



Release de  
Resultados  
4T22



**Videoconferência de  
Resultados:**

- Português/Inglês
- Data: 02/03/2023
  - Horários:  
Brasília: 11:00 h  
Nova York: 09:00h  
Londres: 14:00 h
- Webcast: [ri.cea.com.br](http://ri.cea.com.br)

**CEAB**  
B3 LISTED NM

**IGCT B3**

**IGC-NM B3**

**IGC B3**

**SMLL B3**

**IBRA B3**

**ITAG B3**

**ICON B3**

**IGPTWB3**

## 20 % de crescimento no EBITDA Ajustado no 4T22 e 67% no ano, forte posição de caixa permitindo queda na alavancagem

### DESTAQUES

- Crescimento de receita líquida de 4,7% comparado ao 4T21 e de 20,0% em relação a 2021;
- Receita bruta digital cresce 54,7% no trimestre e 30% no ano, atingindo mais de R\$ 1 bilhão;
- Margem bruta de mercadorias de 51,2%, aumento de 2,6 pontos percentuais em relação ao 4T21; no ano, fechamos em 49,1% com aumento de 3,3 pontos percentuais - patamar mais alto do que pré-pandemia;
- EBITDA ajustado pós-IFRS16 de R\$ 364,3 milhões, 20,1% maior do que 4T21; no ano, crescimento de 66,5% atingindo R\$ 750,1 milhões;
- Disciplina no capex com investimentos de R\$373 milhões em 2022 nas alavancas de crescimento;
- Alavancagem de 0,9x dívida líquida / EBITDA (vs. 1,3x em Dez/21)

Indicadores (R\$ milhões)	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
Receita Líquida	1.948,7	1.862,1	4,7%	6.183,5	5.153,2	20,0%
Receita Líquida Mercadorias	1.879,6	1.833,1	2,5%	5.904,5	4.960,6	19,0%
Vendas mesmas lojas (SSS) <sup>1</sup> (%)	1,0%	5,8%	-4,8p.p.	15,9%	24,7%	-8,8p.p.
Receita Bruta Digital (GMV <sup>2</sup> 1P+3P)	396,7	256,4	54,7%	1.170,7	900,7	30,0%
Margem Bruta Total (%)	51,7%	48,3%	3,4p.p.	50,2%	46,5%	3,7p.p.
Margem Bruta de Mercadorias (%)	51,2%	48,6%	2,6p.p.	49,1%	45,8%	3,3p.p.
Despesas Operacionais <sup>3</sup>	(497,1)	(535,0)	-7,1%	(2.131,8)	(1.749,4)	21,9%
EBITDA Ajustado (pós-IFRS16) <sup>4</sup>	364,3	303,4	20,1%	750,1	450,4	66,5%
Margem EBITDA Ajustada (pós-IFRS16) (%)	18,7%	16,3%	2,4p.p.	12,1%	8,7%	3,4p.p.
Lucro Líquido	212,9	154,4	37,9%	0,8	329,0	-99,8%
Investimentos	110,8	347,2	-68,1%	373,4	682,1	-45,3%

(1) SSS: *Same Store Sale* - Crescimento de vendas nas mesmas lojas. É composto pelas vendas das lojas ativas há mais de 13 meses em relação ao mesmo período do ano anterior, incluindo o e-commerce e todas as suas modalidades de vendas e entrega (100% online, vendas diretas, *Ship from Store* e Clique e Retire).

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

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

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



## Mensagem da Administração

A C&A registrou um desempenho sólido no quarto trimestre e no ano de 2022, apesar de um ambiente desafiador, com vendas líquidas e lucratividade aumentando, refletindo a relevância de nossas escolhas estratégicas e nosso forte foco em eficiência e disciplina financeira.

A C&A registrou crescimento de receita líquida de 4,7% no quarto trimestre, ainda que o período tenha sido marcado por condições climáticas atípicas, Copa do Mundo de futebol que impactou o fluxo, principalmente nos dias em que a seleção brasileira esteve em campo, e um ambiente de consumo desfavorável em dias de eleição. A Margem Bruta de Mercadorias melhorou 2,6 pontos percentuais e o EBITDA ajustado aumentou 20,1%, com margem melhorando 2,4 pontos percentuais.

Olhando para essas mesmas métricas para o ano de 2022, o desempenho foi ainda melhor, com receita líquida crescendo 20%, Margem Bruta de Mercadorias melhorando 3,3 pontos percentuais e EBITDA ajustado subindo dois dígitos fortes - 66,5%, com 3,4 pontos percentuais ganho de margem.

Nossas iniciativas de sustentabilidade receberam importante reconhecimento neste trimestre. Pelo 5º ano consecutivo, a C&A foi a marca mais bem posicionada (#1) no Índice de Transparência da Moda Brasileira (ITM), iniciativa do Fashion Revolution Brasil que mede até que ponto as políticas, práticas e impacto social e ambiental de cada cadeia de valor dos maiores varejistas brasileiros são divulgados. Fomos o único varejista de moda a atingir a pontuação de 73%, um aumento de 3% em relação à pontuação de 2021.

Esses números e conquistas são reflexo da boa execução de nossa estratégia e de nossos esforços para melhorar a rentabilidade de nossas operações. Para 2022, isso significava focar nas alavancas de crescimento, na eficiência de custos e na disciplina financeira geral. Continuamos nossa transformação digital, com GMV superior a 1 bilhão de reais no ano, tivemos um crescimento sólido em nossas lojas ACE *double doors* e ampliamos ainda mais nossa oferta de crédito, principalmente por meio do C&A Pay, que está crescendo fortemente. Ao mesmo tempo, em um ambiente macroeconômico e de consumo difícil, mostramos disciplina na abertura de lojas, reduzimos nossos investimentos em 45% ao longo do ano e reduzimos a alavancagem para menos de 1 vez através de forte geração de caixa.

O ambiente do Brasil em 2023 permanece incerto. Nesse contexto, nossas prioridades continuam sendo focar em resultados e proteger nosso caixa. Priorizaremos os investimentos em 2023, com abertura limitada de lojas e projetos de tecnologia direcionados. Acompanharemos de perto as despesas e o capital de giro, continuando a nos beneficiar da disciplina financeira para criar valor para nossos stakeholders.

A Administração C&A Modas S.A.



## Alavancas do Plano de Crescimento

As alavancas do nosso plano de crescimento tiveram papel relevante nos resultados que alcançamos em 2022. Os principais destaques foram a abertura de 17 novas lojas e o fechamento de 4. Avançamos significativamente em nossas vendas pelo WhatsApp, oferecendo aos nossos clientes uma experiência de compra assistida que resulta em maior conversão e ticket médio. O investimento na cadeia de suprimentos do eCommerce nos permitiu figurar entre as melhores em nível de serviço de entrega. E com o C&A Pay, demos acesso a mais de 2,5 milhões de portadores de cartão para comprar em nossas lojas.

## Novas Lojas e Formatos

No quarto trimestre apenas uma nova loja foi inaugurada no Rio de Janeiro, no Shopping Boulevard Rio com 1.477m<sup>2</sup>, como consequência do ajuste em investimentos para proteção do caixa. Continuamos focados em nossa estratégia de abertura de lojas nas chamadas cidades tier 3 (população em torno de 500.000 habitantes) nas quais nos tornamos a principal opção de moda para a região. Das 43 lojas abertas nos últimos 2 anos, 27 estão localizadas em cidades de nível 3 e 11 não tinham concorrentes na área.

No trimestre, o foco foi a transformação de 10 lojas no formato *double door* para nossa marca esportiva ACE. Atualmente temos 13 lojas que operam neste formato e continuam apresentando resultados sólidos de crescimento de venda da categoria - em média, as vendas do ACE nessas lojas aumentam 2 vezes após a transformação. As vendas anuais do ACE aumentaram 23%.

### LOJAS FORMATO *DOUBLE DOOR* ACE

---

Shopping Parque Dom Pedro - Campinas/SP

---

Shopping Iguatemi Fortaleza - Fortaleza/CE

---

Shopping Anália Franco - São Paulo/SP

---

Shopping Recife - Recife/PE

---

Shopping Iguatemi Macedo/ Maceió/AL

---

Midway Mall - Natal/ RN

---

Plaza Shopping Niterói - Niterói/RJ

---

Shopping Iguatemi Bahia - Salvador/BA

---

Amazonas Shopping - Manaus/AM

---

Shopping Conjunto Nacional - Brasília/DF

---

Park Shopping Brasília - Brasília/DF

---

Minas Shopping - Belo Horizonte/ MG

---

Shopping Aricanduva - São Paulo/ SP

---



O total de lojas ao fim do 4T22 era de 332 unidades em todo país das quais 279, ou 84%, já estão em operação há mais de 4 anos. Nossa área de vendas já está acima de 615 mil m<sup>2</sup>.

## Distribuição de Loja por Idade



	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
<b>Lojas</b>	<b>332</b>	<b>319</b>	<b>13</b>	<b>332</b>	<b>319</b>	<b>13</b>
Novas	1	11	-10	17	26	-9
Fechadas	0	0	0	4	2	2
<b>Área de Vendas (mil m<sup>2</sup>)</b>	<b>616</b>	<b>597</b>	<b>3,1%</b>	<b>616</b>	<b>597</b>	<b>3,1%</b>

## Transformação Digital

As vendas por WhatsApp mais uma vez impulsionaram a receita omni, fazendo com que nosso GMV digital no ano ficasse acima de R\$ 1 bilhão. Este canal contribui para uma melhor rentabilidade, maior margem bruta e custos de entrega reduzidos. Estoque vendido via WhatsApp é na maior parte das vezes da própria loja, e os clientes preferem fazer a retirada, levando a maior fluxo nas lojas, despesas menores de frete e ticket médio maior.

O programa de relacionamento C&A&VC fecha o ano com mais de 24 milhões de clientes registrados, possibilitando a identificação de 72% das vendas totais. A nossa base total de clientes ativos cresceu 4%, considerando os últimos 12 meses, e a base de clientes do *eCommerce* (incluindo as iniciativas de omnicanalidade) apresentou um aumento de 7%. Os clientes multicanais que somaram quase 10% do total, apresentaram crescimento de 18% e tiveram uma média de gastos quase 2,5 vezes maior do que outros clientes considerando os últimos 12 meses.

## Modernização da Cadeia de Suprimentos

O centro de distribuição de última geração dedicado ao eCommerce, em operação desde novembro de 2021 – equipado com OSR Shuttle da KNAPP e integrado ao sistema de gestão do centro de distribuição (*Warehouse Management System*) da Manhattan, permitiu redução nas despesas relacionadas à operação do centro de distribuição. Além disso, alcançamos excelência nos níveis de serviço em relação ao prazo de entrega devido à automatização e eliminação de erros com a nova operação – 51% dos nossos pedidos foram entregues em todo o Brasil em até dois dias em 2022. Considerando o 4T22 e focando na região Sudeste, de onde vem a maior parte dos nossos pedidos, 57% dos pedidos foram entregues em até dois dias.

Quanto à adoção do modelo *push pull* de distribuição de produtos para as lojas, após importantes investimentos nos últimos dois anos para construir a estrutura: três novos *sorters* para movimentação de produtos em nível de SKU, o novo sistema de gestão de centros de distribuição da Manhattan e o algoritmo para alocar produtos baseados em inteligência artificial (SIA) da E2E (Accenture), em 2022 os resultados começaram a aparecer em nossa margem bruta. Com uma distribuição mais assertiva para as lojas, conseguimos reduzir as remarcações, o que ajudou a melhorar as margens brutas de vestuário. No final de 2022, aproximadamente 25% de nossas vendas de vestuário eram cobertas por *push pull*.

## **Oferta de Crédito**

Assim como nos comprometemos no IPO, continuamos focados em aumentar a oferta de crédito aos nossos clientes. Considerando a parceria com o Bradesco e o C&A Pay - nossa oferta direta que completou o primeiro ano de operação em dezembro, atingimos os patamares pré-pandemia na oferta de crédito como percentual das vendas - 21%, um aumento de 5 p.p. em relação a 2021.

Podemos comemorar o sucesso do lançamento do C&A Pay, mesmo em um ambiente macroeconômico desafiador. Emitimos mais de 2,5 milhões de cartões digitais, com os indicadores de saúde financeira e retorno da carteira em linha com o definido no plano de negócios. Essa operação é acompanhada por comitês para garantir a adequada gestão de riscos e prestação de contas. Informações mais detalhadas estão disponíveis na seção Serviços Financeiros deste relatório.

## **Desempenho Financeiro**

### **Receita Líquida**

R\$ milhões	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
<b>Receita Líquida Total</b>	<b>1.948,7</b>	<b>1.862,1</b>	<b>4,7%</b>	<b>6.183,5</b>	<b>5.153,2</b>	<b>20,0%</b>
Receita de Mercadoria	1.879,6	1.833,1	2,5%	5.904,5	4.960,6	19,0%
Vestuário	1.647,5	1.601,8	2,9%	5.021,1	4.204,1	19,4%
Fashiontronics e Beleza	232,1	231,3	0,3%	883,4	756,6	16,8%
Serviços Financeiros	62,8	25,2	149,2%	257,4	175,0	47,1%
Outras Receitas	6,3	3,9	61,5%	21,7	17,6	23,3%



%	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
<b>Vendas Mesmas Lojas (SSS)<sup>1</sup></b>	<b>1,0%</b>	<b>5,8%</b>	<b>-4,8p.p.</b>	<b>15,9%</b>	<b>24,7%</b>	<b>-8,8p.p.</b>
Vestuário	1,3%	12,5%	-11,2p.p.	16,1%	32,7%	-16,6p.p.
<i>Fashiontronics e Beleza</i>	-1,3%	-24,7%	23,4p.p.	14,4%	-6,3%	20,7p.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 quarto trimestre, a receita líquida totalizou R\$ 1.948,7 milhões, montante 4,7% superior ao do 4T21. Para o ano de 2022, a receita líquida total foi de R\$ 6.183,5 milhões, 20,0% acima do ano anterior. A receita líquida de mercadorias no trimestre ficou 2,5% superior, somando R\$ 1.879,6 milhões e no ano ficou 19,0% superior, atingindo R\$ 5.904,5 milhões. O crescimento observado foi devido principalmente ao bom desempenho do vestuário durante o ano - principalmente no 2T22, e ao C&A Pay no 4T22.

Observando o conceito de vendas de mercadorias mesmas lojas (*Same Store Sales*), observamos aumento de 1,0% no 4T22. No ano, o SSS foi de 15,9%.

## Vestuário

A receita de vestuário apresentou aumento de 2,9% e SSS de 1,3% no 4T22 e para o ano de 2022, o aumento foi de 19,4% e o SSS foi 16,1%. O desempenho da categoria no trimestre foi impactado pelo clima frio atípico para o período principalmente na região sudeste, e pela copa do mundo de futebol - nos dias com jogo da seleção brasileiro, o fluxo nas lojas ficava praticamente zerado após o horário do almoço. Apesar destes fatores externos, nossos produtos tiveram boa aceitação, principalmente as coleções de brilhos e brancos focadas nas festividades do final do ano.

## Fashiontronics e Beleza

A categoria é composta por aparelhos celulares e smartphones, em sua maioria, e por itens de beleza e relógios. Embora os produtos de beleza tenham sido introduzidos na C&A apenas no final de 2019, atualmente já representam pouco mais de 15% da categoria e estão presentes em 274 lojas, além do canal digital.

O desempenho da receita foi praticamente estável em relação ao 4T21, ficando 0,3% superior e o SSS ficou negativo em 1,3%. Observamos fraca demanda para celulares e smartphones inclusive no evento da Black Friday. No ano, *Fashiontronics e Beleza* apresentaram crescimento de 16,8% na receita e o SSS ficou em 14,4%.

R\$ milhões	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
<b>Receita Bruta Digital Total (GMV<sup>1</sup> 1P+3P)</b>	<b>396,7</b>	<b>256,4</b>	<b>54,7%</b>	<b>1.170,7</b>	<b>900,7</b>	<b>30,0%</b>
<b>Receita Líquida Digital</b>	<b>295,9</b>	<b>195,4</b>	<b>51,4%</b>	<b>872,4</b>	<b>687,0</b>	<b>27,0%</b>
<b>% Receita Líquida Digital / Receita Total Mercadorias</b>	<b>15,7%</b>	<b>10,7%</b>	<b>5,0p.p.</b>	<b>14,8%</b>	<b>13,8%</b>	<b>1,0p.p.</b>

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

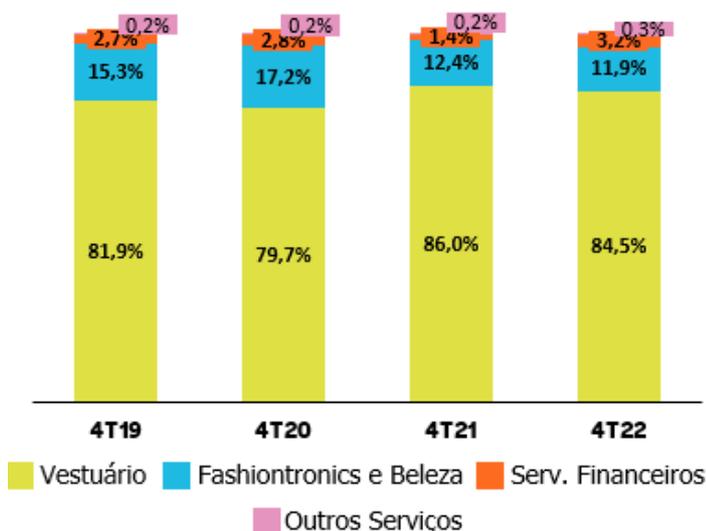
Nossa Receita Bruta Digital, ou GMV on-line, considerando nossas vendas e dos parceiros (*sellers*) em nosso *marketplace* apresentou um crescimento de 54,7% no trimestre, atingindo R\$ 396,7 milhões. Com isso, atingimos a marca recorde de mais de R\$ 1 bilhão de reais de vendas no ano, crescendo 30% em relação a 2021.

A receita líquida omni da C&A no 4T22 foi de R\$ 295,9 milhões, crescimento de 51,4%. A participação em relação à venda total foi de 15,7%. No ano, a receita líquida omni ficou em R\$ 872,4 milhões, crescimento de 27%.

A receita de Serviços Financeiros no trimestre foi de R\$ 62,8 milhões, apresentando aumento de 149,2%, principalmente em função do crescimento da operação do C&A Pay. No ano de 2022, a receita de Serviços Financeiros ficou em R\$ 257,4 milhões, um aumento de 47,1%.

A linha de outras receitas apresentou aumento de 61,5% no 4T22, ficando em R\$ 6,3 milhões. No ano, a receita foi de R\$ 21,7 milhões, um aumento de 23,3%.

## Receita Líquida por Negócio



No quarto trimestre, a participação do *fashiontronics* e beleza ficou em 11,9%, com queda de 0,5 p.p. em relação ao 4T21 e de 3,4 p.p. em relação ao 4T19. A receita de serviços financeiros aumentou a participação ficando em 3,2%.

## Lucro e Margem Bruta

R\$ milhões exceto margens	4T22	4T21	△	2022	2021	△
<b>Lucro Bruto Total</b>	<b>1.008,4</b>	<b>898,5</b>	<b>12,2%</b>	<b>3.106,1</b>	<b>2.397,3</b>	<b>29,6%</b>
Lucro Bruto de Mercadorias	962,0	890,3	8,1%	2.898,8	2.270,4	27,7%
<i>Vestuário</i>	911,2	839,9	8,5%	2.705,8	2.123,4	27,4%
<i>Fashiontronics e Beleza</i>	51,6	50,4	2,4%	193,9	147,0	31,9%
Lucro Bruto Serviços Financeiros	62,5	23,9	161,5%	255,8	173,0	47,9%
Lucro Bruto Outras	(16,9)	(15,6)	8,3%	(49,4)	(46,1)	7,2%
<b>Margem Bruta Total</b>	<b>51,7%</b>	<b>48,3%</b>	<b>3,4p.p.</b>	<b>50,2%</b>	<b>46,5%</b>	<b>3,7p.p.</b>
Margem Bruta Vestuário	55,3%	52,4%	2,9p.p.	53,9%	50,5%	3,4p.p.
Margem Bruta <i>Fashiontronics e Beleza</i>	22,2%	21,8%	0,4p.p.	21,9%	19,4%	2,5p.p.
<b>Margem Bruta de Mercadorias</b>	<b>51,2%</b>	<b>48,6%</b>	<b>2,6p.p.</b>	<b>49,1%</b>	<b>45,8%</b>	<b>3,3p.p.</b>

No 4T22, o lucro bruto acumulou R\$ 1.008,4 milhões, montante 12,2% superior ao do 4T21. No ano, o lucro bruto representou R\$ 3.106,1 milhões. A margem bruta total no trimestre foi de 51,7%, 3,4pp superior em função principalmente da melhoria da margem observada no vestuário e pelo aumento da participação de serviços financeiros. No ano, a margem bruta total foi de 50,2%, aumento de 3,7pp em relação a 2021 e ficando inclusive acima de 2019 – período pré pandemia.

A margem bruta de mercadorias ficou em 51,2%, um aumento de 2,6 p.p. em relação ao 4T21. Este resultado é consequência principalmente da melhoria da margem de vestuário. No ano de 22, a margem bruta de mercadorias ficou em 49,1%, 3,3pp superior a 21.

A margem bruta de vestuário ficou em 55,3%, um aumento de 2,9 pp em função da contínua evolução da precificação dinâmica e do início da captura do benefício da distribuição *push-pull* em nossos produtos de maior giro. Para o ano, a margem fechou em 53,9%, aumento de 3,4pp em relação a 2021.

Em *Fashiontronics e Beleza*, a margem no trimestre foi de 22,2%, aumento de 0,4 pp. No ano, a margem ficou em 21,9%, representando um aumento de 2,5 pp principalmente em função do crescimento da participação de beleza em mais de 15p.p. contribuindo com uma margem melhor do que celulares e smartphones, principalmente no cenário de competição mais agressiva a partir de meados de 22.

O lucro bruto de serviços financeiros no ficou em R\$ 62,5 milhões, aumento de 161,5%, em linha com a variação de receita. No ano, o crescimento foi de 47,9%, atingindo R\$ 255,8 milhões.

O lucro bruto na linha de outras ficou negativo em R\$16,9 milhões em função de perdas de mercadorias registradas no trimestre. No ano, o montante negativo foi de R\$ 49,4 milhões.

## Despesas Operacionais

R\$ milhões	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
Despesas com Vendas	(476,9)	(492,9)	-3,2%	(1.815,4)	(1.595,6)	13,8%
Despesas Gerais e Administrativas	(139,7)	(106,1)	31,7%	(485,6)	(363,2)	33,7%
<b>Total Despesas com Vendas e Gerais e Administrativas<sup>1</sup></b>	<b>(616,5)</b>	<b>(599,0)</b>	<b>2,9%</b>	<b>(2.301,0)</b>	<b>(1.958,9)</b>	<b>17,5%</b>
Outras (Despesas) Receitas Operacionais	119,5	64,0	86,7%	169,3	209,5	-19,2%
<b>Despesas Operacionais<sup>1</sup></b>	<b>(497,1)</b>	<b>(535,0)</b>	<b>-7,1%</b>	<b>(2.131,8)</b>	<b>(1.749,4)</b>	<b>21,9%</b>
%	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
Despesas com Vendas/Receita Líquida Total	24,5%	26,5%	-2,0p.p.	29,4%	31,0%	-1,6p.p.
Despesas G&A/ Receita Líquida Total	7,2%	5,7%	1,5p.p.	7,9%	7,0%	0,9p.p.
<b>Despesas com Vendas e G&amp;A/Receita Líquida Total</b>	<b>31,6%</b>	<b>32,2%</b>	<b>-0,6p.p.</b>	<b>37,2%</b>	<b>38,0%</b>	<b>-0,8p.p.</b>

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

No quarto trimestre, as despesas operacionais, excluindo depreciação e perdas em crédito líquidas, somaram R\$ 497,1 milhões, montante 7,1% menor do que o apresentado no 4T21 principalmente em função de outras receitas operacionais. No ano de 2022, as despesas operacionais somaram R\$ 2.131,8 milhões, ficando 21,9% acima de 2021.

As despesas de vendas foram R\$ 476,9 milhões, redução de 3,2%. A principal justificativa foi o gasto com marketing, que apresentou redução de 62,4% em relação ao 4T21, reflexo de nossa busca por rentabilidade na operação on-line com redução das despesas em marketing digital. No ano, as despesas com vendas foram de R\$ 1.815,4 milhões, ficando 13,8% acima de 2021 em função do ajuste inflacionário e aumento do número de lojas.

As despesas gerais e administrativas ficaram 31,7% maior, somando R\$ 139,7 milhões, em função do aumento na linha de pessoal, parcialmente mitigada pela redução na linha de materiais e serviços de terceiros em função do ganho de eficiência principalmente no centro de distribuição do eCommerce com a nova operação automatizada e da redução em manutenção de TI. Em 2022, as despesas gerais e administrativas ficaram 33,7% superior a 2021, atingindo R\$ 485,6 milhões.

O detalhamento das despesas operacionais está disponível na planilha de fundamentos no site de RI da C&A – <https://ri.cea.com.br>.



O indicador despesas com vendas e G&A sobre receita líquida total ficou em 31,6%, redução de 0,6 pp. No ano de 2022, este indicador apresentou queda de 0,8 pp, demonstrando a gradual melhora na alavancagem operacional.

A linha de Outras (Despesas) e Receitas Operacionais foi uma receita de R\$ 119,5 milhões, 86,7% superior ao 4T21. A principal justificativa foi o reconhecimento de créditos fiscais, no valor aproximado de R\$100 milhões, relacionado ao trânsito em julgado no STJ (Supremo Tribunal Judicial) do processo para discutir o direito de fruição da alíquota zero do PIS e da COFINS, prevista pela Lei nº 11.196/2005 (conhecida como “Lei do Bem”), para a venda a varejo de smartphones produzidos no país. No ano, a linha de Outras (Despesas) e Receitas Operacionais foi uma receita de R\$ 169,3 milhões, apresentando uma redução de 19,2% ao ano de 2021.

## Serviços Financeiros

A receita líquida de serviços financeiros no trimestre foi de R\$ 62,8 milhões, 149,2% superior ao 4T21. No ano de 2022, totalizou R\$ 257,3 milhões, um aumento de 47%. O aumento, tanto no trimestre quanto no ano, deveu-se ao bom desempenho do C&A Pay, que amenizou a queda de receita observada na parceria Bradescard.

A provisão para perdas da operação do C&A Pay foi de R\$ 30,0 milhões no trimestre. As despesas totais foram de R\$ 66,0 milhões, montante 39,2% superior considerando que a operação do C&A Pay era incipiente no 4T21. No ano de 22, a provisão para perdas foi de R\$ 64,3 milhões e as despesas representaram R\$ 227,0 milhões.

A participação do crédito oferecido tanto via parceria Bradescard como via C&A Pay representou 22% das vendas no quarto trimestre. E o C&A Pay desponta como um componente cada vez mais importante de nossas vendas no varejo, respondendo sozinho por 16% no trimestre.

R\$ milhões	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
Parceria Bradescard	10,7	24,5	-56,3%	123,2	174,3	-29,3%
C&A Pay (Private Label)	52,2	0,7	7357,1%	134,1	0,7	19057,1%
<b>Receita líquida do <i>Funding</i> e Impostos de Serviços Financeiros</b>	<b>62,8</b>	<b>25,2</b>	<b>149,2%</b>	<b>257,3</b>	<b>175,0</b>	<b>47,0%</b>
<b>Lucro bruto - Serviços Financeiros</b>	<b>62,5</b>	<b>23,9</b>	<b>161,5%</b>	<b>255,8</b>	<b>173,0</b>	<b>47,9%</b>
<b>(-) Perdas, Líq. das Recuperações (C&amp;A Pay – Private Label)</b>	<b>(30,0)</b>	<b>(0,5)</b>	<b>5900,0%</b>	<b>(64,3)</b>	<b>(0,5)</b>	<b>12760,0%</b>
<b>(-) Despesas Totais de Serviços Financeiros</b>	<b>(66,0)</b>	<b>(47,4)</b>	<b>39,2%</b>	<b>(227,0)</b>	<b>(137,3)</b>	<b>65,3%</b>
<b>(=) Resultado de Serviços Financeiros</b>	<b>(33,5)</b>	<b>(24,0)</b>	<b>39,6%</b>	<b>(35,5)</b>	<b>35,2</b>	<b>-200,9%</b>

Indicadores	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
<b>Parceria Bradescard</b>						
Média Líquida de Contas a Receber (bilhões)	2,6	2,9	-10,3%	2,8	2,9	-3,4%
% da Venda	6%	13%	-7p.p.	8%	14%	-6p.p.
Número de cartões novos (mil)	93,0	265,0	-64,9%	365,1	871,0	-58,1%
Número de cartões ativos (milhões)	2,1	2,6	-19,2%	2,3	2,7	-14,8%
Perdas, líquidas das recuperações, sobre carteira média - período (%)	4,9%	3,6%	1,3p.p.	12,3%	7,6%	4,7p.p.
<b>C&amp;A Pay (Private Label)</b>						
Carteira final do período (milhões)	562,6	98,2	472,7%	562,6	98,2	472,7%
% da Venda	16%	4%	12p.p.	13%	2%	11p.p.
Número de cartões novos (mil)	608,0	401,5	51,4%	2.165,0	401,5	439,2%
Número de cartões emitidos (mil)	2.567,0	401,5	539,4%	2.567,0	401,5	539,4%
Perdas, líquidas das recuperações, sobre carteira média - período (%)	6,3%	1,0%	5,3p.p.	19,5%	4,0%	15,5p.p.

Na parceria com Bradescard, o número de cartões novos emitidos no trimestre foi de 93 mil e a participação do crédito oferecido como % das vendas foi de 6%, caindo 7 pp.

O C&A Pay emitiu no trimestre mais de 600 mil novos cartões digitais, atingindo mais de 2,57 milhões de cartões emitidos. As perdas líquidas de recuperação sobre a carteira média no trimestre representaram 6,3%.

C&A Pay - Private Label (R\$ mil)	A vencer	Vencida	Saldo
Até 30 dias	127.055	10.381	137.456
de 31 a 60 dias	85.049	10.293	95.342
de 61 a 90 dias	58.792	15.454	74.246
de 91 até 180	107.183	42.130	149.312
de 180 a 360 dias	65.821	39.869	105.690
Acima de 361 dias	605	-	-
<b>Total</b>	<b>444.505</b>	<b>118.127</b>	<b>562.652</b>

A carteira em aberto a partir de 90 dias ficou em 14,6%. Lembrando que o C&A Pay completou o primeiro ano de operação em dezembro/22 e ainda se encontra em fase de formação de safras. Este percentual deve aumentar com a maturação do negócio.

C&A Pay - Private Label (R\$ mil)	Carteira	PDD	% Cobertura
Saldo <i>On Balance</i>	562.632	64.095	11,4%
Estágio 1	445.148	3.086	0,7%
Estágio 2	34.775	4.263	12,3%
Estágio 3	82.709	56.746	68,6%
Saldo <i>Off Balance</i> <sup>1</sup>	1.143.596	343	0,0%
<b>Total Geral</b>	<b>1.706.228</b>	<b>64.438</b>	<b>3,8%</b>
<b>Índice de cobertura sobre carteira crédito</b>			<b>11,5%</b>

(1) Considera limites concedidos e não utilizados

O índice de cobertura sobre a carteira de crédito fechou o trimestre em 11,5%.

Modalidades de Pagamento	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
<b>À vista</b>	<b>33%</b>	<b>35%</b>	<b>-2p.p.</b>	<b>31%</b>	<b>34%</b>	<b>-3p.p.</b>
<b>Cartões parceria Bradescard</b>	<b>6%</b>	<b>13%</b>	<b>-7p.p.</b>	<b>8%</b>	<b>14%</b>	<b>-6p.p.</b>
Até 5 parcelas	4%	8%	-4p.p.	5%	8%	-3p.p.
Acima de 5 parcelas	1%	2%	-1p.p.	1%	2%	-1p.p.
Outros	1%	3%	-2p.p.	2%	4%	-2p.p.
<b>C&amp;A Pay (Private Label)</b>	<b>16%</b>	<b>4%</b>	<b>12p.p.</b>	<b>13%</b>	<b>2%</b>	<b>11p.p.</b>
Até 5 parcelas	10%	3%	7p.p.	8%	1%	7p.p.
Acima de 5 parcelas	1%	0%	1p.p.	1%	0%	1p.p.
Outros	5%	1%	4p.p.	4%	1%	3p.p.
<b>Cartões Terceiros</b>	<b>45%</b>	<b>48%</b>	<b>-3p.p.</b>	<b>48%</b>	<b>50%</b>	<b>-2p.p.</b>
Até 3 parcelas	29%	32%	-3p.p.	30%	31%	-1p.p.
Acima de 3 parcelas	6%	8%	-2p.p.	9%	12%	-3p.p.
Outros	10%	8%	2p.p.	9%	8%	1p.p.

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

## EBITDA Ajustado (Pós-IFRS 16)

R\$ milhões exceto margem	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
<b>Lucro (Prejuízo)Líquido do Exercício</b>	<b>212,9</b>	<b>154,4</b>	<b>37,9%</b>	<b>0,8</b>	<b>329,0</b>	<b>-99,8%</b>
(+) Impostos sobre o Lucro	93,6	32,0	192,5%	(44,1)	(328,0)	-86,6%
(+/-) Resultado Financeiro Líquido	45,7	30,4	50,3%	311,5	91,8	239,3%
(+) Depreciação e Amortização	129,0	146,3	-11,8%	641,9	554,6	15,7%
<b>(=) EBITDA (pós-IFRS16)</b>	<b>481,3</b>	<b>363,1</b>	<b>32,6%</b>	<b>910,1</b>	<b>647,4</b>	<b>40,6%</b>
(+/-) Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	13,4	(20,3)	-166,0%	31,1	18,9	64,6%
(+) Receita Financeira de Fornecedores	2,5	4,4	-43,2%	9,2	12,4	-25,8%
(-) Recuperação de Créditos Fiscais	(132,9)	(43,7)	204,1%	(200,4)	(228,4)	-12,3%
<b>(=) EBITDA Ajustado (pós-IFRS 16)<sup>1</sup></b>	<b>364,3</b>	<b>303,4</b>	<b>20,1%</b>	<b>750,1</b>	<b>450,4</b>	<b>66,5%</b>
<b>Margem EBITDA Ajustada (pós-IFRS 16)<sup>1</sup> sobre Receita Líquida</b>	<b>18,7%</b>	<b>16,3%</b>	<b>2,4p.p.</b>	<b>12,1%</b>	<b>8,7%</b>	<b>3,4p.p.</b>
<b>Margem EBITDA Ajustada (pós-IFRS 16)<sup>1</sup> sobre Receita de Mercadorias</b>	<b>19,4%</b>	<b>16,6%</b>	<b>2,8p.p.</b>	<b>12,7%</b>	<b>9,1%</b>	<b>3,6p.p.</b>

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

O EBITDA ajustado pós-IFRS 16 no quarto trimestre de 2022 foi de R\$ 364,3 milhões, um aumento de 20,1% em relação ao 4T21, com margem EBITDA ajustada pós-IFRS 16 de 18,7%. No ano, o EBITDA ajustado pós-IFRS 16 foi de R\$ 750,1 milhões com margem de 12,1%.

Vale mencionar que no 4T22 foi feito um estudo a respeito da vida útil de nossos ativos. O resultado deste estudo fez com que os valores da depreciação fossem revistos para o ano todo

e o impacto foi contabilizado no trimestre, no montante de uma redução na linha de aproximadamente R\$ 41 milhões.

R\$ milhões exceto margem	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
(-) Resultado de Serviços Financeiros	33,5	24,0	39,6%	35,5	(35,2)	-200,9%
<b>EBITDA Ajustado (pós-IFRS16) da Operação de Varejo</b>	<b>397,9</b>	<b>327,4</b>	<b>21,5%</b>	<b>785,6</b>	<b>415,2</b>	<b>89,2%</b>
<b>Margem EBITDA Ajustado (pós-IFRS16) da Operação de Varejo</b>	<b>20,4%</b>	<b>17,6%</b>	<b>2,8p.p.</b>	<b>12,7%</b>	<b>8,1%</b>	<b>4,6p.p.</b>

No trimestre, o EBITDA ajustado da operação de Varejo foi de R\$ 397,9 milhões, com margem de 20,4%. No ano, o EBITDA ajustado da operação de Varejo ficou em R\$ 785,6 milhões.

## Resultado Financeiro

R\$ milhões	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
<b>Variação Cambial</b>	<b>0,3</b>	<b>(0,1)</b>	<b>-400,0%</b>	<b>0,3</b>	<b>(0,7)</b>	<b>-142,9%</b>
<b>Total Despesas Financeiras</b>	<b>(171,9)</b>	<b>(85,7)</b>	<b>100,6%</b>	<b>(601,3)</b>	<b>(267,3)</b>	<b>125,0%</b>
Juros sobre empréstimos	(81,4)	(31,7)	156,8%	(272,4)	(81,5)	234,2%
Juros sobre Arrendamento	(40,2)	(34,0)	18,2%	(156,5)	(135,4)	15,6%
Juros sobre impostos e contingências	(6,1)	(4,0)	52,5%	(21,7)	(14,5)	49,7%
Outras Despesas Financeiras	(44,2)	(16,0)	176,3%	(150,7)	(36,0)	318,6%
<b>Total Receitas Financeiras</b>	<b>125,9</b>	<b>55,4</b>	<b>127,3%</b>	<b>289,6</b>	<b>176,2</b>	<b>64,4%</b>
Receitas com juros	84,2	35,7	135,9%	168,6	126,4	33,4%
Juros sobre aplicações financeiras	39,1	15,3	155,6%	111,7	37,4	198,7%
Outras Receitas Financeiras	2,5	4,4	-43,2%	9,3	12,4	-25,0%
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(45,7)</b>	<b>(30,4)</b>	<b>50,3%</b>	<b>(311,5)</b>	<b>(91,8)</b>	<b>239,3%</b>

No 4T22, o resultado financeiro foi uma despesa de R\$ 45,7 milhões principalmente em função do aumento da despesa financeira com juros sobre empréstimos - consequência do aumento da dívida e do aumento da taxa CDI. Além dos juros com empréstimos, houve aumento em outras despesas financeiras refletindo o ajuste a valor presente das compras de fornecedores dado aumento na taxa Selic e a contabilização da correção monetária do valor devido ao Bradesco pela recompra do direito de ofertar crédito, que não existia no 4T21 e representou R\$ 16,3 milhões. Os impactos mencionados anteriormente foram parcialmente mitigados pelo reconhecimento dos juros dos créditos fiscais, principalmente do processo referente ao direito de alíquota zero do PIS e da COFINS, prevista pela Lei nº 11.196/2005 (conhecida como “Lei do Bem”), para a venda a varejo de smartphones produzidos no país no valor de cerca de R\$ 40 milhões. No ano, o resultado financeiro foi uma despesa de R\$ 311,5 milhões, sendo mais de 3 vezes maior do que a observada em 2021 principalmente em função do aumento na taxa de juros e maior endividamento.

## Lucro Líquido

R\$ milhões exceto margem	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	<b>212,9</b>	<b>154,4</b>	<b>37,9%</b>	<b>0,8</b>	<b>329,0</b>	<b>-99,8%</b>
<b>Margem Líquida</b>	<b>10,9%</b>	<b>8,3%</b>	<b>2,6p.p.</b>	<b>0,0%</b>	<b>6,4%</b>	<b>-6,4p.p.</b>

No 4T22, a C&A apresentou lucro de R\$ 212,9 milhões, com margem líquida de 10,9%. No ano de 2022, o lucro foi de R\$ 0,8 milhão. Lembrando que no 4T21 houve o reconhecimento de um crédito fiscal relevante que resultou no lucro apresentado na tabela. Excluindo os efeitos não recorrentes do trimestre, o resultado teria sido um lucro de cerca R\$ 80 milhões. No ano, eliminando o efeito do crédito fiscal mencionado, o prejuízo teria sido cerca de R\$ 130 milhões.

## Fluxo de Caixa Livre Ajustado

R\$ milhões	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
<b>Lucro (Prejuízo) pré-IFRS16 antes do IR/CSLL</b>	<b>310,3</b>	<b>192,2</b>	<b>61,4%</b>	<b>10,1</b>	<b>44,2</b>	<b>-77,1%</b>
Depreciação e amortização	47,4	68,2	-30,5%	295,1	246,3	19,8%
(+/-) Outros	(8,4)	7,0	-220,0%	223,5	(134,7)	-265,9%
<b>Ajustes sem efeito caixa</b>	<b>38,9</b>	<b>75,2</b>	<b>-48,3%</b>	<b>518,5</b>	<b>111,9</b>	<b>363,4%</b>
<b>Imposto de renda e contribuição social pagos</b>	<b>(7,9)</b>	<b>0,0</b>	<b>-</b>	<b>(19,8)</b>	<b>(1,8)</b>	<b>1000,0%</b>
<b>Capital de Giro</b>	<b>502,6</b>	<b>95,7</b>	<b>425,2%</b>	<b>92,6</b>	<b>(112,8)</b>	<b>-182,1%</b>
Contas a receber	(207,3)	(282,6)	-26,6%	(206,9)	(98,7)	109,6%
Estoques	100,1	10,1	891,1%	(65,9)	(261,0)	-74,8%
Fornecedores	414,3	238,4	73,8%	145,5	133,7	8,8%
Outros	195,5	129,9	50,5%	219,9	113,3	94,1%
<b>Caixa originado das atividades operacionais</b>	<b>843,9</b>	<b>363,1</b>	<b>132,4%</b>	<b>601,5</b>	<b>41,6</b>	<b>1345,9%</b>
<b>(-) CAPEX (Investimentos)</b>	<b>(83,0)</b>	<b>(240,3)</b>	<b>-65,5%</b>	<b>(471,6)</b>	<b>(571,3)</b>	<b>-17,5%</b>
<b>(=) Fluxo de Caixa Livre Ajustado</b>	<b>760,9</b>	<b>122,8</b>	<b>519,6%</b>	<b>129,9</b>	<b>(529,8)</b>	<b>-124,5%</b>

No quarto trimestre de 2022, o fluxo de caixa livre foi de R\$ 760,9 milhões, com a melhora no capital de giro decorrente de nossas iniciativas para aumentar o ciclo de pagamento – junto a fornecedores diretos e indiretos, e para reduzir o ciclo de recebimento – introdução da parcela mínima, dentre outras, e na redução de investimentos. No ano, o fluxo de caixa livre ficou em R\$ 129,9 milhões.

Movimentação Caixa – 4T22



Acompanhando a movimentação específica do trimestre, houve geração relevante de caixa no montante de R\$ 445,9 milhões. As atividades operacionais geraram caixa no valor de R\$ 843,9 milhões, valor beneficiado pela compensação de créditos fiscais extemporâneos de R\$ 27,4 milhões (para 2022 valor de cerca de R\$ 230 milhões). Os investimentos consumiram R\$ 83,0 milhões e as atividades de financiamento consumiram R\$ 315,0 milhões. Importante mencionar que no 4T22 realizamos o pré-pagamento de uma dívida, uma CCB (Cédula de Crédito Bancário) no valor de R\$ 230 milhões que venceria no 2T23, fazendo com que as atividades de financiamento tivessem consumo de caixa mais relevante.

Investimentos

R\$ milhões	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
<b>Total dos Investimentos<sup>1</sup></b>	<b>110,8</b>	<b>347,2</b>	<b>-68,1%</b>	<b>373,4</b>	<b>682,1</b>	<b>-45,3%</b>
Novas Lojas	16,0	93,7	-82,9%	108,4	178,7	-39,3%
Reformas e Remodelagens	22,9	36,9	-37,9%	45,6	59,8	-23,7%
Cadeia de Suprimentos	11,6	43,7	-73,5%	37,8	144,5	-73,8%
Digital e Tecnologia	60,3	172,9	-65,1%	181,6	299,1	-39,3%

(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\$ 110,8 milhões, valor 68,1% menor quando comparado ao 4T21. Do total, investimentos em Digital e Tecnologia somaram R\$ 60,3 milhões. No ano de 2022, o investimento foi de R\$ 373,4 milhões, 45,3% menor do que em 2021.

Endividamento

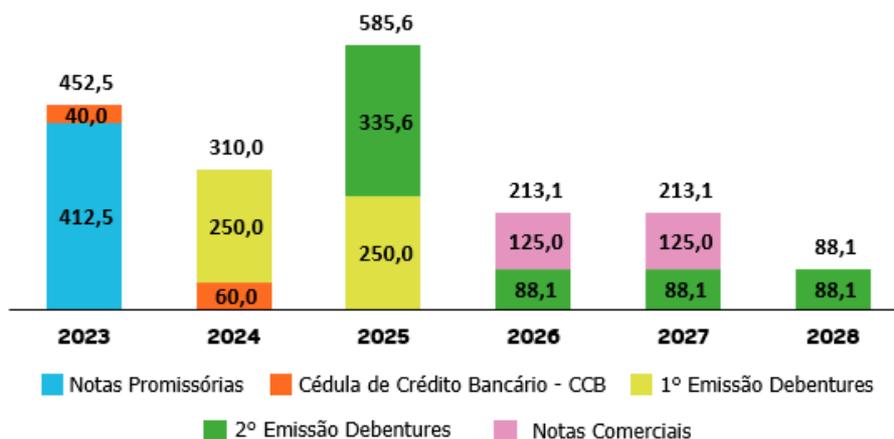
R\$ milhões	2022	2021	Δ
<b>Dívida Bruta</b>	<b>2.151,2</b>	<b>1.375,2</b>	<b>56,4%</b>
Dívida de Curto Prazo	746,4	121,6	513,8%
Dívida de Longo Prazo	1.404,8	1.253,6	12,1%
<b>(-) Caixa e Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras</b>	<b>1.682,8</b>	<b>1.058,0</b>	<b>59,1%</b>
<b>(=) Caixa ou (Dívida Líquida)</b>	<b>(468,4)</b>	<b>(317,2)</b>	<b>47,7%</b>

No fim do quarto trimestre, nossa dívida líquida era de R\$ 468,4 milhões e a dívida total apresentava um prazo médio de 3,7 anos e um custo médio (*all in*) de CDI+2,03%. A alavancagem calculada de acordo com os critérios de *covenants* das dívidas contraídas ficou em 0,9x a dívida líquida / EBITDA últimos doze meses (no valor de R\$ 501 milhões) em função do foco a partir de meados de 2022 em proteção ao caixa.

R\$ milhões	2022	2021
<b>EBITDA</b>	<b>910,1</b>	<b>647,4</b>
(-) Pagamentos Arrendamento Mercantil	(449,9)	(396,8)
<b>(=) EBITDA excluindo IFRS16</b>	<b>460,1</b>	<b>250,6</b>
(+/-) Ganhos (Perdas) Venda de Ativos Excluindo Efeitos do IFRS16 (Nota Explicativa 27.5)	8,6	4,6
(+/-) <i>Impairment</i> (Nota explicativa 27.5)	(6,1)	(3,9)
(+) Receita Financeira de Fornecedores (Nota explicativa 28)	9,2	12,4
(-) Gastos com Reestruturação/Consultoria (Nota explicativa 27.5)	7,1	4,3
(+/-) Provisões (Reversões) de Contingências (Nota Explicativa 23.2)	22,2	(19,2)
<b>(=) EBITDA Ajustado para covenants<sup>1</sup></b>	<b>501,1</b>	<b>248,9</b>
Dívida Líquida/EBITDA Ajustado para covenants <sup>1</sup> (12 meses)	0,9x	1,3x

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

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



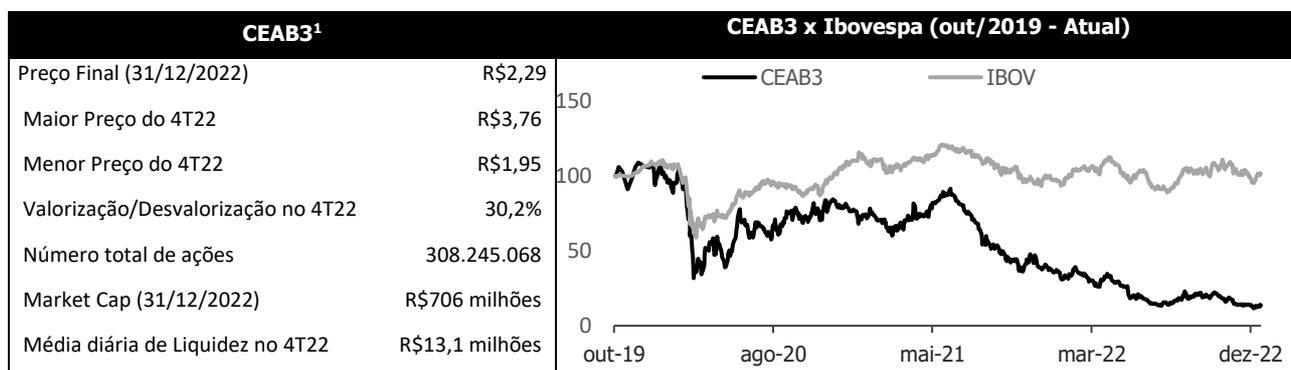
O cronograma de amortização refere-se apenas ao principal, sem incluir juros.

No cronograma da amortização da dívida, considerando apenas o principal, pode ser observado o impacto do pré-pagamento de uma CCB (Cédula de Crédito Bancário) no valor de R\$ 230 milhões que venceria no 2T23 que possuía a taxa de juros mais alta de nosso portfólio

- CDI+2,95%. Desta forma, houve uma redução do desembolso para pagamento de dívidas em 2023 para R\$ 452,5 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\$ 13,1 milhões no 4T22 e houve valorização das ações de 30,2%. Em 31 de dezembro de 2022, o valor de mercado da Companhia era de R\$ 706 milhões.



O capital da Companhia totaliza 308.245.068 ações ordinárias e o *free float* é de 34,5%. Nossos principais acionistas e o *free float* da Companhia, com base em 31/12/2022, estão descritos no quadro a seguir:

Composição acionária	Nº de ações (ON)	% do total
Acionista controlador	201.319.336	65,3%
Administração	805.797	0,3%
Tesouraria	1.969.900	0,4%
Outros	104.150.035	34,0%
<b>Total</b>	<b>308.245.068</b>	<b>100,0%</b>

Em 12 de novembro de 2021, o Conselho de Administração aprovou a aquisição de ações de emissão da Companhia para manutenção em tesouraria para atender ao Plano de Incentivo de Longo Prazo, e maximizar a geração de valor para o acionista por meio de uma administração eficiente da estrutura de capital. Foi autorizado a recompra de 5.300.000 ações, das quais 1.969.900 ações foram adquiridas até 31 de dezembro de 2022 com preço médio de R\$3,44. Durante o 4T22, foram adquiridas 661.500 ações com preço médio de R\$2,30. O Programa tem validade até maio de 2023.



## Evento Subsequente

Em 26 de janeiro de 2023, divulgamos comunicado ao mercado, referente aos nossos negócios com o Bradesco, anunciando a modificação dos termos relativos à atual parceria, firmada no final de 2021, e um novo contrato.

Quanto à parceria, concordamos que (i) a base ativa de cartões, encerrada em 23 de janeiro, continuará por 2,5 anos, sem nova emissão, (ii) o Bradesco terá a opção de adquirir a base ativa em julho de 2025, e (iii) o pagamento do direito de oferta de crédito diretamente aos clientes para o Bradesco foi postergado para julho de 2025 – e a partir de fevereiro de 2023, o valor será corrigido pela taxa de CDI + 1,65%.

Com relação ao novo contrato, para manter uma ampla oferta de crédito aos nossos clientes – um cartão de crédito que pode ser utilizado em outros lojistas que não a C&A, continuaremos a emitir cartões Bradesco e seremos remunerados em forma de comissão por emissão. Estes cartões não farão parte da parceria anterior.

O racional para abordar o Bradesco nessa discussão foi baseado na deterioração do ambiente macroeconômico nos últimos trimestres. O aumento do endividamento e da inadimplência resultaram em dois fortes argumentos: uma base ativa de cartões da parceria com o Bradesco ainda relevante e uma visão mais cautelosa sobre o momento de lançamento do cartão de crédito C&A. Oferecer um cartão de crédito que pode ser usado em outro lugar, diferente do C&A Pay, traz um risco que não conhecemos e demanda uma captação muito maior – já que para ser usado em várias localidades, exige um limite mais alto.

Com este novo acordo, a C&A focará no crescimento de seu próprio cartão private label (para uso apenas nas lojas C&A) e no aumento de soluções para o cliente com novos seguros, saques e empréstimos pessoais. Nosso principal objetivo com a C&A Pay é aumentar as vendas no varejo e esperamos que o portfólio quase dobre até o final de 2023, aumentando a participação nas vendas para um patamar bastante competitivo.

## Anexos

## EBITDA Ajustado

## EBITDA Ajustado Total (pré IFRS 16)

R\$ milhões	4T22	4T21	Δ	2022	2021	Δ
<b>Lucro Líquido (Prejuízo) do Exercício</b>	<b>212,9</b>	<b>154,4</b>	<b>37,9%</b>	<b>0,8</b>	<b>329,0</b>	<b>-99,8%</b>
(+) impostos sobre o Lucro	93,6	32,0	192,5%	(44,1)	(328,0)	-86,6%
(+/-) Resultado Financeiro Líquido	45,7	30,4	50,3%	311,5	91,8	239,3%
(+) depreciação e Amortização	129,0	146,3	-11,8%	641,9	554,6	15,7%
<b>(=) EBITDA (pós-IFRS16)</b>	<b>481,3</b>	<b>363,1</b>	<b>32,6%</b>	<b>910,1</b>	<b>647,4</b>	<b>40,6%</b>
(+/-) Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	13,4	(20,3)	-166,0%	31,1	18,9	64,6%
(+) Receita Financeira de Fornecedores	2,5	4,4	-43,2%	9,2	12,4	-25,8%
(-) Recuperação de Créditos Fiscais	(132,9)	(43,7)	204,1%	(200,4)	(228,4)	-12,3%
<b>(=) EBITDA Ajustado (pós-IFRS16)</b>	<b>364,3</b>	<b>303,4</b>	<b>20,1%</b>	<b>750,1</b>	<b>450,4</b>	<b>66,5%</b>
(-) Arrendamento Mercantil	(116,2)	(102,0)	13,9%	(445,0)	(394,8)	12,7%
<b>(=) EBITDA Ajustado<sup>1</sup> (pré-IFRS16)</b>	<b>248,2</b>	<b>201,5</b>	<b>23,2%</b>	<b>305,1</b>	<b>55,6</b>	<b>448,7%</b>
<b>Margem EBITDA ajustada (pré-IFRS16)</b>	<b>12,7%</b>	<b>10,8%</b>	<b>1,9p.p.</b>	<b>4,9%</b>	<b>1,1%</b>	<b>3,8p.p.</b>

(1) De acordo com o previsto no art. 4º da Instrução CVM nº 527, a Companhia optou por divulgar o EBITDA Ajustado, conforme tabela acima, visando demonstrar a informação que melhor reflete a geração operacional bruta de caixa em suas atividades. Os ajustes incluem: (i) Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas; (ii) Receitas Financeiras de Fornecedores; (iii) Recuperação de Créditos Fiscais; e (iv) Arrendamento Mercantil. O EBITDA Ajustado (pré IFRS16) não considera os efeitos da norma contábil IFRS16.

## EBITDA Ajustado Covenants (últimos 12 meses)

R\$ milhões	2022	2021
<b>EBITDA pós-IFRS 16(últimos 12 meses)</b>	<b>910,1</b>	<b>647,4</b>
(-) Arrendamento Mercantil	(449,9)	(396,8)
<b>(=) EBITDA pré-IFRS16 (últimos 12 meses)</b>	<b>460,1</b>	<b>250,6</b>
(+/-) Ganhos (Perdas) Venda de Ativos Excluindo Efeitos do IFRS16 (Nota Explicativa 27.5)	8,6	4,6
(+/-) Impairment (Nota explicativa 27.5)	(6,1)	(3,9)
(+) Receita Financeira de Fornecedores (Nota explicativa 28)	9,2	12,4
(-) Gastos com Reestruturação/Consultoria (Nota explicativa 27.5)	7,1	4,3
(+/-) Provisões (Reversões) de Contingências (Nota Explicativa 23.2)	22,2	(19,2)
<b>(=) EBITDA pré-IFRS16 Ajustado para covenants<sup>1</sup> (últimos 12 meses)</b>	<b>501,1</b>	<b>248,9</b>
<i>Dívida Líquida/EBITDA Ajustado para covenants (12 meses)</i>	<i>0,9x</i>	<i>1,3x</i>

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

## Demonstração do Resultado Consolidado - 4T22 e 2022

R\$ milhões	4T22	4T21	△	2022	2021	△
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>1.948,7</b>	<b>1.862,1</b>	<b>4,7%</b>	<b>6.183,5</b>	<b>5.153,2</b>	<b>20,0%</b>
Vestuário	1.647,5	1.601,8	2,9%	5.021,1	4.204,1	19,4%
<i>Fashiontronics e Beleza</i>	232,1	231,3	0,3%	883,4	756,6	16,8%
<b>Receita líquida de mercadorias</b>	<b>1.879,6</b>	<b>1.833,1</b>	<b>2,5%</b>	<b>5.904,5</b>	<b>4.960,6</b>	<b>19,0%</b>
<b>Serviços Financeiros</b>	<b>62,8</b>	<b>25,2</b>	<b>149,2%</b>	<b>257,4</b>	<b>175,0</b>	<b>47,1%</b>
<b>Outras Receitas</b>	<b>6,3</b>	<b>3,9</b>	<b>61,5%</b>	<b>21,7</b>	<b>17,6</b>	<b>23,3%</b>
<b>Custo de Mercadorias/ Serviços</b>	<b>(940,4)</b>	<b>(963,6)</b>	<b>-2,4%</b>	<b>(3.077,4)</b>	<b>(2.755,9)</b>	<b>11,7%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1.008,4</b>	<b>898,5</b>	<b>12,2%</b>	<b>3.106,1</b>	<b>2.397,3</b>	<b>29,6%</b>
Vestuário	911,2	839,9	8,5%	2.705,8	2.123,4	27,4%
<i>Fashiontronics e Beleza</i>	51,6	50,4	2,4%	193,9	147,0	31,9%
<b>Lucro Bruto de mercadorias</b>	<b>962,0</b>	<b>890,3</b>	<b>8,1%</b>	<b>2.898,8</b>	<b>2.270,4</b>	<b>27,7%</b>
<b>Lucro Bruto de Serviços Financeiros</b>	<b>62,5</b>	<b>23,9</b>	<b>161,5%</b>	<b>255,8</b>	<b>173,0</b>	<b>47,9%</b>
<b>Lucro Bruto Outras</b>	<b>(16,9)</b>	<b>(15,6)</b>	<b>8,3%</b>	<b>(49,4)</b>	<b>(46,1)</b>	<b>7,2%</b>
<b>(Despesas) e Receitas Operacionais</b>	<b>(656,2)</b>	<b>(681,8)</b>	<b>-3,8%</b>	<b>(2.837,9)</b>	<b>(2.304,5)</b>	<b>23,1%</b>
Gerais e Administrativas	(139,7)	(106,1)	31,7%	(485,6)	(363,2)	33,7%
Vendas	(476,9)	(492,9)	-3,2%	(1.815,4)	(1.595,6)	13,8%
Depreciação e Amortização	(129,0)	(146,3)	-11,8%	(641,9)	(554,6)	15,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	119,5	64,0	86,7%	169,3	209,5	-19,2%
Perdas em créditos, liquidas	(30,0)	(0,5)	-	(64,3)	(0,5)	-
<b>Lucro antes das Receitas e Despesas Financeiras</b>	<b>352,2</b>	<b>216,8</b>	<b>62,5%</b>	<b>268,2</b>	<b>92,8</b>	<b>189,0%</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(45,7)</b>	<b>(30,4)</b>	<b>50,3%</b>	<b>(311,5)</b>	<b>(91,8)</b>	<b>239,3%</b>
Variação Cambial	0,3	(0,1)	-400,0%	0,3	(0,7)	-142,9%
Total Despesas Financeiras	(171,9)	(85,7)	100,6%	(601,3)	(267,3)	125,0%
Total Receitas Financeiras	125,9	55,4	127,3%	289,6	176,2	64,4%
<b>Lucro antes dos Impostos</b>	<b>306,5</b>	<b>186,4</b>	<b>64,4%</b>	<b>(43,3)</b>	<b>1,0</b>	<b>-4430,0%</b>
Impostos sobre o lucro	(93,6)	(32,0)	192,5%	44,1	328,0	-86,6%
<b>Lucro Líquido (Prejuízo) do Exercício</b>	<b>212,9</b>	<b>154,4</b>	<b>37,9%</b>	<b>0,8</b>	<b>329,0</b>	<b>-99,8%</b>

## Balanco Patrimonial Consolidado

R\$ milhões	31/12/2022	31/12/2021	R\$ milhões	31/12/2022	31/12/2021
<b>Ativo Total</b>	<b>9.629,6</b>	<b>8.672,7</b>	<b>Total do Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>9.629,6</b>	<b>8.672,7</b>
<b>Ativo Circulante</b>	<b>4.753,2</b>	<b>3.929,4</b>	<b>Passivo Circulante</b>	<b>3.679,7</b>	<b>2.415,1</b>
Caixa e equivalentes de caixa	1.674,1	1.050,3	Arrendamento mercantil	513,2	471,7
Aplicações Financeiras	8,7	0,0	Fornecedores	1.864,7	1.400,7
Contas a receber	1.278,2	1.145,3	Fornecedores Diretos e Indiretos	1.395,3	1.400,7
Derivativos	1,4	1,5	Fornecedores ref. Recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	469,3	0,0
Partes relacionadas	0,1	0,5	Empréstimos	746,0	121,2
Estoques	852,0	849,3	Derivativos	1,8	1,9
Tributos a recuperar	899,4	849,2	Obrigações trabalhistas	198,7	155,5
Outros ativos	39,3	33,3	Partes relacionadas	43,6	59,0
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>4.876,4</b>	<b>4.743,3</b>	Tributos a recolher	248,0	176,1
Aplicações Financeiras	0,0	7,8	Outros passivos	63,7	28,9
Tributos a recuperar	937,4	839,8	<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>2.949,7</b>	<b>3.262,6</b>
Tributos diferidos	423,0	378,8	Arrendamento mercantil	1.276,0	1.342,4
Depósitos judiciais	61,3	61,9	Fornecedores	12,6	435,1
Outros ativos	2,5	2,6	Fornecedores Diretos e Indiretos	12,6	20,1
Partes relacionadas	0,1	0,1	Fornecedores ref. Recompra do direito de oferta de crédito (Bradescard)	0,0	415,0
Imobilizado	865,5	836,3	Empréstimos	1.404,8	1.253,6
Direito de uso - arrendamento mercantil	1.565,4	1.640,3	Obrigações trabalhistas	7,4	5,7
Intangível	1.021,1	975,7	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	182,8	169,5
			Tributos a recolher	15,9	16,2
			Outros passivos	50,2	40,1
			<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>3.000,2</b>	<b>2.995,0</b>
			Capital social	1.847,2	1.847,2
			Ações em tesouraria	(6,8)	(1,4)
			Reserva de capital	37,6	27,9
			Lucro (prejuízo) acumulado	0,0	0,0
			Reserva de lucros	1.122,4	1.121,6
			Resultados abrangentes	(0,3)	(0,2)

## Fluxo de Caixa Consolidado

R\$ milhões	2022	2022
<b>ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>		
<b>Lucro (prejuízo) antes dos impostos sobre a renda</b>	<b>(43,3)</b>	<b>1,0</b>
<b>(+) Ajuste para reconciliar o lucro antes dos impostos com fluxo de caixa</b>	<b>1.060,8</b>	<b>553,6</b>
Constituição (Reversão) de provisão para perdas de crédito esperadas	68,5	5,6
Ajuste a valor presente do contas a receber e fornecedores	(0,5)	1,5
Despesas com remuneração baseado em ações	9,8	8,5
Constituição de provisão para perda nos estoques	63,1	52,8
Ganho em créditos extemporâneos de PIS/Cofins	(225,3)	(312,7)
Depreciação e amortização	295,1	246,7
Constituição (reversão) de provisão para redução ao valor recuperável do imobilizado, intangível e direito	(6,1)	(3,9)
Perda na venda ou baixa do imobilizado e intangível	8,6	4,6
Baixa de arrendamento	(6,6)	(8,1)
Depreciação do direito de uso	381,5	338,3
Juros sobre arrendamentos	165,7	144,2
Juros sobre empréstimos	272,4	82,2
Amortização custos de transação de empréstimos	4,2	2,4
Constituição (Reversão) de provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	42,1	(5,7)
Atualização de depósitos judiciais	(11,0)	(2,6)
Rendimento de aplicação financeira	(1,0)	(0,1)
<b>Variação dos ativos e passivos</b>	<b>72,9</b>	<b>(73,9)</b>
Contas a receber de clientes	(206,9)	(98,7)
Partes relacionadas	(15,0)	23,7
Estoques	(65,9)	(261,0)
Tributos a recuperar	77,4	63,8
Outros créditos	(5,9)	(10,3)
Depósitos judiciais	0,8	(8,9)
Fornecedores	145,5	135,1
Obrigações trabalhistas	45,0	20,6
Outros débitos	44,4	7,0
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(18,0)	(23,9)
Tributos a pagar	91,2	80,5
Impostos de renda e contribuição social pagos	(19,8)	(1,8)
<b>(=) Fluxo de caixa originado das atividades operacionais</b>	<b>1.090,4</b>	<b>480,7</b>
<b>(+) Atividades de investimentos</b>	<b>(471,6)</b>	<b>(571,3)</b>
Aquisição de imobilizado	(193,2)	(302,8)
Aquisição de intangível	(278,8)	(268,6)
Recebimento por vendas de ativos imobilizados	0,4	0,1
<b>Fluxo de caixa aplicado nas atividades de investimento</b>	<b>5,1</b>	<b>(368,3)</b>
<b>(+) Atividades de financiamentos</b>	<b>5,1</b>	<b>(368,3)</b>
Novos empréstimos	1.291,2	515,3
Custo de transação de empréstimos	(7,6)	(3,8)
Pagamento do principal dos empréstimos	(590,0)	(381,5)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(194,3)	(51,0)
Pagamento do principal e juros de arrendamentos	(488,8)	(438,3)
Aplicações em títulos e valores mobiliários	0,0	(7,7)
Recompra de ações	(5,4)	(1,4)
<b>Fluxo de caixa aplicado nas atividades de financiamento</b>	<b>5,1</b>	<b>(368,3)</b>
<b>(=) Aumento (Redução) do saldo de caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>623,8</b>	<b>(458,9)</b>
<b>Caixa e equivalentes de caixa no início do período</b>	<b>1.050,3</b>	<b>1.509,2</b>
<b>Caixa e equivalentes de caixa no fim do período</b>	<b>1.674,1</b>	<b>1.050,3</b>



## Glossário

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

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

**cac:** Custo de aquisição de clientes

**Clique e Retire:** Solução que permite que clientes façam suas compras on-line e retirem os produtos na loja física.

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

**Galeria C&A:** Marketplace da C&A.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Sorter:** Equipamento para separação de produtos individualizados.

**SSS (same store sales):** Crescimento de vendas nas mesmas lojas. É composto pelas vendas das lojas ativas há mais de 13 meses em relação ao mesmo período do ano anterior, incluindo o e-commerce e todas as suas modalidades de vendas e entrega (100% on-line, Ship from Store e Clique e Retire).

**Supply:** Cadeia de suprimentos.

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

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



## Sobre a C&A

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

## Relações com Investidores

Milton Lucato Filho – CFO

Roberta Noronha – RI

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

Carolina Martins – RI

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

Mayara Alves – RI

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