

# Relatório de Resultados 2T20

C&A



## Teleconferência de Resultados:

- Português/Inglês
- Data: 20/08/2020
- Horários:
  - Brasília: 11:00 h
  - Nova York: 10:00h
  - Londres: 15:00 h
- Telefones:
  - Brasil: +55 11 3181-8565/4210-1803
  - Outros países: +1 844 204 8942
- Código: C&A
- Webcast: [ri.cea.com.br](http://ri.cea.com.br)

**CEAB**

B3 LISTED NM

Barueri, 19 de agosto de 2020 – A C&A Modas S.A. (B3: CEAB3) uma das maiores varejistas de moda do Brasil, anuncia os resultados do segundo trimestre de 2020 (2T20). As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado o contrário, são apresentadas em base consolidada de acordo com a Legislação Societária. Os demonstrativos são apresentados em Reais e as taxas de crescimento, a menos que afirmado o contrário, referem-se ao mesmo período de 2019.

## Destaques

- Com foco na operação de **e-commerce** e a adição de *sellers* no marketplace Galeria C&A, nosso **GMV** (*Gross Merchandise Value*) atingiu **R\$ 189,2 milhões** e nossa **receita líquida online** chegou a **R\$ 139,6 milhões**, aumento de **356%** ou **4,5 vezes** em relação ao ano anterior;
- Estabelecemos um **Comitê de Aceleração Digital** com especialistas externos para apoiar o Conselho de Administração na aceleração de nossa agenda digital;
- COVID teve um impacto substancial em nossos negócios com a maioria das **lojas fechadas** ao longo do segundo trimestre, resultando em uma queda de **77%** no **SSS** (*Same Store Sales*). Ao longo das semanas a situação melhorou e fechamos **julho com mais de 85%** das lojas reabertas;
- Tomamos medidas para adequar os níveis de custos e despesas a essa nova realidade e conseguimos **reduzir as despesas operacionais em 26,7%**;
- No 2T20 captamos **R\$ 1,2 bilhão** em recursos do mercado, o que nos permitirá continuar investindo em nossos negócios durante a crise atual e acelerando nossos investimentos no espaço digital.

## Principais Indicadores

	2T20	2T19	△	2T20 pro forma*	2T19 pro forma*	△ pro forma*	6M20	6M19	△	6M20 pro forma*	6M19 pro forma*	△ pro forma*
Receita Líquida Total (R\$MM)	294,5	1.260,3	-76,6%	294,5	1.260,3	-76,6%	1.271,3	2.300,8	-44,7%	1.271,3	2.300,8	-44,7%
Same Store Sales	-77,0%	1,8%	-78,8p.p.	-77,0%	1,8%	-78,8p.p.	-46,8%	2,8%	-49,6p.p.	-46,8%	2,8%	-49,6p.p.
Margem Bruta Total	48,6%	49,2%	-0,6p.p.	48,6%	49,2%	-0,6p.p.	48,7%	48,7%	-0,0p.p.	48,7%	48,7%	-0,0p.p.
Despesas e Receitas Operacionais (R\$MM)	(387,7)	(548,0)	-29,2%	(406,4)	(554,2)	-26,7%	(914,0)	(438,6)	108,4%	(951,1)	(1.086,1)	-12,4%
EBITDA Ajustado (R\$MM)	(114,0)	214,6	-R\$328,6	(201,4)	135,0	-R\$336,4	(22,9)	328,4	-R\$351,3	(196,6)	171,6	-R\$368,2
Margem EBITDA Ajustada	-38,7%	17,0%	-55,7p.p.	-68,4%	10,7%	-79,1p.p.	-1,8%	14,3%	-16,1p.p.	-15,5%	7,5%	-22,9p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido (R\$MM)	(192,1)	25,8	-R\$217,8	(181,6)	29,1	-R\$210,7	(247,4)	777,2	-R\$1.024,7	(227,4)	0,2	-R\$227,7
Margem Líquida	-65,2%	2,0%	-67,3p.p.	-61,6%	2,3%	-63,9p.p.	-19,5%	33,8%	-53,2p.p.	-17,9%	0,0%	-17,9p.p.
Investimentos	45,3	74,4	-39,1%	45,3	74,4	-39,1%	78,8	158,2	-50,2%	78,8	158,2	-50,2%

\* Pro forma: Ajustes que desconsideram o impacto do IFRS16 e do registro do ganho de crédito fiscal referente à exclusão de ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS no 6M19

## Mensagem da Administração

O segundo trimestre de 2020 foi inédito com relação as medidas adotadas em função da pandemia e o impacto das mesmas na sociedade e economia global. A consequência para o varejo foi marcante e vamos mencionar adiante como nos afetou.

Este momento foi para C&A Brasil uma ruptura, uma janela de oportunidade. Nossa evolução na transformação digital foi radical. Intensificamos a entrega de nossa estratégia de ser a plataforma completa para nossa cliente se expressar por meio da moda oferecendo diferentes canais, formatos e conteúdo.

O resultado desta evolução foi o crescimento de vendas do eCommerce. Nosso GMV atingiu R\$189,2 milhões e nossa receita líquida online apresentou aumento de 356%, ou 4,5x o observado no mesmo período no ano passado, chegando a R\$ 139,6 milhões e representando 50% das vendas totais de mercadorias. Esta rápida ampliação do negócio só foi possível pois tivemos sucesso nas campanhas para instalação e uso do aplicativo e conseguimos escalar com velocidade a modalidade *Ship from Store*. Este é o início de nossa jornada digital pois ainda temos muitas frentes para explorar.

Adicionalmente, vários projetos e iniciativas de omnicanalidade impulsionaram tal evolução, a saber:

- ❖ **App:** foco de nossa interface online com a cliente e, portanto, de nosso esforço, o aplicativo cresceu exponencialmente: o número de downloads aumentou 419% - 5x o número de downloads do segundo trimestre 2019, ficando consistentemente acima de 1,3 milhão de downloads por mês no trimestre. O número de usuários ativos mensais (MAU), outra métrica acompanhada, teve crescimento de 658% em relação ao mesmo período do ano passado, chegando a quase 3 milhões de usuários.
- ❖ ***Ship From Store:*** esta modalidade foi de 80 lojas no 1T20 para 216 neste trimestre. Este crescimento acelerado foi possível por meio de solução desenvolvida por *squads* internos. Passamos a operar várias destas lojas em abril quando ainda não estavam abertas ao público. Também estamos aprimorando o algoritmo que faz a distribuição dos pedidos para otimizar a operação.
- ❖ **Clique e Retire Drive Thru:** o lançamento desta modalidade, que viabilizou o Clique e Retire durante o fechamento de lojas, ocorreu para o evento do dia das mães. Nela a

cliente faz o pedido online e agenda a retirada no estacionamento do shopping. Atualmente são 194 lojas com *drive thru* funcional.

- ❖ **Corredor Infinito:** todas as lojas reabertas já operam oferecendo a modalidade. A Companhia se mobilizou para fornecer equipamento e treinar os associados para realizarem este tipo de venda. Acreditamos na geração de valor desta modalidade pois permite que a venda de um produto que não está fisicamente na loja seja feita, aumentando o sortimento oferecido.
- ❖ **Vendas WhatsApp:** realizamos o piloto da venda direta via WhatsApp tanto receptivo como ativo. O formato receptivo disponibiliza a C&A para cliente na jornada online. O formato ativo leva a C&A até clientes selecionadas pelo time de CRM (*Customer Relationship Management*) com mensagens personalizadas e customizadas para os diferentes segmentos definidos pelo time de *analytics*.



- ❖ **Marketplace:** foi feito o lançamento oficial de nosso marketplace denominado **Galeria C&A**. O objetivo é ampliar a plataforma de expressão por meio da moda em diferentes categorias que complementam a jornada da cliente como joias, brinquedos, games, pets, entre outras, ou em categorias nas quais já atuamos aumentando a oferta de produtos. Durante o trimestre houve um aumento para mais de 20 *sellers*, com marcas como Vivara, Cia Marítima, Dermage, Grow, Liz e Usaflex. E continuamos incluindo parceiros com novas assinaturas como Etna, Karsten, Azaleia, Mizuno, Mormaii.

- ❖ **C&A &VC:** por meio de nosso programa de relacionamento, que hoje possui 11 milhões de membros, realizamos diversas campanhas impulsionadas por *push notifications* personalizadas que apresentaram alto índice de conversão.

- ❖ **Sortimento:** mantendo o foco na estratégia de ser a plataforma completa para nossa cliente se expressar por meio da moda, nosso objetivo é ter uma oferta completa para ganhar cada vez mais relevância. No trimestre houve um aumento grandioso do sortimento disponível para cliente interagindo em qualquer canal em função das iniciativas de *ship from store*, Galeria C&A e corredor infinito.

Durante o segundo trimestre de 2020, em concordância com nossa estratégia, mantivemos o foco no desenvolvimento de produto, com o lançamento de diversas coleções capsula como mais tamanhos, mais conforto, bem estar bem e outras. Além das coleções de nossa marca Mindse7, que já possui cronograma semanal de lançamentos e teve, de forma inédita, a pré-venda de uma das coleções. A forma de operar do Mindse7 traz lições importantes de como repensar o processo buscando a redução do tempo do ciclo. Este objetivo de redução do *lead time* é uma constante entre os times que atuaram com os fornecedores de forma que, mesmo com as compras para tais coleções, o crescimento do estoque tenha ficado em linha com o observado no 1T20 – apesar da pandemia.

Comentando a operação das lojas físicas, o processo de reabertura iniciado em 26 de abril evoluiu gradualmente até meados de junho, quando começamos a enfrentar novamente o fechamento de lojas em função do agravamento da situação de saúde. Em função de nossa cobertura geográfica, nosso processo de reabertura foi mais lento do que o observado no setor – a média de lojas reabertas foi de 23,6%. Ao término do trimestre estávamos com 71% do portfólio operando para o público em horário reduzido e, em alguns casos, abrindo apenas em dias específicos da semana. Ao consolidar o desempenho das lojas físicas e do omnicanal, fechamos o trimestre fazendo quase 60% das vendas totais de mercadorias de 2019.

Com relação ao nosso plano de crescimento, a pandemia acabou por impactar os objetivos de curto prazo das alavancas que havíamos definido. Referente a alavanca de **novas lojas**, não será possível entregar o plano original de 22 aberturas no ano, embora na última semana do trimestre foram realizadas duas inaugurações de novas lojas. Contudo, estamos revendo o planejamento original em função do impacto do fechamento dos shoppings pelo isolamento e das oportunidades que identificamos como efeito da pandemia – possibilidade de espaço em shoppings nos quais gostaríamos de estar presentes ou localização mais privilegiada da loja em shopping já negociado.

Já a alavanca da **reforma de lojas para o conceito CVP** (*Customer Value Proposition*) encontra-se em processo de revisão pois, com o avanço significativo que tivemos em nossa operação de *eCommerce*, entendemos que seja necessário repensar o conceito de loja levando em consideração, de forma mais relevante, aspectos de omnicanalidade. No trimestre realizamos a reforma de 7 lojas para o conceito CVP.

A alavanca de *Supply Chain* apresentou evolução em várias iniciativas. Na frente de omnicanalidade houve rápida expansão, em mais de 50% na área, do centro de distribuição que serve a operação do *eCommerce* com aumento do quadro de pessoas em 3x. Com isso, o centro de distribuição passou a armazenar produtos e aumentou a produtividade. Na iniciativa de adoção do modelo *push and pull*, embora o processo de comercialização do segundo sorter tenha sido finalizado, o atraso em relação ao cronograma original poderá impactar sua entrada em operação ainda este ano. O avanço no projeto de implantação do RFID (Identificação por Radiofrequência) permitiu o início do primeiro piloto em loja neste trimestre.

A **transformação digital** certamente foi a alavanca que mais evoluiu durante o segundo trimestre. Além dos desenvolvimentos já mencionados ao comentar o *eCommerce*, como o piloto de venda via WhatsApp e o uso do programa de relacionamento C&A &VC, reforçamos também o time de atendimento do SAC para ficar adequado ao novo patamar de demanda. Outra iniciativa que se encontra em fase piloto em uma loja é nossa solução de self checkout. Com ela vamos oferecer uma jornada sem atrito para cliente no momento do pagamento. E finalmente, no contexto de empresa cada vez mais digital, a cultura de decisões baseadas em dados, *data driven*, com uso de inteligência artificial está sendo adotada em diferentes áreas, como por exemplo na distribuição de produtos para as lojas, na segmentação de clientes no CRM e na criação de coleções, permitindo que fossemos referência no lançamento de tendências como *tie dye* e *muscle tee*.

Nosso entusiasmo com a evolução observada nas iniciativas digitais nos fez sentir a necessidade de criar um fórum mais específico para debate, assim foi instituído o Comitê de Aceleração Digital, para assessorar o Conselho de Administração, com membros externos especialistas no assunto.

E finalmente na alavanca de **disponibilidade de crédito**, além do foco em facilitar o pagamento das faturas durante o fechamento das lojas, conseguimos evoluir com algumas iniciativas digitais, como a inclusão das informações do cartão no App da C&A. Em um primeiro momento

focando na consulta da fatura e possibilidade de cópia do código de barras para posterior pagamento, com um plano de adicionar novas funcionalidades.

O resultado do trimestre é consequência da realidade dura que enfrentamos, com impacto sem precedente nas receitas em função do fechamento de todas as lojas e nosso melhor esforço em reduzir as despesas da Companhia para minimizar o prejuízo. Durante todo o trimestre mantivemos negociações com provedores, principalmente os relacionados a operação das lojas, para postergar e reduzir pagamentos. Nós também adotamos as iniciativas permitidas pelas Medidas Provisórias 927 e 936 para que as despesas de pessoal fossem endereçadas.

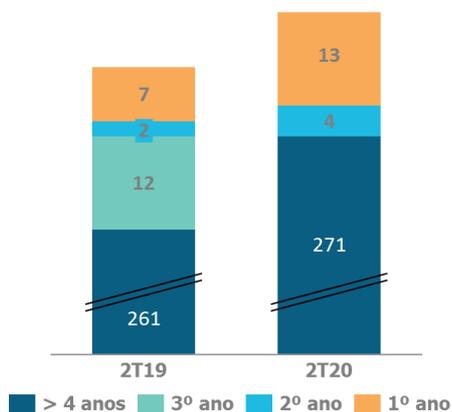
Enfim, apesar das dificuldades encontradas, avançamos em nossa transformação digital. Nossa evolução, principalmente nas iniciativas de omnicanalidade, foi marcante e temos certeza que a C&A está mais preparada para retomar seu protagonismo na moda brasileira oferecendo a cliente uma plataforma para se expressar.

A Administração C&A Modas S.A.

## Indicadores Operacionais

	2T20	2T19	△	6M20	6M19	△
<b>Lojas</b>	<b>288</b>	<b>282</b>	<b>6</b>	<b>288</b>	<b>282</b>	<b>6</b>
Novas	2	4	-2	3	4	-1
Fechadas	0	0	0	2	1	1
Reformadas	7	18	-11	12	38	-26
<b>Área de Vendas (mil m<sup>2</sup>)</b>	<b>547</b>	<b>533</b>	<b>15</b>	<b>547</b>	<b>533</b>	<b>15</b>

Distribuição de Lojas por Idade



No segundo trimestre de 2020 abrimos duas novas unidades no estado de São Paulo (Carapicuíba e São Bernardo do Campo). No que diz respeito as adequações de lojas para o conceito CVP (*Customer Value Proposition*), concluímos 7 reformas.

Desta forma, chegamos a um total de 288 em todo país das quais 271 já estão em operação há mais de 4 anos.

## Comentários sobre o Desempenho Financeiro

### Comentário

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

R\$ milhões	2T20	2T19	6M20	6M19
<b>Balanco Patrimonial</b>				
Direito de uso - arrendamento mercantil (Ativo)	1.573,2	1.640,1	1.573,2	1.640,1
Arrendamento mercantil (Passivo)	1.705,3	1.662,6	1.705,3	1.662,6
<b>Resultado</b>				
Ocupação (Despesa Operacional)	(87,4)	(79,6)	(173,7)	(156,9)
Depreciação direito de uso (Despesa Operacional)	68,7	73,2	136,5	147,0
Receita com juros e atualização monetária de crédito tributário (Resultado Financeiro)	0,0	(8,0)	0,0	(567,0)
Juros sobre arrendamento (Resultado Financeiro)	34,6	18,7	67,5	37,3
Recuperação de créditos tributários (Outras receitas (despesas) operacionais)	0,0	0,1	0,0	(637,5)
Lucro líquido	(10,5)	3,4	(20,0)	(777,0)

### Receita Líquida

R\$ milhões	2T20	2T19	△	6M20	6M19	△
<b>Receita Líquida Total</b>	<b>294,5</b>	<b>1.260,3</b>	<b>-76,6%</b>	<b>1.271,3</b>	<b>2.300,8</b>	<b>-44,7%</b>
<i>Vestuário</i>	194,3	957,7	-79,7%	908,0	1.724,8	-47,4%
<i>Fashiontronics</i>	80,8	235,7	-65,7%	272,6	449,4	-39,3%
<b>Serviços Financeiros - parceria Bradescard</b>	<b>15,9</b>	<b>61,0</b>	<b>-74,0%</b>	<b>84,1</b>	<b>116,3</b>	<b>-27,7%</b>
<b>Outras Receitas</b>	<b>3,5</b>	<b>5,9</b>	<b>-40,9%</b>	<b>6,7</b>	<b>10,4</b>	<b>-35,8%</b>
<b>Same Store Sales</b>	<b>-77,0%</b>	<b>1,8%</b>	<b>-78,8p.p.</b>	<b>-46,8%</b>	<b>2,8%</b>	<b>-49,6p.p.</b>
<i>Vestuário</i>	-79,7%	1,0%	-80,7p.p.	-48,4%	1,5%	-49,9p.p.
<i>Fashiontronics</i>	-66,0%	5,4%	-71,4p.p.	-40,5%	7,9%	-48,4p.p.

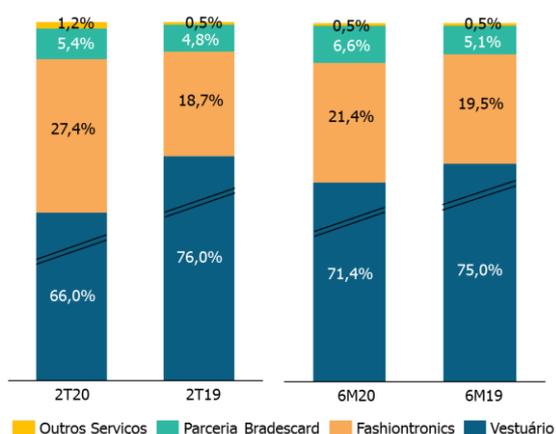
No segundo trimestre, a receita líquida totalizou R\$ 294,5 milhões, montante 76,6% inferior ao 2T19.

A receita do vestuário apresentou queda de 79,7% e a do *Fashiontronics* queda de 65,7%. Observando o conceito de vendas de mercadorias nas mesmas lojas (*Same Store Sales*), o indicador ficou 77,0% inferior ao 2T19. No negócio de Vestuário, o indicador ficou 79,7% menor e no de *Fashiontronics* 66,0% menor.

A receita líquida de Serviços Financeiros, resultante da parceria com Bradescard, foi de R\$ 15,9 milhões, apresentando uma redução de 74,0%, em decorrência das medidas adotadas para mitigar o impacto da pandemia, isolamento social e fechamento do varejo de forma geral, e do aumento na provisão para perdas esperadas de crédito.

A linha de outras receitas, que inclui comissões de operadoras de telefonia - quando planos de celulares vendidos pela C&A são ativados, receitas provenientes de recarga de celular e prestação de serviços, entre outras, apresentou uma redução de 40,9% no 2T20, ficando em R\$ 3,5 milhões.

### Receita Líquida por Negócio



No trimestre, observando a composição da receita líquida, o negócio de *Fashiontronics* aumentou de forma relevante sua participação, de 19% para 27%. As receitas de serviços financeiros e outros serviços apresentaram pequeno aumento de participação. Já a receita de vestuário reduziu sua participação em 10 pontos percentuais.

### Lucro e Margem Bruta

R\$ milhões exceto margens	2T20	2T19	△	6M20	6M19	△
<b>Lucro Bruto Total</b>	<b>143,3</b>	<b>620,1</b>	<b>-76,9%</b>	<b>619,6</b>	<b>1.121,6</b>	<b>-44,8%</b>
<i>Vestuário</i>	106,8	506,3	-78,9%	479,8	901,1	-46,8%
<i>Fashiontronics</i>	19,5	57,4	-66,1%	60,3	110,3	-45,3%
<b>Lucro Bruto de Mercadorias</b>	<b>126,3</b>	<b>563,7</b>	<b>-77,6%</b>	<b>540,2</b>	<b>1.011,5</b>	<b>-46,6%</b>
Lucro Bruto Serviços Financeiros - parceria Bradescard	15,6	60,7	-74,2%	83,6	115,7	-27,7%
Lucro Bruto Outras	1,4	(4,3)	R\$5,6	(4,2)	(5,6)	-25,1%
<b>Margem Bruta Total</b>	<b>48,6%</b>	<b>49,2%</b>	<b>-0,6p.p.</b>	<b>48,7%</b>	<b>48,7%</b>	<b>-0,0p.p.</b>
Margem Bruta Vestuário	55,0%	52,9%	2,1p.p.	52,8%	52,2%	0,6p.p.
Margem Bruta <i>Fashiontronics</i>	24,1%	24,4%	-0,3p.p.	22,1%	24,6%	-2,4p.p.
<b>Margem Bruta de Mercadorias</b>	<b>45,9%</b>	<b>47,2%</b>	<b>-1,3p.p.</b>	<b>45,8%</b>	<b>46,5%</b>	<b>-0,8p.p.</b>

No segundo trimestre, o lucro bruto acumulou R\$ 143,3 milhões, montante 76,9% inferior ao do 2T19. A margem bruta total de 48,6% foi 0,6 pp menor principalmente pelo efeito da maior participação de *fashiontronics* nas vendas. A margem bruta no 2T20 foi impactada positivamente pelo efeito do câmbio contratado. Ao excluirmos este efeito (*hedge accounting*) dos trimestres, a queda da margem total teria sido de 2,0 pp.

A margem bruta de 55,0% de vestuário subiu 2,1 pp em relação ao segundo trimestre de 2019 com melhora em praticamente todas as categorias. Vale lembrar que o impacto do câmbio contratado incide apenas em vestuário. O resultado foi positivo considerando que a partir de meados de junho o ambiente promocional ficou mais acirrado.

A margem de *Fashiontronics*, de 24,1%, reduziu 0,3 pp em relação ao 2T19, com manutenção das tendências observadas no ambiente competitivo desde meados de 2019 após alteração da lei do bem e entrada de novos competidores.

O lucro bruto de serviços financeiros reduziu 74,2%, alinhado ao comportamento de queda da receita.

O resultado do lucro bruto na linha de outras de R\$ 1,4 milhão foi em decorrência da redução das perdas físicas de estoque no trimestre.

### Despesas e Receitas Operacionais Pro forma

R\$ milhões	2T20	2T19	Δ	2T20 pro forma	2T19 pro forma	Δ pro forma	6M20	6M19	Δ	6M20 pro forma	6M19 pro forma	Δ pro forma
<b>Despesas e Receitas Operacionais</b>	<b>(387,7)</b>	<b>(548,0)</b>	<b>-29,2%</b>	<b>(406,4)</b>	<b>(554,2)</b>	<b>-26,7%</b>	<b>(914,0)</b>	<b>(438,6)</b>	<b>108,4%</b>	<b>(951,1)</b>	<b>(1.086,1)</b>	<b>-12,4%</b>
Vendas	(277,0)	(439,2)	-36,9%	(294,2)	(444,8)	-33,9%	(690,2)	(843,6)	-18,2%	(724,0)	(851,9)	-15,0%
Gerais e Administrativas	(110,7)	(112,7)	-1,8%	(112,2)	(113,5)	-1,1%	(219,5)	(238,8)	-8,1%	(222,7)	(240,3)	-7,3%
<b>Total Despesas c/Vendas, G&amp;A</b>	<b>(387,7)</b>	<b>(551,9)</b>	<b>-29,8%</b>	<b>(406,4)</b>	<b>(558,3)</b>	<b>-27,2%</b>	<b>(909,6)</b>	<b>(1.082,4)</b>	<b>-16,0%</b>	<b>(946,8)</b>	<b>(1.092,3)</b>	<b>-13,3%</b>
<b>Total Despesas c/Vendas,G&amp;A/Receita Líquida Total</b>	<b>131,7%</b>	<b>43,8%</b>	<b>87,9p.p.</b>	<b>138,0%</b>	<b>44,3%</b>	<b>93,7p.p.</b>	<b>71,5%</b>	<b>47,0%</b>	<b>24,5p.p.</b>	<b>74,5%</b>	<b>47,5%</b>	<b>27,0p.p.</b>
<b>Outras Despesas e Receitas Operacionais</b>	<b>(0,01)</b>	<b>3,9</b>	<b>-R\$3,9</b>	<b>(0,01)</b>	<b>4,1</b>	<b>-R\$4,1</b>	<b>(4,4)</b>	<b>643,8</b>	<b>-R\$648,2</b>	<b>(4,4)</b>	<b>6,2</b>	<b>-R\$10,6</b>
<b>Despesas e Receitas Operacionais/Receita Líquida Total</b>	<b>131,7%</b>	<b>43,5%</b>	<b>88,2p.p.</b>	<b>138,0%</b>	<b>44,0%</b>	<b>94,0p.p.</b>	<b>71,9%</b>	<b>19,1%</b>	<b>52,8p.p.</b>	<b>74,8%</b>	<b>47,2%</b>	<b>27,6p.p.</b>

No segundo trimestre, as despesas operacionais pro forma somaram R\$ 406,4 milhões, montante 26,7% menor que o do 2T19.

As despesas de vendas pro forma foram R\$ 294,2 milhões, uma redução de 33,9% ou R\$ 150,6 milhões. A queda foi consequência de nossos esforços em minimizar o impacto do isolamento imposto pela pandemia principalmente nas linhas de ocupação em R\$ 59,0 milhões – por meio de negociação com os locadores de nossas lojas, e de pessoal em R\$56,4 milhões – com a adoção da suspensão de contrato e redução de jornada permitidas pelas MPs 936 e 927.

As despesas gerais e administrativas pro forma ficaram 1,1% menor, somando R\$ 112,2 milhões, devido principalmente a redução em R\$ 8,5 milhões na despesa de pessoal em função da adoção das iniciativas da Medida Provisória 936.

A linha de Outras Despesas e Receitas Operacionais pro forma foi de R\$ 0,01 milhão em função da recuperação de créditos previdenciários minimizada por despesas não recorrentes no trimestre.

### Serviços Financeiros - parceria Bradescard

R\$ milhões	2T20	2T19	△	6M20	6M19	△
Receita Líquida da Parceria c/ Bradescard	15,9	61,0	-74,0%	84,1	116,3	-27,7%
<b>Lucro Bruto de Serviços Financeiros</b>	<b>15,6</b>	<b>60,7</b>	<b>-74,2%</b>	<b>83,5</b>	<b>115,7</b>	<b>-27,8%</b>
(-) Despesas de Serviços Financeiros - Vendas	(33,4)	(51,1)	-34,7%	(84,4)	(100,8)	-16,3%
<b>(=) Resultado de Serviços Financeiros</b>	<b>(17,8)</b>	<b>9,6</b>	<b>-R\$27,4</b>	<b>(0,8)</b>	<b>14,8</b>	<b>-R\$15,6</b>
	2T20	2T19	△	6M20	6M19	△
Média Líquida de Contas a Receber (bilhões)	2,7	2,8	-3,6%	3,0	2,9	3,4%
% da Venda	19,9%	22,0%	-2,1p.p.	20,6%	21,5%	-0,9p.p.
Número de cartões novos (mil)	18,5	167,4	-88,9%	198,0	310,6	-36,3%
Número de cartões ativos (milhões)	3,4	5,4	-37,0%	4,0	5,5	-27,3%
Inadimplência* (%)	21,7%	8,3%	13,4p.p.	13,7%	8,0%	5,7p.p.

\* Perdas Líquidas das Recuperações/carteira

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

No segundo trimestre de 2020 a receita proveniente desta parceria foi R\$ 15,9 milhões apresentando redução de 74,0%. Tal desempenho foi em decorrência da maior provisão para perdas esperadas de crédito e da redução nas receitas em função do menor volume de crédito. A maior provisão para perdas esperadas de crédito é decorrente do aumento de atrasos, uma vez que para as faixas acima de 90 dias já fazemos provisão de quase 100% do valor em aberto.



Apesar de nossos esforços para minimizar a dificuldade de pagamento da fatura, também pelo fechamento das lojas, como a instalação de totens de autoatendimento fora das lojas, redução das taxas de parcelamento de fatura, redução do pagamento mínimo, aumento do prazo de faturamento, entre outros, houve aumento na inadimplência do trimestre.

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. Embora a inadimplência do trimestre tenha atingido 21,7%, tendo maio como mês mais negativo, o indicador para o semestre

está em 13,7%, aumento de 5,7 pp em relação ao primeiro semestre de 2019.

Outro aspecto que foi impactado de forma relevante com o fechamento das lojas foi a emissão de novos cartões. O número de cartões novos foi de apenas 18,5 mil, uma queda de 88,9%.

### EBITDA Ajustado Pro forma

R\$ milhões exceto margem	2T20	2T19	△	2T20 pro forma	2T19 pro forma	△ pro forma	6M20	6M19	△	6M20 pro forma	6M19 pro forma	△ pro forma
<b>Lucro (Prejuízo)Líquido do Exercício</b>	<b>(192,1)</b>	<b>25,8</b>	<b>-R\$217,8</b>	<b>(181,6)</b>	<b>29,1</b>	<b>-R\$210,7</b>	<b>(247,4)</b>	<b>777,2</b>	<b>-R\$1.024,7</b>	<b>(227,4)</b>	<b>0,2</b>	<b>(227,7)</b>
(+) Impostos sobre o Lucro	(93,6)	13,8	-R\$107,3	(88,1)	15,0	-R\$103,1	(127,1)	401,4	-R\$528,5	(116,8)	1,1	-R\$117,9
(+/-) Resultado Financeiro Líquido	41,2	32,6	26,3%	6,5	21,8	-70,1%	80,1	(495,6)	R\$575,8	12,7	34,1	-62,8%
(+) Depreciação e Amortização	129,6	131,0	-1,1%	60,8	57,8	5,3%	257,7	260,6	-1,1%	121,1	113,6	6,6%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>(114,9)</b>	<b>203,1</b>	<b>-R\$318,0</b>	<b>(202,3)</b>	<b>123,7</b>	<b>-R\$326,0</b>	<b>(36,7)</b>	<b>943,6</b>	<b>-R\$980,3</b>	<b>(210,5)</b>	<b>149,1</b>	<b>-R\$359,6</b>
(+/-)Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	11,2	(4,1)	R\$15,2	11,2	(4,1)	R\$15,2	16,1	(6,2)	R\$22,2	16,1	(6,2)	R\$22,2
(+) Despesa com Acionista Controlador	0,0	1,2	-R\$1,2	0,0	1,2	-R\$1,2	0,0	2,6	-R\$2,6	0,0	2,6	-R\$2,6
(+) Despesa com Royalties	0,0	7,4	-R\$7,4	0,0	7,4	-R\$7,4	0,0	13,0	-R\$13,0	0,0	13,0	-R\$13,0
(+) Receita Financeira de Fornecedores	0,9	6,7	-87,0%	0,9	6,7	-87,0%	9,5	13,0	-27,3%	9,5	13,0	-27,3%
(-) Recuperação de Créditos Fiscais	(11,2)	0,1	-R\$11,3	(11,2)	0,0	-R\$11,2	(11,7)	(637,6)	R\$625,9	(11,7)	0,0	-R\$11,7
<b>(=) EBITDA Ajustado</b>	<b>(114,0)</b>	<b>214,6</b>	<b>-R\$328,6</b>	<b>(201,4)</b>	<b>135,0</b>	<b>-R\$336,4</b>	<b>(22,9)</b>	<b>328,4</b>	<b>-R\$351,3</b>	<b>(196,6)</b>	<b>171,6</b>	<b>-R\$368,2</b>
<b>Margem EBITDA Ajustada*</b>	<b>-38,7%</b>	<b>17,0%</b>	<b>-55,7p.p.</b>	<b>-68,4%</b>	<b>10,7%</b>	<b>-79,1p.p.</b>	<b>-1,8%</b>	<b>14,3%</b>	<b>-16,1p.p.</b>	<b>-15,5%</b>	<b>7,5%</b>	<b>-22,9p.p.</b>

\*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.

No segundo trimestre, o EBITDA ajustado pro forma foi negativo R\$ 201,4 milhões. A margem EBITDA ajustada pro forma ficou negativa em 68,4% caiu -79,1 pp.

No primeiro semestre o EBITDA ajustado foi negativo R\$196,6 milhões com uma margem EBITDA ajustada pro forma negativa de 15,5%.

### Resultado Financeiro Pro forma

R\$ milhões	2T20	2T19	Δ	2T20 pro forma	2T19 pro forma	Δ pro forma	6M20	6M19	Δ	6M20 pro forma	6M19 pro forma	Δ pro forma
<b>Resultado com Derivativos</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>R\$0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>R\$0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>(26,1)</b>	<b>R\$26,1</b>	<b>0,0</b>	<b>(26,1)</b>	<b>R\$26,1</b>
<b>Variação Cambial</b>	<b>(0,3)</b>	<b>0,1</b>	<b>-R\$0,3</b>	<b>(0,3)</b>	<b>0,1</b>	<b>-R\$0,3</b>	<b>(12,7)</b>	<b>30,9</b>	<b>-R\$43,6</b>	<b>(12,7)</b>	<b>30,9</b>	<b>-R\$43,6</b>
<b>Total Despesas Financeiras</b>	<b>(55,7)</b>	<b>(51,9)</b>	<b>-R\$3,8</b>	<b>(21,1)</b>	<b>(33,2)</b>	<b>R\$12,1</b>	<b>(100,7)</b>	<b>(95,5)</b>	<b>-R\$5,2</b>	<b>(33,3)</b>	<b>(58,2)</b>	<b>R\$25,0</b>
Juros sobre empréstimos – partes relacionadas	0,0	(19,6)	R\$19,6	0,0	(19,6)	R\$19,6	0,0	(30,7)	R\$30,7	0,0	(30,7)	R\$30,7
Juros sobre empréstimos – 3 <sup>os</sup>	(9,7)	0,0	-R\$9,7	(9,7)	0,0	-R\$9,7	(9,7)	0,0	-R\$9,7	(9,7)	0,0	-R\$9,7
Juros sobre Arrendamento	(34,6)	(18,7)	-R\$15,9	0,0	0,0	R\$0,0	(67,5)	(37,3)	-R\$30,2	0,0	0,0	R\$0,0
Despesas Bancárias e IOF	(0,4)	(0,9)	R\$0,5	(0,4)	(0,9)	R\$0,5	(0,9)	(2,8)	R\$1,9	(0,9)	(2,8)	R\$1,9
Juros sobre impostos e contingências	(6,6)	(7,3)	R\$0,7	(6,6)	(7,3)	R\$0,7	(12,4)	(14,9)	R\$2,4	(12,4)	(14,9)	R\$2,4
Despesa financeira de fornecedores - AVP	(3,9)	(5,4)	R\$1,5	(3,9)	(5,4)	R\$1,5	(9,7)	(9,7)	R\$0,0	(9,7)	(9,7)	R\$0,0
Outras Despesas Financeiras	(0,4)	(0,03)	-R\$0,4	(0,4)	(0,03)	-R\$0,4	(0,4)	(0,07)	-R\$0,4	(0,4)	(0,07)	-R\$0,4
<b>Total Receitas Financeiras</b>	<b>14,9</b>	<b>19,3</b>	<b>-R\$4,4</b>	<b>14,9</b>	<b>11,3</b>	<b>R\$3,6</b>	<b>33,3</b>	<b>586,3</b>	<b>-R\$553,0</b>	<b>33,3</b>	<b>19,3</b>	<b>R\$14,0</b>
Juros	13,5	12,1	R\$1,4	13,5	4,2	R\$9,4	23,0	573,5	-R\$550,6	23,0	6,6	R\$16,4
Receita de Fornecedores	0,9	6,7	-R\$5,9	0,9	6,7	-R\$5,9	9,5	13,0	-R\$3,6	9,5	13,0	-R\$3,6
Outras Receitas Financeiras	0,4	0,4	R\$0,1	0,4	0,4	R\$0,1	0,9	(0,3)	R\$1,2	0,9	(0,3)	R\$1,2
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(41,2)</b>	<b>(32,6)</b>	<b>-R\$8,6</b>	<b>(6,5)</b>	<b>(21,8)</b>	<b>R\$15,3</b>	<b>(80,1)</b>	<b>495,6</b>	<b>-R\$575,8</b>	<b>(12,7)</b>	<b>(34,1)</b>	<b>R\$21,4</b>

No segundo trimestre, o resultado financeiro pro forma foi uma despesa de R\$ 6,5 milhões, uma redução em relação ao 2T19 de R\$ 15,3 milhões.

Esse resultado foi impactado na receita financeira pela variação na linha de juros em R\$ 9,4 milhões decorrência do aumento dos juros das aplicações financeiras do caixa em R\$ 6,3 milhões e dos juros do crédito fiscal referente à exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS/COFINS, que passa a ser recorrente, no valor de R\$ 4,8 milhões no trimestre.

Na despesa financeira foi a redução de juros sobre empréstimos em R\$ 9,8 milhões que impactou o resultado. Esta redução foi função da liquidação dos empréstimos com partes relacionadas durante o ano de 2019.

### Lucro Líquido Pro forma

R\$ milhões exceto margem	2T20	2T19	Δ	2T20 pro forma	2T19 pro forma	Δ pro forma	6M20	6M19	Δ	6M20 pro forma	6M19 pro forma	Δ pro forma
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	<b>(192,1)</b>	<b>25,8</b>	<b>-R\$217,8</b>	<b>(181,6)</b>	<b>29,1</b>	<b>-R\$210,7</b>	<b>(247,4)</b>	<b>777,2</b>	<b>-R\$1.024,7</b>	<b>(227,4)</b>	<b>0,2</b>	<b>-R\$227,7</b>
<b>Margem Líquida</b>	<b>-65,2%</b>	<b>2,0%</b>	<b>-67,3p.p.</b>	<b>-61,6%</b>	<b>2,3%</b>	<b>-63,9p.p.</b>	<b>-19,5%</b>	<b>33,8%</b>	<b>-53,2p.p.</b>	<b>-17,9%</b>	<b>0,0%</b>	<b>-17,9p.p.</b>

A C&A obteve prejuízo líquido pro forma de R\$ 181,6 milhões no segundo trimestre, variação de R\$ 210,7 milhões em relação ao lucro do 2T19. A margem líquida pro forma negativa de 61,6% foi 63,9 pp inferior.

No primeiro semestre o prejuízo líquido pro forma foi de R\$227,4 milhões com margem líquida pro forma negativa de 17,9%.

### Fluxo de Caixa Livre Ajustado

R\$ milhões	6M20	6M19	△
<b>Lucro (Prejuízo) pro forma antes do IR/CSLL</b>	<b>(344,2)</b>	<b>1,5</b>	<b>-R\$345,7</b>
Depreciação e amortização	121,1	113,6	6,6%
(+/-) Outros	20,3	62,6	-R\$42,3
<b>Ajustes sem efeito caixa</b>	<b>141,4</b>	<b>176,2</b>	<b>-19,7%</b>
<b>Imposto de renda e contribuição social pagos</b>	<b>(21,4)</b>	<b>(13,3)</b>	<b>-R\$8,1</b>
<b>Capital de Giro</b>	<b>(100,1)</b>	<b>(181,9)</b>	<b>R\$81,8</b>
Contas a receber	785,4	208,6	276,5%
Estoques	(276,9)	(134,8)	105,4%
Fornecedores	(392,7)	(46,5)	743,6%
Outros	(216,0)	(209,2)	3,2%
<b>Caixa originado das atividades operacionais</b>	<b>(324,3)</b>	<b>(17,5)</b>	<b>-R\$306,8</b>
<b>(-) CAPEX</b>	<b>(76,5)</b>	<b>(163,3)</b>	<b>-53,1%</b>
<b>(=) Fluxo de Caixa Livre Ajustado</b>	<b>(400,8)</b>	<b>(180,8)</b>	<b>-R\$220,0</b>

A C&A consumiu um caixa livre de R\$ 400,8 milhões de reais no primeiro semestre de 2020, um aumento em relação a 2019 de R\$220,0 milhões. Com o fechamento das lojas dois principais impactos foram detectados: redução de contas a receber e fornecedores. O contas a receber, apesar da redução relevante consequência do fechamento das lojas, não foi impactado de forma significativa pela modalidade de pagamento.

Modalidades de Pagamento	2T20	2T19	△	6M20	6M19	△
<b>À vista</b>	<b>35%</b>	<b>33%</b>	<b>2p.p.</b>	<b>35%</b>	<b>34%</b>	<b>1p.p.</b>
<b>Cartões parceria Bradescard</b>	<b>20%</b>	<b>22%</b>	<b>-2p.p.</b>	<b>20%</b>	<b>21%</b>	<b>-1p.p.</b>
Até 5 parcelas	10%	13%	-3p.p.	10%	13%	-3p.p.
Acima de 5 parcelas	6%	3%	3p.p.	5%	3%	2p.p.
Outros	4%	6%	-2p.p.	5%	6%	-1p.p.
<b>Cartões Terceiros</b>	<b>45%</b>	<b>45%</b>	<b>0p.p.</b>	<b>45%</b>	<b>45%</b>	<b>0p.p.</b>
Até 3 parcelas	17%	31%	-14p.p.	22%	29%	-7p.p.
Acima de 3 parcelas	20%	8%	12p.p.	16%	9%	7p.p.
Outros	7%	6%	1p.p.	7%	7%	0p.p.

Com relação ao estoque, que apresentou maior consumo de caixa, vale lembrar que parte do aumento está alinhado a nova gestão de sortimento, não unicamente ao impacto da pandemia covid-19. Ao observarmos o crescimento do saldo de estoque no balanço em relação ao 2T19, temos um crescimento de 34%, relativamente em linha ao observado na mesma comparação referente ao primeiro trimestre.

## Investimentos

R\$ milhões	2T20	2T19	△	6M20	6M19	△
<b>Total dos Investimentos</b>	<b>45,3</b>	<b>74,4</b>	<b>-39,1%</b>	<b>78,8</b>	<b>158,2</b>	<b>-50,2%</b>
Novas Lojas	7,1	14,1	-49,6%	14,6	25,6	-43,0%
Reformas	14,4	33,7	-57,3%	28,8	73,3	-60,7%
Centros de Distribuição	2,1	8,4	-75,0%	4,2	9,1	-53,8%
TI e Outros	21,7	18,2	19,2%	31,2	50,2	-37,8%

O investimento no segundo trimestre foi de R\$ 45,3 milhões, reduzindo 39,1% quando comparado ao 2T19. Os investimentos relacionados a novas lojas, reformas e centros de distribuição reduziram em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, apesar de nosso plano de crescimento, em função das paralizações e fechamentos impostos no combate a pandemia e pelo foco na proteção ao caixa no momento de máxima incerteza. A transformação digital foi a única iniciativa priorizada e acelerada, como foco de aumento em vendas e da proximidade da cliente. Por esta razão, os projetos de TI, maior parte deles relacionados a transformação digital, tiveram aumento de 19,2% no valor investido chegando a R\$ 21,7 milhões.

### Endividamento

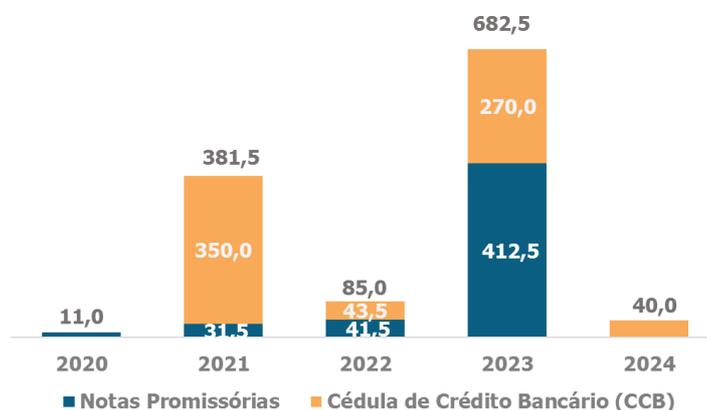
R\$ milhões	31/06/2020	31/06/2019	△
<b>Dívida Bruta</b>	<b>1.205,2</b>	<b>786,9</b>	<b>53,2%</b>
Dívida de Curto Prazo	375,9	4,5	R\$371,4
Dívida de Longo Prazo	829,3	782,5	R\$46,8
<b>(-) Caixa e Equivalentes</b>	<b>1.259,0</b>	<b>95,3</b>	<b>R\$1.163,7</b>
<b>(=) Caixa ou (Dívida Líquida)</b>	<b>53,8</b>	<b>(691,6)</b>	<b>R\$745,4</b>

A C&A encerrou o segundo trimestre com dívida bruta total de R\$ 1,2 bilhão e com uma sólida posição de caixa, com caixa líquido de R\$ 53,8 milhões. A dívida total tem um prazo médio de 2,16 anos e um custo médio (*all in*) de CDI + 2,35%.

Ao longo do segundo trimestre realizamos as seguintes operações:

- Em 03 de abril de 2020 emissão de R\$500 milhões em Notas promissórias com prazo de pagamento de 3 anos e taxa média (*all in*) de CDI+1,09%;
- Em 09 de abril de 2020 emissão de R\$350 milhões em duas CCBs (Cédula de Crédito Bancário) com prazo de pagamento de 1 ano e taxa média (*all in*) de CDI+3,45%;
- Em 30 de junho de 2020 emissão de R\$350 milhões em duas operações de CCB (Cédula de Crédito Bancário) com prazo médio de pagamento de 2,9 anos e taxa média (*all in*) de CDI+3,06%.

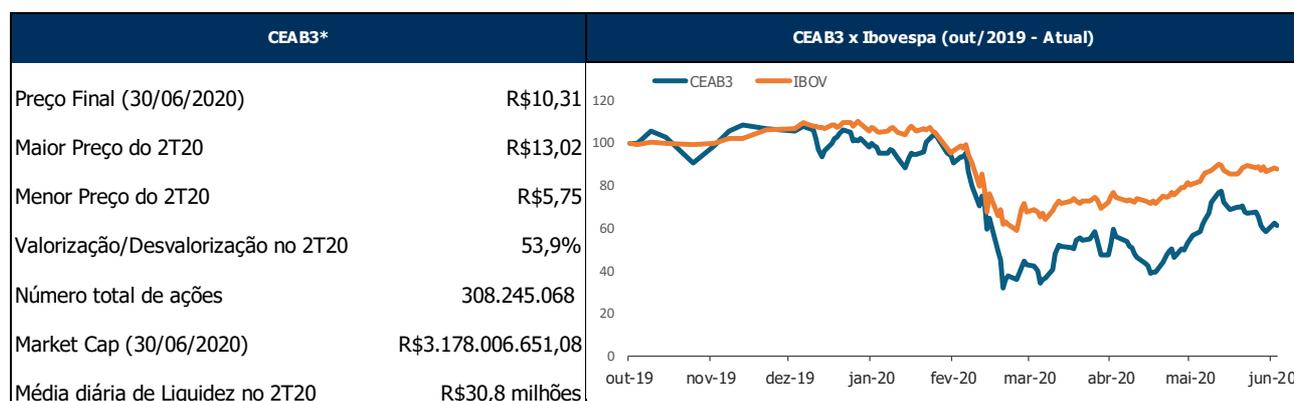
Cronograma de Amortização da Dívida (R\$ milhões)



### 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\$ 30,8 milhões no trimestre e a valorização das ações foi de 53,9%. Em 30 de junho de 2020 o valor de mercado da Companhia era de R\$ 3,2 bilhões.



\* Fonte: Infomoney, data base 30/06/2020

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 30/06/2020, estão descritos no quadro a seguir:

Composição acionária	Nº de ações (ON)	% do total
Acionista controlador	201.895.453	65,5%
Itaú Unibanco S.A.	15.766.280	5,1%
XP Gestão de Recursos Ltda	15.601.000	5,1%
Administração	29.836	0,01%
Outros	74.952.499	24,3%
<b>Total</b>	<b>308.245.068</b>	<b>100,0%</b>

## Anexos

### Balanço Patrimonial Consolidado

R\$ milhões	30/06/2020	31/12/2019	R\$ milhões	30/06/2020	31/12/2019
<b>Ativo Total</b>	<b>6.498,5</b>	<b>6.037,1</b>	<b>Total do Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>6.498,5</b>	<b>6.037,1</b>
<b>Ativo Circulante</b>	<b>2.823,2</b>	<b>2.999,6</b>	<b>Passivo Circulante</b>	<b>1.488,6</b>	<b>1.751,1</b>
Caixa e equivalentes de caixa	1.259,0	447,1	Arrendamentos	392,6	357,9
Contas a receber	374,5	1.151,5	Empréstimos	375,9	0,0
Derivativos	7,3	0,6	Fornecedores	415,9	804,0
Partes relacionadas	0,04	0,4	Derivativos	0,0	3,9
Estoques	810,3	544,7	Obrigações trabalhistas	137,8	128,5
Tributos a recuperar	323,4	795,6	Partes relacionadas	37,2	69,5
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	14,6	38,0	Dividendos e JCP a pagar	68,8	144,8
Outros ativos	34,1	21,7	Tributos a recolher	17,5	183,6
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>3.675,3</b>	<b>3.037,5</b>	Imposto de renda e contribuição social a recolher	0,6	35,8
<b>Ativo Realizável a longo prazo</b>	<b>1.244,3</b>	<b>624,9</b>	Outros passivos	42,2	23,1
Tributos a recuperar	1.029,7	521,1	<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>2.431,9</b>	<b>1.546,5</b>
Tributos diferidos	108,1	0,0	Arrendamentos	1.312,6	1.229,8
Depósitos judiciais	102,7	101,8	Empréstimos	829,3	-
Outros ativos	3,8	2,0	Obrigações trabalhistas	2,8	3,6
Imobilizado	640,6	717,5	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	230,6	233,8
Direito de uso - arrendamento mercantil	1.573,2	1.507,8	Tributos a recolher	23,2	1,1
Intangível	217,2	187,3	Tributos diferidos	0,0	45,6
			Outros passivos	33,4	32,6
			<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>2.578,0</b>	<b>2.739,6</b>
			Capital social	1.847,2	1.847,2
			Reserva de capital	14,5	11,7
			Lucros (Prejuízos) acumulados	(247,4)	-
			Reserva de lucros	958,9	882,9
			Resultados abrangentes	4,9	(2,2)

## Demonstração do Resultado Consolidado - Trimestral

R\$ milhões	2T20	2T19	△	2T20 pro forma	2T19 pro forma	△ pro forma
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>294,5</b>	<b>1.260,3</b>	<b>-76,6%</b>	<b>294,5</b>	<b>1.260,3</b>	<b>-76,6%</b>
<i>Vestuário</i>	194,3	957,7	-79,7%	194,3	957,7	-79,7%
<i>Fashiontronics</i>	80,8	235,7	-65,7%	80,8	235,7	-65,7%
<b>Serviços Financeiros - parceria Bradescard</b>	<b>15,9</b>	<b>61,0</b>	<b>-74,0%</b>	<b>15,9</b>	<b>61,0</b>	<b>-74,0%</b>
<b>Receitas Outras Comissões</b>	<b>3,5</b>	<b>5,9</b>	<b>-40,9%</b>	<b>3,5</b>	<b>5,9</b>	<b>-40,9%</b>
<b>Custo das Vendas</b>	<b>(151,2)</b>	<b>(640,2)</b>	<b>-76,4%</b>	<b>(151,2)</b>	<b>(640,2)</b>	<b>-76,4%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>143,3</b>	<b>620,1</b>	<b>-76,9%</b>	<b>143,3</b>	<b>620,1</b>	<b>-76,9%</b>
<i>Vestuário</i>	106,8	506,3	-78,9%	106,8	506,3	-78,9%
<i>Fashiontronics</i>	19,5	57,4	-66,1%	19,5	57,4	-66,1%
Lucro Bruto de mercadorias	126,3	563,7	-77,6%	126,3	563,7	-77,6%
Produtos Financeiros - parceria Bradescard	15,6	60,7	-74,2%	15,6	60,7	-74,2%
Lucro Bruto Outras Comissões	1,4	(4,3)	R\$5,6	1,4	(4,3)	R\$5,6
<b>(Despesas) e Receitas Operacionais</b>	<b>(387,7)</b>	<b>(548,0)</b>	<b>-29,2%</b>	<b>(406,4)</b>	<b>(554,2)</b>	<b>-26,7%</b>
Gerais e Administrativas	(110,7)	(112,7)	-1,8%	(112,2)	(113,5)	-1,1%
Vendas	(277,0)	(439,2)	-36,9%	(294,2)	(444,8)	-33,9%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	(0,01)	3,9	-R\$3,9	(0,01)	4,1	-R\$4,1
<b>Lucro antes das Receitas e Despesas Financeiras</b>	<b>(244,5)</b>	<b>72,1</b>	<b>-R\$316,6</b>	<b>(263,2)</b>	<b>65,9</b>	<b>-R\$329,1</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(41,2)</b>	<b>(32,6)</b>	<b>-R\$8,6</b>	<b>(6,5)</b>	<b>(21,8)</b>	<b>R\$15,3</b>
<b>Resultado com Derivativos</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>R\$0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>R\$0,0</b>
<b>Variação Cambial</b>	<b>(0,3)</b>	<b>0,1</b>	<b>-R\$0,3</b>	<b>(0,3)</b>	<b>0,1</b>	<b>-R\$0,3</b>
<b>Total Despesas Financeiras</b>	<b>(55,7)</b>	<b>(51,9)</b>	<b>-R\$3,8</b>	<b>(21,1)</b>	<b>(33,2)</b>	<b>R\$12,1</b>
Juros sobre empréstimos – partes relacionadas	0,0	(19,6)	R\$19,6	0,0	(19,6)	R\$19,6
Juros sobre empréstimos – 3os	(9,7)	0,0	-R\$9,7	(9,7)	0,0	
Juros sobre Arrendamento	(34,6)	(18,7)	-R\$15,9	0,0	0,0	R\$0,0
Despesas Bancárias e IOF	(0,4)	(0,9)	R\$0,5	(0,4)	(0,9)	R\$0,5
Juros sobre impostos e contingências	(6,6)	(7,3)	R\$0,7	(6,6)	(7,3)	R\$0,7
Despesa Financeira de Fornecedores	(3,9)	(5,4)	R\$1,5	(3,9)	(5,4)	R\$1,5
Outras despesas Financeiras	(0,4)	(0,03)	-R\$0,4	(0,4)	(0,03)	-R\$0,4
<b>Total Receitas Financeiras</b>	<b>14,9</b>	<b>19,3</b>	<b>-R\$4,4</b>	<b>14,9</b>	<b>11,3</b>	<b>R\$3,6</b>
Juros	13,5	12,1	R\$1,4	13,5	4,2	R\$9,4
Receita de Fornecedores	0,9	6,7	-R\$5,9	0,9	6,7	-R\$5,9
Outras Receitas Financeiras	0,4	0,4	R\$0,1	0,4	0,4	R\$0,1
<b>Lucro antes dos Impostos</b>	<b>(285,6)</b>	<b>39,5</b>	<b>-R\$325,2</b>	<b>(269,7)</b>	<b>44,1</b>	<b>-R\$313,8</b>
Impostos sobre o lucro	93,6	(13,8)	R\$107,3	88,1	(15,0)	R\$103,1
<b>Lucro Líquido (Prejuízo) do Exercício</b>	<b>(192,1)</b>	<b>25,8</b>	<b>-R\$217,8</b>	<b>(181,6)</b>	<b>29,1</b>	<b>-R\$210,7</b>
(+) impostos sobre o Lucro	(93,6)	13,8	-R\$107,3	(88,1)	15,0	-R\$103,1
(+/-) Resultado Financeiro Líquido	41,2	32,6	26,3%	6,5	21,8	-70,1%
(+) depreciação e Amortização	129,6	131,0	-1,1%	60,8	57,8	5,3%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>(114,9)</b>	<b>203,1</b>	<b>-R\$318,0</b>	<b>(202,3)</b>	<b>123,7</b>	<b>-R\$326,0</b>
(+/-) Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	11,2	(4,1)	R\$15,2	11,2	(4,1)	R\$15,2
(+) Despesa com Acionista Controlador	0,0	1,2	-R\$1,2	0,0	1,2	-R\$1,2
(+) Despesa com Royalties	0,0	7,4	-R\$7,4	0,0	7,4	-R\$7,4
(+) Receita Financeira de Fornecedores	0,9	6,7	-87,0%	0,9	6,7	-87,0%
(-) Recuperação de Créditos Fiscais	(11,2)	0,1	-R\$11,3	(11,2)	0,0	-R\$11,2
<b>(=) EBITDA Ajustado</b>	<b>(114,0)</b>	<b>214,6</b>	<b>-R\$328,6</b>	<b>(201,4)</b>	<b>135,0</b>	<b>-R\$336,4</b>

## Demonstração do Resultado Consolidado - Semestral

R\$ milhões	6M20	6M19	△	6M20 pro forma	6M19 pro forma	△ pro forma
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>1.271,3</b>	<b>2.300,8</b>	<b>-44,7%</b>	<b>1.271,3</b>	<b>2.300,8</b>	<b>-44,7%</b>
<i>Vestuário</i>	908,0	1.724,8	-47,4%	908,0	1.724,8	-47,4%
<i>Fashiontronics</i>	272,6	449,4	-39,3%	272,6	449,4	-39,3%
<b>Serviços Financeiros - parceria Bradescard</b>	<b>84,1</b>	<b>116,3</b>	<b>-27,7%</b>	<b>84,1</b>	<b>116,3</b>	<b>-27,7%</b>
<b>Receitas Outras Comissões</b>	<b>6,7</b>	<b>10,4</b>	<b>-35,8%</b>	<b>6,7</b>	<b>10,4</b>	<b>-35,8%</b>
<b>Custo das Vendas</b>	<b>(651,8)</b>	<b>(1.179,3)</b>	<b>-44,7%</b>	<b>(651,8)</b>	<b>(1.179,3)</b>	<b>-44,7%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>619,6</b>	<b>1.121,6</b>	<b>-44,8%</b>	<b>619,6</b>	<b>1.121,6</b>	<b>-44,8%</b>
<i>Vestuário</i>	479,8	901,1	-46,8%	479,8	901,1	-46,8%
<i>Fashiontronics</i>	60,3	110,3	-45,3%	60,3	110,3	-45,3%
Lucro Bruto de mercadorias	540,2	1.011,5	-46,6%	540,2	1.011,5	-46,6%
Produtos Financeiros - parceria Bradescard	83,6	115,7	-27,7%	83,6	115,7	-27,7%
Lucro Bruto Outras Comissões	(4,2)	(5,6)	-25,1%	(4,2)	(5,6)	-25,1%
<b>(Despesas) e Receitas Operacionais</b>	<b>(914,0)</b>	<b>(438,6)</b>	<b>108,4%</b>	<b>(951,1)</b>	<b>(1.086,1)</b>	<b>-12,4%</b>
Gerais e Administrativas	(219,5)	(238,8)	-8,1%	(222,7)	(240,3)	-7,3%
Vendas	(690,2)	(843,6)	-18,2%	(724,0)	(851,9)	-15,0%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	(4,4)	643,8	-R\$648,2	(4,4)	6,2	(10,6)
<b>Lucro antes das Receitas e Despesas Financeiras</b>	<b>(294,4)</b>	<b>683,0</b>	<b>-R\$977,4</b>	<b>(331,6)</b>	<b>35,5</b>	<b>-R\$367,0</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(80,1)</b>	<b>495,6</b>	<b>-R\$575,8</b>	<b>(12,7)</b>	<b>(34,1)</b>	<b>R\$21,4</b>
<b>Resultado com Derivativos</b>	<b>0,0</b>	<b>(26,1)</b>	<b>R\$26,1</b>	<b>0,0</b>	<b>(26,1)</b>	<b>R\$26,1</b>
<b>Variação Cambial</b>	<b>(12,7)</b>	<b>30,9</b>	<b>-R\$43,6</b>	<b>(12,7)</b>	<b>30,9</b>	<b>-R\$43,6</b>
<b>Total Despesas Financeiras</b>	<b>(100,7)</b>	<b>(95,5)</b>	<b>-R\$5,2</b>	<b>(33,3)</b>	<b>(58,2)</b>	<b>R\$25,0</b>
Juros sobre empréstimos	(9,7)	(30,7)	R\$21,0	(9,7)	(30,7)	R\$21,0
Juros sobre Arrendamento	(67,5)	(37,3)	-R\$30,2	0,0	0,0	R\$0,0
Despesas Bancárias e IOF	(0,9)	(2,8)	R\$1,9	(0,9)	(2,8)	R\$1,9
Juros sobre impostos e contingências	(12,4)	(14,9)	R\$2,4	(12,4)	(14,9)	R\$2,4
Despesa Financeira de Fornecedores	(9,7)	(9,7)	R\$0,0	(9,7)	(9,7)	R\$0,0
Outras despesas Financeiras	(0,4)	(0,07)	-R\$0,4	(0,4)	(0,07)	-R\$0,4
<b>Total Receitas Financeiras</b>	<b>33,3</b>	<b>586,3</b>	<b>-R\$553,0</b>	<b>33,3</b>	<b>19,3</b>	<b>R\$14,0</b>
Juros	23,0	573,5	-R\$550,6	23,0	6,6	R\$16,4
Receita de Fornecedores	9,5	13,0	-R\$3,6	9,5	13,0	-R\$3,6
Outras Receitas Financeiras	0,9	(0,3)	R\$1,2	0,9	(0,3)	R\$1,2
<b>Lucro antes dos Impostos</b>	<b>(374,6)</b>	<b>1.178,6</b>	<b>-R\$1.553,1</b>	<b>(344,2)</b>	<b>1,4</b>	<b>-R\$345,6</b>
Impostos sobre o lucro	127,1	(401,4)	R\$528,5	116,8	(1,1)	R\$117,9
<b>Lucro Líquido (Prejuízo) do Exercício</b>	<b>(247,4)</b>	<b>777,2</b>	<b>-R\$1.024,7</b>	<b>(227,4)</b>	<b>0,2</b>	<b>-R\$227,7</b>
(+) impostos sobre o Lucro	(127,1)	401,4	-R\$528,5	(116,8)	1,1	-R\$117,9
(+/-) Resultado Financeiro Líquido	80,1	(495,6)	R\$575,8	12,7	34,1	-62,8%
(+) depreciação e Amortização	257,7	260,6	-1,1%	121,1	113,6	6,6%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>(36,7)</b>	<b>943,6</b>	<b>-R\$980,3</b>	<b>(210,5)</b>	<b>149,1</b>	<b>-R\$359,6</b>
(+/-) Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	16,1	(6,2)	R\$22,2	16,1	(6,2)	R\$22,2
(+) Despesa com Acionista Controlador	0,0	2,6	-R\$2,6	0,0	2,6	-R\$2,6
(+) Despesa com Royalties	0,0	13,0	-R\$13,0	0,0	13,0	-R\$13,0
(+) Receita Financeira de Fornecedores	9,5	13,0	-27,3%	9,5	13,0	-27,3%
(-) Recuperação de Créditos Fiscais	(11,7)	(637,6)	R\$625,9	(11,7)	0,0	-R\$11,7
<b>(=) EBITDA Ajustado</b>	<b>(22,9)</b>	<b>328,4</b>	<b>-R\$351,3</b>	<b>(196,6)</b>	<b>171,6</b>	<b>-R\$368,2</b>

## Fluxo de Caixa Consolidado

R\$ milhões	6M20	6M19
<b>ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>		
<b>Lucro antes dos impostos sobre a renda</b>	<b>(374,6)</b>	<b>1.178,6</b>
<b>(+) Ajuste de caixa para conciliação do lucro antes dos impostos com o fluxo de caixa</b>	<b>362,5</b>	<b>(892,9)</b>
Depreciação e amortização	121,1	113,6
Depreciação do direito de uso	150,3	147,0
Perda na venda ou baixa do imobilizado e intangível	4,5	13,9
Provisão (reversão) para redução ao valor recuperável do imobilizado e intangível e direito de uso	3,9	(15,4)
Provisão para perdas de crédito esperada	(2,1)	(1,6)
Ajuste a valor presente do contas a receber e fornecedores	(3,2)	0,0
Despesas com remuneração baseado em ações	2,9	0,0
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	5,2	7,8
Atualização de depósitos judiciais	(0,9)	(1,5)
Provisão para perda nos estoques	11,3	19,7
Juros sobre arrendamentos	70,8	37,3
Juros sobre empréstimos - partes relacionadas	0,0	30,7
Juros sobre empréstimos	9,7	0,0
Amortização custos de transações de empréstimos	0,4	0,0
Variação cambial sobre empréstimos com partes relacionadas	0,0	(32,4)
Derivativos	0,0	41,3
Ganho em processos judiciais - Créditos extemporâneos de PIS/Cofins	(11,5)	(1.253,3)
<b>(+) Variações nos ativos e passivos</b>	<b>(121,5)</b>	<b>(146,3)</b>
Contas a receber de clientes	785,4	208,6
Partes relacionadas	(32,0)	(10,9)
Estoques	(276,9)	(134,8)
Tributos a recuperar	(1,4)	9,6
Outros créditos	(14,3)	(12,5)
Depósitos judiciais	(0,4)	(4,4)
Fornecedores	(392,7)	(46,5)
Obrigações Trabalhistas	8,5	(16,6)
Outros débitos	19,7	(13,6)
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(8,1)	(2,4)
Tributos a pagar	(187,9)	(109,5)
Impostos de renda e contribuição social pagos	(21,4)	(13,3)
<b>(=) Fluxo de caixa originado das (aplicado nas) atividades operacionais</b>	<b>(133,6)</b>	<b>139,3</b>
<b>(+) Atividades de investimentos</b>	<b>(76,6)</b>	<b>(163,3)</b>
Aquisição de imobilizado	(76,6)	(163,3)
Aquisição de intangível	0,00	0,00
Recebimento por venda de ativos imobilizados	0,09	0,00
<b>Fluxo de caixa aplicado nas atividades de investimento</b>		
<b>(+) Atividades de financiamento</b>	<b>1.022,0</b>	<b>(326,7)</b>
Novos empréstimos	1.200,0	508,0
Pagamento do principal dos empréstimos	0,0	(590,6)
Custo de transação de empréstimos	(5,0)	0,0
Pagamento de juros sobre empréstimos	0,0	(36,3)
Liquidação de swap	0,0	7,6
Pagamento do principal e juros de arrendamentos	(173,0)	(156,9)
Juros sobre o capital próprio e devidos pagos	0,0	(58,6)
<b>Fluxo de caixa aplicado nas atividades de financiamento</b>	<b>1.022,0</b>	<b>(326,7)</b>
<b>(=) Redução do saldo de caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>811,9</b>	<b>(350,7)</b>
<b>Caixa e equivalentes de caixa no início do período</b>	<b>447,1</b>	<b>446,0</b>
<b>Caixa e equivalentes de caixa no fim do período</b>	<b>1.259,0</b>	<b>95,3</b>

## Sobre a C&A

A C&A foi fundada em 1841 pelos irmãos holandeses Clemens e August e suas iniciais deram origem ao nome da marca. A C&A foi pioneira na confecção de roupas prontas para usar e, hoje, está entre as maiores cadeias de varejo do mundo. A C&A tem presença em 21 países da Europa, América Latina e Ásia, com aproximadamente 1.800 lojas. No Brasil, a marca C&A está presente desde 1976 e foi a precursora do conceito *fast fashion*. A C&A comercializa vestuários com bom custo benefício, incluindo roupas, acessórios, calçados, roupas de banho, itens de beleza e perfumes, para homens, mulheres e crianças por meio da sua rede de lojas físicas e a plataforma online de comércio eletrônico. Também oferece produtos eletrônicos e relacionados, como *smartphones*, *kindles*, *tablets*, relógios e acessórios, incluindo fones de ouvido e carregadores, chamados de produtos *Fashiontronics*. O público-alvo da C&A é composto, principalmente, por mulheres jovens (entre 18 e 35) buscando um estilo elegante e na moda. Por operar há mais de 40 anos no Brasil, a C&A possui uma rede de lojas físicas que cobre 26 estados e o Distrito Federal. Em 30 de junho de 2020, havia 288 lojas em operação com uma área de vendas total aproximada de 547 mil metros quadrados.

## 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)