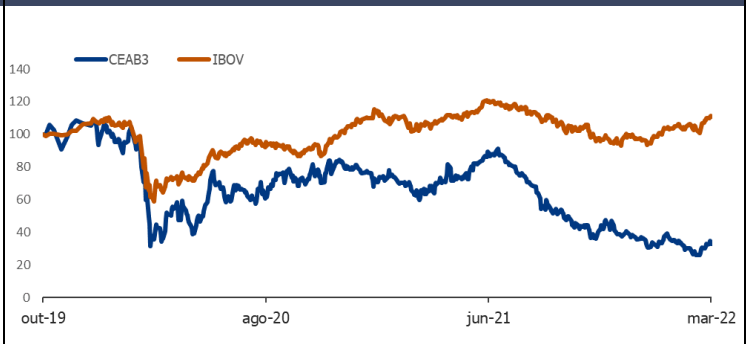
O cronograma de amortização refere-se apenas ao principal, sem incluir juros.

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$ 15,6 milhões no 1T22 e houve desvalorização das ações de 34,0%. Em 31 de março de 2022, o valor de mercado da Companhia era de R$ 1,7 bilhão.

CEAB3[1]	
Preço Final (31/03/2022)	R$5,51
Maior Preço do 1T22	R$6,58
Menor Preço do 1T22	R$4,34
Valorização/Desvalorização no 1T22	-34,0%
Número total de ações	308.245.068
Market Cap (31/03/2022)	R$1,7 bilhões
Média diária de Liquidez no 1T22	R$15,6 milhões

CEAB3 x Ibovespa (out/2019 - Atual)



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 31/03/2022, estão descritos no quadro a seguir:

Composição acionária	Nº de ações (ON)	% do total
Acionista controlador	201.319.336	65,31%
Verde Asset Management S.A.	15.888.100	5,15%
Administração	551.497	0,18%
Tesouraria	214.500	0,07%
Outros	90.271.635	29,29%
Total	**308.245.068**	**100,00%**

Em relação ao Programa de Recompra, aprovado pelo Conselho de Administração em 12 de novembro de 2021, no trimestre não houve aquisição de ações de emissão própria.

Anexos

C&A
muito eu

Anexos

Balanço Patrimonial Consolidado

R$ milhões	31/03/2022	31/12/2021
Ativo Total	**8.256,2**	**8.672,7**
Ativo Circulante	**3.626,4**	**3.929,4**
Caixa e equivalentes de caixa	660,4	1.050,3
Aplicações Financeiras	4,0	0,0
Contas a receber	986,8	1.145,3
Derivativos	0,0	1,5
Partes relacionadas	0,1	0,5
Estoques	979,8	849,3
Tributos a recuperar	936,6	849,2
Outros ativos	58,9	33,3
Ativo Não Circulante	**4.629,8**	**4.743,3**
Aplicações Financeiras	4,0	7,8
Tributos a recuperar	720,0	839,8
Tributos diferidos	475,7	378,8
Depósitos judiciais	62,5	61,9
Partes relacionadas	0,1	0,1
Outros ativos	4,1	2,6
Imobilizado	821,3	836,3
Direito de uso - arrendamento mercantil	1.576,1	1.640,3
Intangível	965,9	975,7

R$ milhões	31/03/2022	31/12/2021
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	**8.256,2**	**8.672,7**
Passivo Circulante	**2.381,6**	**2.415,1**
Arrendamento mercantil	484,7	471,7
Empréstimos	195,3	121,2
Fornecedores	1.291,2	1.400,7
Derivativos	28,8	1,9
Obrigações trabalhistas	160,7	155,5
Partes relacionadas	100,9	59,0
Tributos a recolher	90,8	175,6
Imposto de renda e contribuição social a recolher	0,4	0,5
Outros passivos	28,8	28,9
Passivo Não Circulante	**3.048,6**	**3.262,6**
Arrendamento mercantil	1.276,4	1.342,4
Fornecedores	20,4	435,1
Empréstimos	1.515,0	1.253,6
Obrigações trabalhistas	6,3	5,7
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	174,3	169,5
Tributos a recolher	15,0	16,2
Outros passivos	41,3	40,1
Patrimônio Líquido	**2.825,9**	**2.995,0**
Capital social	1.847,2	1.847,2
Reserva de capital	30,3	27,9
Ações em Tesouraria	(1,4)	(1,4)
Reserva de lucros	1.121,6	1.121,6
Resultados abrangentes	(19,0)	(0,2)
Prejuízos acumulados	(152,7)	0,0

Demonstração do Resultado Consolidado - 1T22

R$ milhões	1T22	1T21	Δ
Receita Operacional Líquida	**1.197,0**	**776,1**	**54,2%**
Vestuário	910,8	565,5	61,1%
Outros-Fashiontronics	214,3	142,9	50,0%
Receita Líquida de Mercadorias	**1.125,1**	**708,4**	**58,8%**
Serviços Financeiros	**66,3**	**62,5**	**6,1%**
Outras Receitas	**5,6**	**5,2**	**7,7%**
Custo de Mercadorias/ Serviços	**(629,6)**	**(425,1)**	**48,1%**
Lucro Bruto	**567,5**	**350,9**	**61,7%**
Vestuário	464,5	262,5	77,0%
Outros – Fashiontronics	41,9	26,3	59,3%
Lucro Bruto de Mercadorias	**506,4**	**288,8**	**75,3%**
Lucro Bruto de Serviços Financeiros	**66,2**	**62,2**	**6,4%**
Lucro Bruto Outras	**(5,1)**	**(0,1)**	**50000,0%**
(Despesas) e Receitas Operacionais	**(738,4)**	**(520,1)**	**42,0%**
Gerais e Administrativas	(126,8)	(50,4)	151,6%
Vendas	(442,1)	(344,3)	28,4%
Depreciação e Amortização	(166,9)	(131,7)	26,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	(1,4)	6,4	-121,9%
Perdas em créditos, liquidas	(1,2)	0,0	-
Lucro antes das Receitas e Despesas Financeiras	**(170,9)**	**(169,1)**	**1,1%**
Resultado Financeiro	**(68,5)**	**(38,3)**	**78,9%**
Variação Cambial	3,7	(1,6)	-331,3%
Total Despesas Financeiras	(110,3)	(53,1)	108,1%
Total Receitas Financeiras	38,1	16,4	133,7%
Lucro antes dos Impostos	**(239,5)**	**(207,4)**	**15,5%**
Impostos sobre o lucro	86,8	68,8	26,1%
Lucro Líquido (Prejuízo) do Exercício	**(152,7)**	**(138,5)**	**10,3%**
(+) impostos sobre o Lucro	(86,8)	(68,8)	26,1%
(+/-) Resultado Financeiro Líquido	68,5	38,3	78,9%
(+) depreciação e Amortização	166,9	131,7	26,7%
(=) EBITDA	**(4,0)**	**(37,3)**	**-89,3%**
(+/-) Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	4,9	(2,0)	-345,0%
(+) Receita Financeira de Fornecedores	2,8	3,6	-22,2%
(-) Recuperação de Créditos Fiscais	(3,5)	(4,4)	-20,5%
(-) Arrendamento Mercantil	(107,2)	(93,7)	14,4%
(=) EBITDA Ajustado	**(107,1)**	**(133,8)**	**-19,9%**

Fluxo de Caixa Consolidado

R$ milhões	1T22	1T21
ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Prejuízo antes dos impostos sobre a renda	**(239,5)**	**(207,4)**
(+) Ajuste de caixa para conciliação do lucro antes dos impostos com o fluxo de caixa	**266,7**	**152,1**
Constituição (Reversão) de provisão para perdas de crédito esperadas	2,8	0,5
Ajuste a valor presente do contas a receber e fornecedores	0,6	(0,9)
Despesas com remuneração baseado em ações	2,4	0,9
Constituição de provisão para perda nos estoques	11,0	6,3
Ganho/Reconhecimento de processos tributários	(19,3)	(3,4)
Depreciação e amortização	80,8	57,0
Constituição (reversão) de provisão para redução ao valor recuperável do imobilizado, intangível	(4,4)	0,0
Perda na venda ou baixa do imobilizado e intangível	3,6	0,3
Depreciação do direito de uso	94,5	82,1
Juros sobre arrendamentos	40,4	33,6
Juros sobre empréstimos	45,6	12,8
Amortização custos de transação de empréstimos	0,5	0,8
Constituição (Reversão) de provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	9,7	(37,8)
Atualização de depósitos judiciais	(1,5)	(0,3)
Variações nos ativos e passivos:	**(410,6)**	**(194,8)**
Contas a receber de clientes	157,3	487,4
Partes relacionadas	42,4	30,1
Estoques	(141,5)	(304,3)
Tributos a recuperar	51,6	(75,4)
Outros créditos	(32,7)	20,1
Depósitos judiciais	(0,1)	2,7
Fornecedores	(404,2)	(242,2)
Obrigações trabalhistas	5,8	(24,3)
Outros débitos	1,1	5,6
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(3,9)	(4,1)
Tributos a pagar	(81,4)	(88,7)
Impostos de renda e contribuição social pagos	(5,2)	(1,8)
(=) Fluxo de caixa originado das (aplicado nas) atividades operacionais	**(383,4)**	**(250,1)**
(+) Atividades de investimentos	**(177,7)**	**(72,5)**
Aquisição de imobilizado	(63,7)	(40,3)
Aquisição de intangível	(114,2)	(32,3)
Recebimento por venda de ativos imobilizados	0,2	0,1
Fluxo de caixa aplicado nas atividades de investimento		
(+) Atividades de financiamento	**171,4**	**(107,9)**
Novos empréstimos e emissão de debêntures	320,1	0,0
Custo de transação de empréstimos/debêntures	(2,2)	(0,0)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(28,6)	(5,8)
Pagamento do principal e juros de arrendamentos	(117,9)	(102,0)
Juros sobre o capital próprio e dividendos pagos	0,0	(0,0)
Fluxo de caixa aplicado nas atividades de financiamento		
(=) Redução do saldo de caixa e equivalentes de caixa	**(389,9)**	**(470,7)**
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	**1.058,0**	**(470,7)**
Caixa e equivalentes de caixa no fim do período	**668,4**	**1.509,2**

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 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.

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

***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 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% 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 31 de março de 2022, havia 319 lojas com uma área de vendas total de quase 600 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 mais 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. 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

Carolina Martins – RI

carolina.martins@cea.com.br

Mayara Alves - RI

mayara.alves@cea.com.br