



RESULTADOS 4T22 e 2022

Videoconferência
de Resultados

09 de março de 2023

13h00 (Horário de Brasília)
11h00 (Horário de New York)

Conferência realizada em português, com tradução simultânea para o inglês. Para acessar ao evento, [clique aqui](#).

Guararapes
GUARARAPES CONFECÇÕES S/A

RIACHUELO

Midway

PRINCIPAIS INDICADORES 4T22

Destaques (R\$ Mil)	4T22	4T21	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21
Receita líquida consolidada	2.590.497	2.489.876	4,0%	8.458.663	7.221.181	17,1%
Receita líquida - Mercadorias	1.991.530	1.999.821	-0,4%	6.180.422	5.506.258	12,2%
Receita líquida - Midway Financeira	571.292	466.276	22,5%	2.190.678	1.643.476	33,3%
Receita líquida - Midway Mall	27.675	23.779	16,4%	87.563	71.448	22,6%
Venda em mesmas lojas % YoY Mercadorias	-3,1%	6,5%	-9,6 p.p.	8,3%	24,1%	-15,8 p.p.
Lucro bruto consolidado	1.473.062	1.387.934	6,1%	4.921.129	3.887.933	26,6%
Margem bruta consolidada	56,9%	55,7%	1,1 p.p.	58,2%	53,8%	4,3 p.p.
Margem bruta - Mercadorias	49,7%	50,9%	-1,2 p.p.	50,7%	50,2%	0,5 p.p.
EBITDA consolidado ajustado	389.499	452.213	-13,9%	948.116	898.089	5,6%
EBITDA de Mercadorias	347.269	278.059	24,9%	742.573	406.937	82,5%
EBITDA da Midway Financeira	15.864	151.105	-89,5%	122.613	424.549	-71,1%
EBITDA do Midway Shopping	26.366	23.050	14,4%	82.930	66.603	24,5%
Margem EBITDA ajustada	15,0%	18,2%	-3,1 p.p.	11,2%	12,4%	-1,2 p.p.
Margem EBITDA de Mercadorias ajustada	17,4%	13,9%	3,5 p.p.	12,0%	7,4%	4,6 p.p.
Lucro Líquido	102.257	304.619	-66,4%	51.980	453.128	-88,5%

DESTAQUES



Receita líquida consolidada de R\$2,6 bilhões, um aumento de 4,0% versus o 4T21. No ano houve crescimento de 17,1%, para R\$8,5 bilhões.

Forte desempenho nas vendas em mesmas lojas de vestuário feminino de 20,9% no ano, resultado da evolução da proposta de valor do segmento, com foco na cliente alvo da Riachuelo.



Receita líquida da Midway Financeira cresceu 22,5% vs o 4T21 e 33,3% no ano, refletindo a evolução gradual da carteira de crédito, que atingiu R\$6,0 bilhões, +18,2% em relação ao final de 2021.

Aumento do índice de cobertura de 92,3% no 3T22 para 93,7% no 4T22.

Redução da inadimplência entre 15 e 90 dias e estabilidade nas faixas acima de 90 dias.



Evolução de 24,9% do EBITDA ajustado de mercadorias no 4T22 e de 82,5% no ano, como resultado da evolução da proposta de valor e disciplina das despesas operacionais.

Melhora operacional do canal digital, que já atingiu breakeven desde agosto e encerrou o trimestre com EBITDA positivo.



Fidelidade Xodó: os resultados iniciais do piloto do programa com clientes convidados mostraram um aumento médio de 32% em sua frequência e de 29% no *spending* dentro da Riachuelo, superando as expectativas projetadas.



A Companhia encerrou o ano com um patamar de caixa de R\$2,4 bilhões, o que corresponde a 176% da dívida de curto prazo, demonstrando adequada liquidez frente às obrigações futuras do grupo.



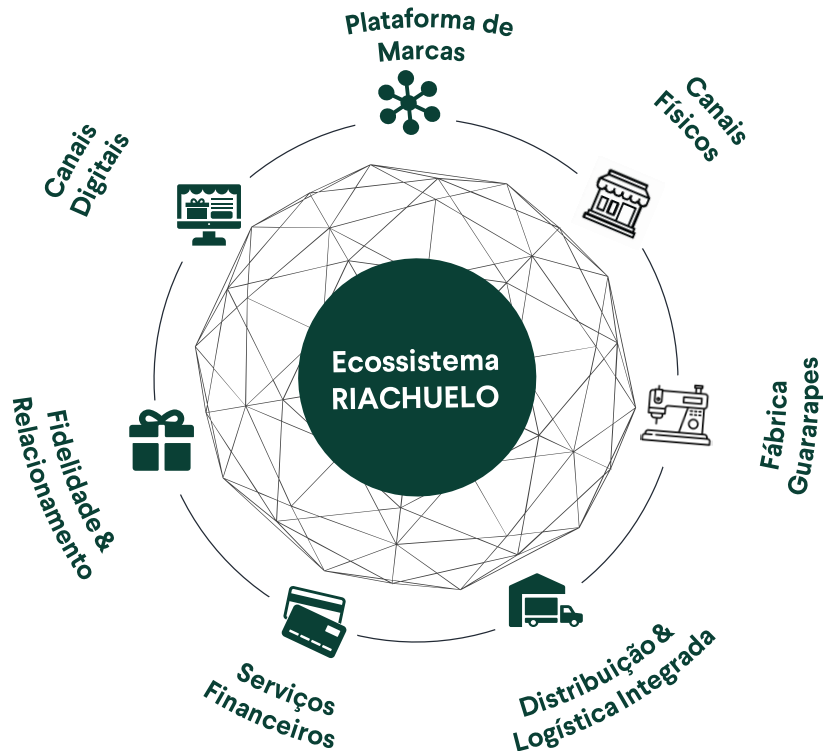
ASG (Ambiental, Social e Governança):

Passamos a integrar a carteira do ISE da B3, o que evidencia a evolução da Companhia nos temas ESG.

Riachuelo foi a única empresa brasileira do varejo têxtil a conquistar o nível de liderança no Programa de Segurança Hídrica do CDP.

Encerramos o ano com redução de 30% em nossas emissões de Gases de Efeito Estufa, garantindo 100% da rastreabilidade das fontes de energia.

ECOSSISTEMA DE MODA, LIFESTYLE E SERVIÇOS FINANCEIROS



PLATAFORMA DE MARCAS

- **Riachuelo:** moda e lifestyle, com **DNA 100% brasileiro**. Cheia de personalidade e referência no varejo de moda feminina, a Riachuelo veste sonhos, transforma e empodera a mulher brasileira, facilitando o acesso à moda, levando-a a consumidora com qualidade, variedade e um valor justo;
- **Casa Riachuelo:** a partir de uma experiência omnicanal e um mix atrativo de produtos, a Casa Riachuelo oferece aos clientes as últimas tendências de **decoração e produtos para vestir a casa do brasileiro**, em um ambiente elegante e com um atendimento diferenciado, com foco em deixar a jornada de compra personalizada e ainda mais agradável;
- **Carter's:** apresenta forte sinergia com a proposta de valor da Riachuelo e reforça o posicionamento da Companhia no segmento de **roupas para bebês e primeira infância**. Todas as lojas Carter's nascem Omni e integradas com nosso ecossistema;
- **FANLAB:** nova **frente de negócio dedicada ao público geek**, que conta com uma operação independente tanto no ambiente físico como no digital. A FANLAB já nasce dentro de uma plataforma omnicanal e integrada com soluções de moda, lifestyle e serviços financeiros, reforçando a estratégia de evolução do ecossistema da Companhia.

CANAIS FÍSICOS

A Companhia conta com **396 lojas** estrategicamente distribuídas em todas as regiões do Brasil, dos quais **333 são lojas da Riachuelo**, **48 Carter's stand alone**, **12 Casa Riachuelo stand alone** e **3 FANLAB**, além de 13 lojas da Casa Riachuelo e 2 da Carter's no modelo store in store.

Em linha com a estratégia de expansão da Companhia, **no ano de 2022 foram inauguradas 35 novas lojas**, sendo elas:

- 23 lojas Carter's: 22 stand alone e 1 store in store;
- 5 lojas Riachuelo;
- 4 lojas Casa Riachuelo: 2 stand alone e 2 store in store;
- 3 lojas FANLAB.

CANAIS DIGITAIS

No final do 4T22, a **Companhia ultrapassou a marca de 21 milhões de clientes ativos em seu ecossistema**, uma evolução de 23% em relação ao 4T21, e a sua **base de clientes segue omnicanal: 53% dos clientes que compraram no digital também são clientes da loja física**.

No 4T22, a penetração desse perfil de cliente permaneceu em cerca de **15% da venda total**, com destaque para **a força do cliente omnicanal**, que apresenta uma **frequência de compra 2,4 vezes maior** do que os demais clientes. Os canais digitais participaram em 9% da venda total, como reflexo da estratégia da Companhia em que o cliente escolhe o canal que ele tem maior afinidade em cada momento de compra. Com isso, registramos uma melhora operacional dos **canais digitais, que já apresentaram uma margem de contribuição positiva no 4T22**.

As **compras originadas no app da Riachuelo representaram 43% das vendas online** realizadas ao longo do trimestre, seguindo uma elevada participação, o que também contribui para trazer maior recorrência de compra.

De forma **complementar à estratégia omnicanal da Companhia**, o **Marketplace reforça o conceito de lifestyle** a partir de uma curadoria de moda e produto, ampliando categorias e ocasiões de uso para os clientes a partir de **788 mil ofertas de mais de 380 sellers, totalizando 2,2 milhões de SKU's disponíveis para venda**.

No final do 4T22, a **participação do marketplace nos canais digitais aumentou para 17,4%**. Analisando o perfil dos consumidores, temos que 82% dos clientes que compraram no marketplace nunca tinham comprado antes nesse canal e 42% dos novos clientes do marketplace também são novos no ecossistema, demonstrando o sucesso da estratégia. A penetração do cartão Riachuelo nas compras efetuadas no marketplace atingiu 46% no 4T22, o que reforça a integração do ecossistema.



FIDELIDADE & RELACIONAMENTO

O Xodó, programa de fidelidade dos cartões Riachuelo que teve sua primeira etapa da fase piloto lançada em setembro de 2022, reflete o propósito da Companhia de conectar desejos a realizações. Com a finalidade de estreitar o vínculo com nossos clientes, passamos a oferecer uma série de benefícios nas compras, além de uma plataforma de relacionamento exclusiva. Tudo isso de forma gratuita, com uma mecânica de participação simples e atraente.

Dentre as vantagens destacadas está a oferta de cashback para uso em compras em todos os canais físicos e digitais da Companhia, assim como para os outros gastos realizados nos cartões Riachuelo.

Devido aos resultados apresentados, seguiremos com uma segunda etapa de testes ao longo de 2023. Os clientes convidados demonstraram, por meio de pesquisa, uma boa receptividade e satisfação com a experiência de participar do programa. **Do ponto de vista do comportamento de consumo, os participantes tiveram um aumento médio de 32% em sua frequência e de 29% no spending dentro da Riachuelo, superando as expectativas projetadas.**

O programa contribuirá para conhecermos ainda mais os hábitos dos nossos clientes, identificarmos gatilhos de propensão de compra e escalarmos jornadas mais personalizadas.

Nosso CRM segue evoluindo como canal de relacionamento e incentivo, resultando no aumento de recorrência dos nossos clientes. São mais de mil campanhas por mês, com diferentes

abordagens e segmentações através de push, email, SMS, call center e diretamente no PDV das lojas. Com uma ampla gama de canais e ofertas, conseguimos oferecer algo a cada um dos nossos clientes.

Em 2022, implantamos uma nova plataforma na área de atendimento, e que segue agora para o CRM Marketing, para gerarmos jornadas mais personalizadas e fortalecer ainda mais nosso relacionamento com os clientes.

SERVIÇOS FINANCEIROS

A Midway Financeira é uma plataforma integrada de produtos e serviços financeiros conectada com o varejo, sendo parte fundamental do nosso ecossistema. Com a oferta de autonomia e facilidades ao usuário, a Companhia passou a ter um relacionamento cada vez mais amplo com seus clientes, indo além da oferta do cartão e do empréstimo pessoal nas lojas ao oferecer produtos e serviços também nos canais digitais, com máxima integração com o varejo. O cliente omnicanal cartonista tem uma frequência de compra ~3 vezes maior que os demais clientes.

Ao final do 4T22, o app Midway contava com 2,6 milhões de contas digitais abertas. Destes, temos aproximadamente 1 milhão de clientes com acessos mensais para realizar atividades como transferência via PIX, pagamento de boletos, renegociação de dívida e recargas de celular, sendo um importante canal de relacionamento, cross-selling e geração de receita.

FÁBRICA GUARARAPES

A fábrica da Guararapes produziu 39,0 milhões de peças em 2022, faturando R\$1,8 bilhão para a Riachuelo nesse período. A participação dos produtos próprios atingiu 45% da venda total das categorias de vestuário no ano de 2022, o que garante agilidade, reatividade, além de um melhor controle social e ambiental da cadeia.

DISTRIBUIÇÃO E LOGÍSTICA INTEGRADA

Abastecimento de lojas e entrega aos clientes

Como resultado das melhorias feitas em nossos sistemas comerciais e processos logísticos, tivemos redução de rupturas em lojas a partir de uma alocação inicial mais assertiva de acordo com a clusterização da loja, e de uma reposição mais eficiente, com maior equilíbrio de sortimento e volumes dos estoques que estão nos Centros de Distribuição – CD, o que levou a uma redução no prazo médio de abastecimento das lojas.

Seguimos com nossa prioridade de efetuar entregas mais rápidas aos nossos clientes. Como parte das ações para evoluir o nível de serviço oferecido aos clientes, firmamos parcerias com start ups em São Paulo e no Rio de Janeiro, com foco em aumentar a eficiência no last mile e reduzir o prazo de entrega para o cliente final.

Dessa forma, a quantidade de pedidos entregues em D+1 em todo o país aumentou 86% no 4T22 vs o 4T21. O prazo médio de entrega dos pedidos despachados pelos CDs (Ship from CD) para todo o Brasil reduziu de 3,5 dias para 2,9 dias. Considerando a cidade de São Paulo e a região Sudeste, o prazo médio de entrega foi de um dia e de dois dias no mesmo período, respectivamente.

Além das entregas, nossas soluções “Retire em Loja” e “Retire Rápido” estão disponíveis em 100% das lojas, sendo o prazo do Retire Rápido em até 4 horas, integrado com lockers para a funcionalidade “Clique e retire”. No 4T22, essas soluções representaram 25% das vendas dos canais digitais, versus 18% no 4T21.

Eficiência operacional

Seguindo nosso foco em ganhar eficiência nos canais digitais, apresentamos uma redução de 10% no custo por entrega dos pedidos despachados pela loja (Ship from store) no 4T22 vs o 4T21. Além disso, o custo médio por pedido total reduziu 28% e o percentual do custo líquido de frete apresentou uma queda de 3 p.p. vs o 4T21.

Como parte de nosso objetivo de entregar uma moda consciente de ponta a ponta para os nossos consumidores, 30% a 40% das lojas de São Paulo já são abastecidas com frota elétrica. Adicionalmente, 100% das entregas do e-commerce que saem do CD de Guarulhos para a cidade de Guarulhos são realizadas com frota elétrica, além de outras áreas na cidade de São Paulo.

Mobilidade integrada com foco na experiência do cliente

As novas lojas já nascem com uma estrutura de pagamento focada em self checkout + PDV mobile, nas quais o self checkout chega a alcançar em torno de 50%.

- **Self Checkout:** implantação dos totens de autoatendimento para 77 lojas em dezembro de 2022, trazendo um importante ganho de eficiência operacional;
- **PDV Mobile:** ferramenta que possibilita a finalização das compras fora dos caixas tradicionais, proporcionando maior agilidade, comodidade e flexibilidade aos consumidores, reduzindo o número de PDV's fixos e gerando uma jornada mais fluida aos clientes. Está disponível em 100% das lojas.

Ainda na jornada omni, nossa solução e-store - plataforma de prateleira infinita com estoque online e off-line 100% integrado com as lojas físicas – representaram 9% dos pedidos dos canais digitais no 4T22. Em 2022, acompanhamos o amadurecimento dessa solução, onde mais de 300 mil pedidos foram entregues aos clientes oriundos da prateleira infinita.

ASG: AMBIENTAL, SOCIAL E GOVERNANÇA

Movimento CRIA!

A Sustentabilidade permeia todas as estratégias e tomadas de decisão do Grupo e o movimento CRIA! traduz, de forma perene, o modelo de negócio e como a Companhia conduz suas atividades, se responsabilizando pelos compromissos com a sociedade e com o meio ambiente. Para a Riachuelo, escolhas e atitudes transformam, revolucionam e criam. O CRIA! unifica as práticas de Sustentabilidade para um caminho de moda cada vez mais sustentável, desde a busca por matérias-primas e operações de menor impacto ambiental, passando por iniciativas sociais que impulsionam e transformam comunidades até o monitoramento e o desenvolvimento com fornecedores. Com a iniciativa, o Grupo busca unir forças junto à sociedade, ouvindo as demandas, respondendo com transparência e criando novas maneiras de fazer moda.

Guararapes passa a integrar o Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3

A Companhia foi selecionada para integrar, pela 1ª vez, a carteira de 2023 do Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 ("ISE"). Essa carteira reúne 70 empresas que se destacaram pelo seu compromisso com a sustentabilidade corporativa.

Fazer parte da carteira do ISE evidencia a evolução e o amadurecimento da Guararapes nos temas ESG, reforçando o foco da Companhia em criar uma moda mais sustentável. Essa conquista reflete o comprometimento da Companhia em não somente mitigar seus impactos negativos no planeta como em ir além: trabalhar para regenerar ecossistemas e promover, economicamente e socialmente, comunidades em regiões nas quais atua.

Além disso, demonstra a maneira sólida e rápida com a qual a Companhia tem avançado em suas ações de sustentabilidade. Porque entendemos que o planeta precisa de nossa atuação agora e que o futuro a gente CRIA! juntos.

Riachuelo é a única empresa brasileira do varejo têxtil a conquistar o nível de liderança em gestão hídrica no CDP

Atualmente, apenas 1,2% da água da Terra está disponível para o consumo humano, gerando um grave problema para as gerações futuras e para o planeta. Fazer uma gestão responsável do uso da água é uma missão da Riachuelo, que vem unindo esforços, com apoio de tecnologia e inovação, para impactar cada vez menos o meio ambiente em suas operações.

A prova mais recente desse movimento é que a Riachuelo foi a única empresa brasileira do varejo têxtil a conquistar a nota A-, atingindo o nível de liderança no Programa de Segurança Hídrica do CDP, entidade que opera um sistema global de divulgação para que investidores, empresas, cidades, estados e regiões gerenciem seus impactos ambientais. O CDP reconheceu tanto a forma como a Riachuelo gerencia a água em seus processos produtivos quanto a maneira transparente com que reporta suas informações ao mercado.

Entre nossas ações na redução do uso da água, estão nossos processos e tecnologias mais eficientes, que reduzem significativamente o consumo de água, como o ozônio, laser e nebulizações. Essas tecnologias permitem reduzirmos em até 20 vezes a utilização da água.

Além disso, a Riachuelo este ano recebeu a nota B+ em Mudanças Climáticas no CDP, registrando um avanço em seu compromisso com a redução de emissões de Gases de Efeito Estufa.

Mudanças climáticas: fechamos o ano com a redução de 30% de nossas emissões

O compromisso voluntário estabelecido pela Riachuelo de reduzir em 30% as emissões diretas de Gases de Efeito Estufa em 2022, tendo como ano base o de 2019, foi cumprido com a compra de I-Recs (Certificado Internacional de Energia Renovável), garantindo assim 100% da rastreabilidade das fontes de energia.

Compromisso com a comunidade: Doação de R\$700 mil à AACD

No 4T22 a Companhia esteve presente no programa Teleton do SBT apoiando à Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD). O Teleton é uma maratona televisiva com o objetivo de levantar doações para a entidade cuja missão é promover a reabilitação de pessoas com deficiência. Nossa parceria com a AACD é de longa data e este ano contribuimos com mais de R\$700 mil. Com o valor doado, ajudamos a instituição a manter e a ampliar o seu trabalho social como também a criar e aprimorar centros tecnológicos de reabilitação em todo o território nacional.

Circularidade

Através do HUB de Inovação em Circularidade + Sustentabilidade criado pela Riachuelo, buscamos encontrar soluções em escala para uma questão sensível e global da indústria da moda: o de fechar o circuito quando se fala em reciclagem têxtil. Com a iniciativa, a Companhia lidera e protagoniza a condução e a reunião de informações e soluções inovadoras referentes ao tema, conectando, interligando e integrando diversos atores. Com parceiros-chaves na busca por soluções efetivas, já nos curto e médio prazos, o Hub promete ser o berço de projetos e novas tecnologias que possam ser escaláveis, inspirando, engajando e convidando players estratégicos que tenham o mesmo interesse que a Riachuelo: usar a ciência e a tecnologia para diminuir o que é descartado no meio ambiente e promover uma economia circular e salutar na indústria da moda do Brasil.

Sustentabilidade dos nossos produtos

A Riachuelo foi além da meta estabelecida para 2022 no que se refere à utilização de matérias-primas e produtos mais sustentáveis. A meta era de 30% para produtos mais sustentáveis e 30% de matérias-primas mais sustentáveis. Fechamos o ano de 2022 com 35% de produtos mais sustentáveis em loja e 31,1% de matérias-primas mais sustentáveis.

Instituto Riachuelo

O Instituto Riachuelo nasceu para abrigar as nossas iniciativas socioeconômicas. Por meio dele, promovemos projetos especiais que impactam cerca de 150 pequenos e médios empreendedores e mais de quatro mil pessoas no sertão nordestino, especialmente no estado do Rio Grande do Norte.

Entre suas frentes de ação, estão:

Programa Pró-Sertão: através do Programa de Encadeamento Produtivo em parceria com o Sebrae e Governo do Estado o Instituto Riachuelo apoia mais de 100 oficinas de costura distribuídos em 33 municípios do RN.

Agro Sertão: programa em parceria com a Embrapa e Sebrae proporciona renda e segurança alimentar para as famílias envolvidas, no Seridó, traçada na cultura alimentar. Esta cultura alimentar é baseada, além da plantação do algodão sem insumos químicos, na alimentação do seu rebanho e na plantação de alimentos para sua subsistência, tais como: feijão, fava, milho, gergelim, onde o excedente é vendido na região para complementação de renda.

Bordado e artesanato: o projeto ligado a estas atividades contém fator de engajamento de enorme impacto, uma vez que está ligado diretamente à cultura local, advinda através de gerações e que poderá ser extinto por falta de incentivo, estrutura e atualização mercadológica. O Instituto Riachuelo, em parceria com o Sebrae, trabalha para ampliar e fortalecer o mercado, proporcionando condições de garantir autonomia e estreitar a relação das bordadeiras e artesãos com os consumidores finais.

CONTEÚDO E REDES SOCIAIS

Campanhas nativas digitais

A estratégia de comunicação da Companhia em 2022 foi pautada pelo fortalecimento das campanhas digitais, consolidando a Riachuelo como geradora de conteúdo, valorizando o papel de creators e influenciadores, o que garantiu identificação, proximidade e muitos aprendizados.

O último trimestre de 2022 veio com maior presença de influenciadores nas campanhas, temas pertinentes às redes (trends) e investimentos cada vez mais focados em estratégias online. As campanhas do período foram responsáveis por **937 milhões** de impactos para a Riachuelo, um crescimento de 126% versus o 3T22, 13 milhões de cliques nas peças de mídia digital, além de 110 milhões de views nos vídeos:

- **Verão:** a coleção de Verão 2022 foi a grande aposta de outubro, que contou com influenciadoras digitais de peso, junto com influenciadores do Visto Riachu – o nosso programa de aceleração de micro e nano influencers;
- **Artistas Brasileiros:** tendo a “Brasilidade” como um de seus principais pilares de comunicação, a Riachuelo deu continuidade à iniciativa Viva Arte, iniciada em setembro com a collab com João Incerti, e lançou três coleções colaborativas com os artistas Paulo Mariotti, Verena Smit e Gabriel Azevedo;
- **Festas:** a campanha saiu do âmbito de fotos e fashion movies e propôs um modelo de “vídeo podcast”, alcançando a maior taxa de engajamento do semestre no Instagram;
- **BodyWork:** em janeiro de 2023 foi relançada a marca de esporte da Riachuelo, a BodyWork, que trouxe Rebeca Andrade, campeã olímpica e mundial de ginástica, para a campanha de lançamento. A marca entrega produtos funcionais, com foco em performance e qualidade em suas coleções.

O **Visto Riachu**, programa de aceleração de nano e micro influenciadores, ampliou o volume de publicações e foi responsável por 39% do conteúdo produzido no 4T22.

Em 2023, a Riachuelo passa para o time de patrocinadores do Big Brother Brasil – BBB, um programa que conecta o consumidor em uma estratégia omnichannel e que proporcionará a Riachuelo se aproximar de conversas muito relevantes e de grande repercussão. Além disso, durante o primeiro trimestre do ano, é o programa televisivo de audiência significativa. A Riachuelo se apropria assim de um território de oportunidades e visibilidade.

Redes sociais e mídia

- **INSTAGRAM:** a Riachuelo fechou o ano com 8,2 milhões de seguidores, sendo um dos mais influentes perfis de moda e lifestyle do Brasil, com liderança absoluta em interações entre as principais concorrentes;

- **TIKTOK:** a presença nessa rede segue em crescimento e se consolidando como um dos maiores canais de comunicação da Riachuelo. Foram mais de 47 milhões de visualizações em 80 publicações de outubro a dezembro;
- **LIVESHOP:** ao longo do 4T22 foram realizadas 11 lives, e no ano de 2022 foram 49 lives, com uma audiência total de 2,8 milhões de pessoas, o que representou 61,5% dos novos usuários do site.

CCXP22

O maior festival de cultura pop do mundo, a edição de 2022 reuniu **280 mil pessoas** durante os 5 dias de feira. Presente na CCXP desde 2016, na edição de 2022 a Riachuelo passou o bastão oficialmente para a FANLAB, que foi uma das patrocinadoras oficiais do evento. Com um stand de 540m², a nova marca geek do grupo trouxe para os visitantes diversos mundos de produtos, como Harry Potter, Star Wars, animes, games, heróis, filmes e séries. E como a FANLAB já nasceu com o propósito de proporcionar experiências, a marca fechou uma parceria com a Netflix para duas ativações: Stranger Things e Round 6. Destaque também para a emissão de 1.100 cartões Riachuelo durante o evento.

DESEMPENHO POR SEGMENTO



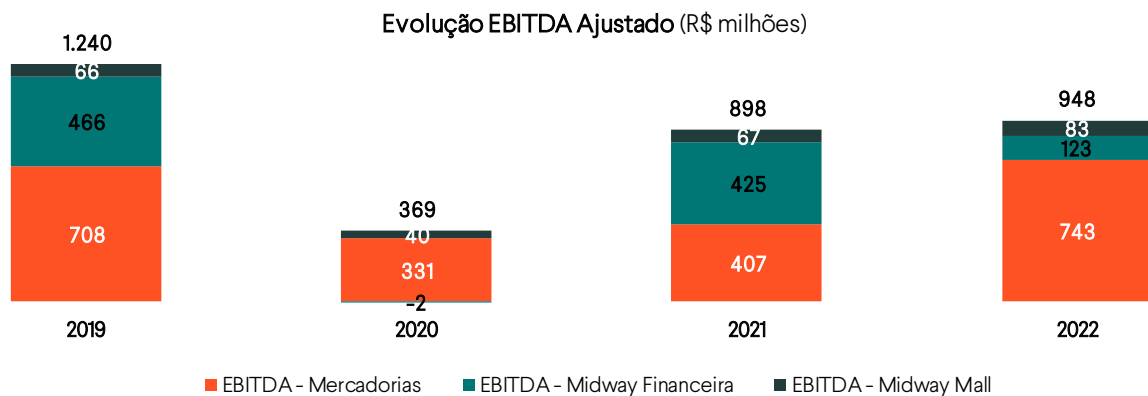
Desempenho por Segmento

(R\$ Mil)	Consolidado			Mercadorias			Midway Financeira			Midway Mall		
	4T22	4T21	22 vs 21	4T22	4T21	22 vs 21	4T22	4T21	22 vs 21	4T22	4T21	22 vs 21
Receita líquida	2.590.497	2.489.876	4,0%	1.991.530	1.999.821	-0,4%	571.292	466.276	22,5%	27.675	23.779	16,4%
Lucro bruto	1.473.062	1.387.934	6,1%	989.257	1.017.019	-2,7%	456.130	347.136	31,4%	27.675	23.779	16,4%
Margem bruta	56,9%	55,7%	1,1 p.p.	49,7%	50,9%	-1,2 p.p.	79,8%	74,4%	5,4 p.p.	100,0%	100,0%	0,0 p.p.
EBITDA	403.331	515.670	-21,8%	458.718	376.515	21,8%	(81.752)	116.105	n.a.	26.366	23.050	14,4%
Margem EBITDA	15,6%	20,7%	-5,1 p.p.	23,0%	18,8%	4,2 p.p.	-14,3%	24,9%	n.a.	95,3%	96,9%	-1,7 p.p.
EBITDA ajustado	389.499	452.213	-13,9%	347.269	278.059	24,9%	15.864	151.105	-89,5%	26.366	23.050	14,4%
Margem EBITDA ajustada	15,0%	18,2%	-3,1 p.p.	17,4%	13,9%	3,5 p.p.	2,8%	32,4%	-29,6 p.p.	95,3%	96,9%	-1,7 p.p.

(R\$ Mil)	Consolidado			Mercadorias			Midway Financeira			Midway Mall		
	2022	2021	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21
Receita líquida	8.458.663	7.221.181	17,1%	6.180.422	5.506.258	12,2%	2.190.678	1.643.476	33,3%	87.563	71.448	22,6%
Lucro bruto	4.921.129	3.887.933	26,6%	3.133.034	2.763.556	13,4%	1.700.532	1.052.929	61,5%	87.563	71.448	22,6%
Margem bruta	58,2%	53,8%	4,3 p.p.	50,7%	50,2%	0,5 p.p.	77,6%	64,1%	13,6 p.p.	100,0%	100,0%	0,0 p.p.
EBITDA	961.948	961.546	0,0%	854.022	505.394	69,0%	24.997	389.549	-93,6%	82.930	66.603	24,5%
Margem EBITDA	11,4%	13,3%	-1,9 p.p.	13,8%	9,2%	4,6 p.p.	1,1%	23,7%	-22,6 p.p.	94,7%	93,2%	1,5 p.p.
EBITDA ajustado	948.116	898.089	5,6%	742.573	406.937	82,5%	122.613	424.549	-71,1%	82.930	66.603	24,5%
Margem EBITDA ajustada	11,2%	12,4%	-1,2 p.p.	12,0%	7,4%	4,6 p.p.	5,6%	25,8%	-20,2 p.p.	94,7%	93,2%	1,5 p.p.

Em 2022, a Companhia apresentou uma receita líquida consolidada de R\$8,5 bilhões, um crescimento de 17,1% vs 2021, reflexo da evolução da proposta de valor de seu core business, o que resultou em um aumento de 12,2% na receita líquida de Mercadorias, e do crescimento gradual das carteiras de crédito da Midway Financeira, o que trouxe uma receita líquida 33,3% superior ao ano anterior.

O EBITDA ajustado consolidado de 2022 totalizou R\$948,1 milhões, um aumento de 5,6% em relação ao ano de 2021, devido principalmente à **evolução de 82,5% no EBITDA ajustado de mercadorias, que já retomou aos patamares pré-pandemia**. Já a Midway Financeira enfrentou um cenário desafiador ao longo do ano e, com isso, aderiu políticas de crédito mais conservadoras, com ajuste no risco da concessão de novos cartões e revisão dos limites dos clientes.



DESEMPENHO MERCADORIAS



DESEMPENHO DE MERCADORIAS

VENDAS

	4T22	4T21	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21
Desempenho de Vendas (R\$ Mil)						
Total Mercadorias	1.991.530	1.999.821	-0,4%	6.180.422	5.506.258	12,2%
Riachuelo	1.919.587	1.954.907	-1,8%	5.971.241	5.417.476	10,2%
Casa Riachuelo	26.709	21.114	26,5%	86.176	44.068	95,6%
CARTER'S	45.234	23.799	90,1%	123.005	44.713	175,1%
Venda em mesmas lojas (% YoY)	-3,1%	6,5%	-9,6 p.p.	8,3%	24,1%	-15,8 p.p.
Dados Operacionais						
Quantidade total de lojas	396	364	8,8%	396	364	8,8%
Área de vendas em mil m ²	697,4	684,9	1,8%	697,4	684,9	1,8%
Receita líquida por m ² (R\$ por m ²)	2.858	2.934	-2,6%	8.942	8.119	10,1%
Ticket médio total (R\$)	195,7	159,0	23,1%	181,1	152,6	18,7%
Ticket médio do cartão Riachuelo (R\$)	252	234	7,6%	236	212	11,6%
Número de colaboradores (Grupo)*	31.155	35.325	-11,8%	31.155	35.325	-11,8%

*Considera os colaboradores intermitentes mensurados por FTE (Full-Time Equivalent) e não contempla colaboradores afastados.

A receita líquida de mercadorias totalizou R\$2,0 bilhões no 4T22, em linha com a receita apresentada no 4T21, e cresceu 10,0% frente ao mesmo período de 2019.

Esse desempenho de vendas foi impactado por alguns fatores atípicos, como o registro de temperaturas mais baixas que o usual para o último trimestre do ano, e também o evento Copa do Mundo. O mês de dezembro foi o que apresentou o melhor desempenho no trimestre, especialmente após o final do mundial.

- **Vestuário:** destaque para o **desempenho das subcategorias feminino e infantil** como resultado da evolução da proposta de valor e posicionamento assertivo nesses segmentos.
- **Beleza:** a categoria apresentou forte crescimento, com muita aderência à proposta de valor em moda e lifestyle.
- **Moda Casa:** a categoria ainda enfrenta um cenário desafiador, com perfil de consumo direcionado para outras categorias relacionadas com o retorno da mobilidade. A Companhia segue aproveitando o momento para evoluir na sua proposta de valor aos clientes neste segmento, o que contribui para uma rentabilidade mais elevada, porém traz um impacto inicial nas vendas.
- **Eletrônicos:** o segmento segue enfrentando desafios, mas vem sendo compensado pelo foco da Companhia em produtos complementares.

Em 2022, a receita líquida de mercadorias totalizou R\$6,2 bilhões, evolução de 12,2% em relação ao ano de 2021. As vendas no critério mesmas lojas (SSS) aumentaram 8,3% vs 2021. Destaque para o avanço de 13,4% na categoria de vestuário, sendo 20,9% em feminino.

Casa Riachuelo

Dados Operacionais	4T22	4T21	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21
# lojas stand alone	12	10	20,0%	12	10	20,0%
# lojas store in store	13	11	18,2%	13	11	18,2%
Receita líquida (R\$000)	26.709	21.114	26,5%	86.176	44.068	95,6%
Receita líq. por m ² (R\$ por m ²)	2.477	3.014	-17,8%	8.794	8.154	7,8%
Lucro bruto (R\$000)	12.920	9.627	34,2%	41.772	20.355	105,2%
Margem bruta	48,4%	45,6%	2,8 p.p.	48,5%	46,2%	2,3 p.p.

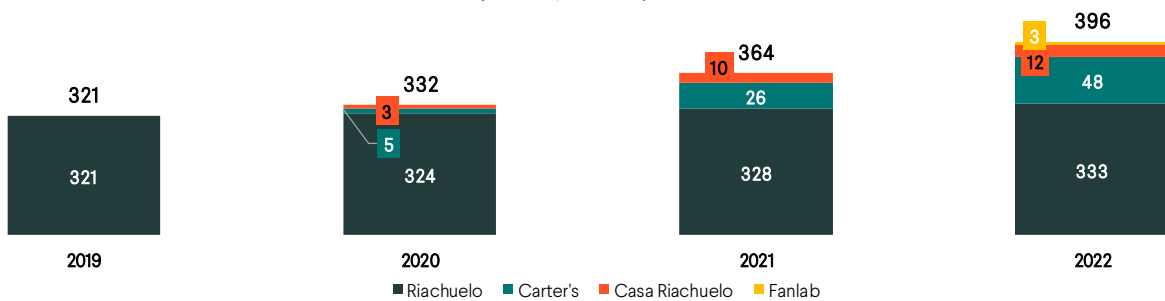
As vendas líquidas da Casa Riachuelo totalizaram R\$26,7 milhões no 4T22, um crescimento de 26,5% em relação ao 4T21. Esse formato apresentou uma margem bruta de 48,4% no trimestre, um aumento de 2,8 p.p. em relação ao período anterior. A Casa Riachuelo encerrou o ano de 2022 com 12 lojas stand alone e 13 lojas store in store, presentes em todas as regiões do Brasil. Em 2022, a receita líquida da Casa Riachuelo foi de R\$86,2 milhões, uma evolução de 95,6% vs. 2021, e a margem bruta do ano aumentou 2,3 p.p., para 48,5%.

Carter's

Dados Operacionais	4T22	4T21	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21
# lojas stand alone	48	26	84,6%	48	26	84,6%
# lojas store in store	2	1	100,0%	2	1	100,0%
Receita líquida (R\$000)	45.234	23.799	90,1%	123.005	44.713	175,1%
Receita líq. por m2 (R\$ por m2)	9.601	11.433	-16,0%	31.410	27.573	13,9%
Lucro bruto (R\$000)	23.169	11.712	97,8%	62.627	22.311	180,7%
Margem bruta	51,2%	49,2%	2,0 p.p.	50,9%	49,9%	1,0 p.p.

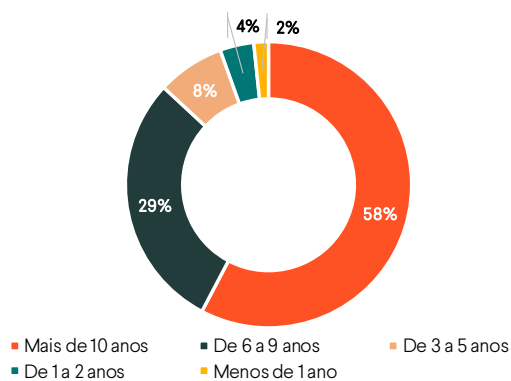
As vendas líquidas da Carter's totalizaram R\$45,2 milhões no 4T22, um crescimento de 90,1% em relação ao 4T21. Esse formato apresentou uma margem bruta de 51,2% no trimestre, um aumento de 2,0 p.p. em relação ao período anterior. A Carter's encerrou o ano de 2022 com 48 lojas stand alone e 2 lojas store in store, presentes em todas as regiões do Brasil, com lojas nos principais shoppings. Em 2022, a receita líquida da Carter's foi de R\$123,0 milhões, uma evolução de 175,1% vs. 2021, e a margem bruta do ano aumentou 1,0 p.p., para 50,9%.

Evolução Parque de Lojas*



(*) Não inclui as lojas no modelo store in store.

Idade Área Vendas 4T22



Revitalização de lojas

Em 2022, fez parte da estratégia da Companhia **revitalizar seu parque de lojas Riachuelo, em adição às aberturas**. Foram concluídas intervenções em **190 lojas** ao longo do ano, com diferentes intensidades que vão desde projetos de iluminação, pintura, troca de equipamentos de visual merchandising a revitalizações mais estruturais, que incluem alteração da área de vendas da loja, fachada e entrada de novas categorias, dentre outras.

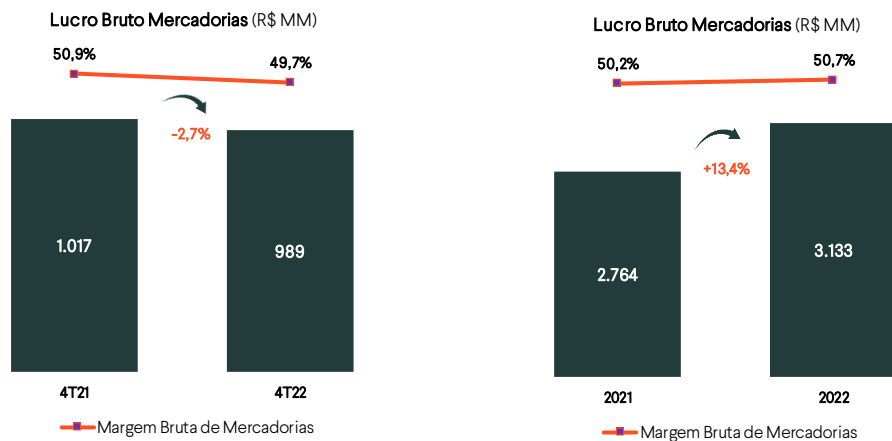
DESEMPENHO DE MERCADORIAS

(R\$ Mil)	4T22	4T21	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21
Receita Líquida	1.991.530	1.999.821	-0,4%	6.180.422	5.506.258	12,2%
CMV	(1.002.273)	(982.802)	2,0%	(3.047.388)	(2.742.701)	11,1%
Lucro bruto	989.257	1.017.019	-2,7%	3.133.034	2.763.556	13,4%
Margem bruta	49,7%	50,9%	-1,2 p.p.	50,7%	50,2%	0,5 p.p.
EBITDA ajustado	347.269	278.059	24,9%	742.573	406.937	82,5%
Margem EBITDA ajustada	17,4%	13,9%	3,5 p.p.	12,0%	7,4%	4,6 p.p.

Lucro Bruto

O lucro bruto de mercadorias totalizou R\$989,3 milhões no trimestre, uma redução de 2,7% vs. o 4T21. A margem bruta de mercadorias atingiu 49,7% no 4T22, enquanto a **margem bruta de vestuário alcançou 53,2%**. A menor margem bruta no trimestre reflete lançamentos de perda de estoque acima dos níveis anteriores em função de deslocamento do calendário de inventários e maior custo de ociosidade da operação industrial em função da preparação para a centralização das operações no RN. **Não houve alteração na estratégia comercial em posicionamento de preço e produto.**

Em 2022, o lucro bruto de mercadorias atingiu R\$3,1 bilhões, superior em 13,4% o lucro bruto de 2021. **A margem bruta de mercadorias alcançou 50,7% no ano, uma evolução de 0,5 p.p. frente a 2021, já retomando ao mesmo patamar pré-pandemia (50,5% em 2019).**

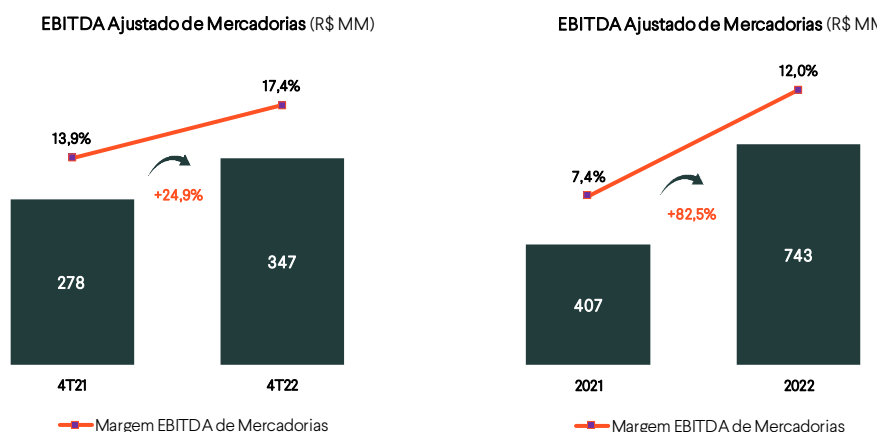


EBITDA Ajustado

No 4T22, o EBITDA ajustado de mercadorias totalizou R\$347,3 milhões no trimestre, uma evolução de 24,9% em relação ao 4T21, e alcançou margem EBITDA de 17,4%, um ganho de 3,5 p.p. vs o mesmo período do ano anterior.

Os canais digitais, que operam em breakeven desde o mês de agosto de 2022, **apresentaram EBITDA positivo neste trimestre** como resultado do foco da Companhia em ganho de eficiência e extração de valor do canal.

No acumulado do ano, o EBITDA ajustado de mercadorias totalizou R\$742,6 milhões vs R\$406,9 milhões em 2021, com evolução de **margem EBITDA para 12,0% vs 7,4% em 2021**. Esse resultado também reflete uma importante retomada das operações da Companhia no segmento de varejo quando comparada ao ano de 2019, período pré-pandemia, demonstrando o acerto da proposta de valor e adequação para o cliente.





MIDWAY FINANCEIRA

MIDWAY FINANCEIRA

Demonstração de Resultado (R\$ Mil)	4T22	4T21	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21
Receita Bruta	604.177	494.755	22,1%	2.316.457	1.745.355	32,7%
Receita de operações de cartão	390.992	334.452	16,9%	1.555.239	1.229.389	26,5%
Receita de empréstimo pessoal	165.489	118.695	39,4%	595.112	357.042	66,7%
Receita de comissões	47.696	41.608	14,6%	166.106	158.924	4,5%
Despesas tributárias	(32.885)	(28.479)	15,5%	(125.779)	(101.879)	23,5%
Receita Líquida	571.292	466.276	22,5%	2.190.678	1.643.476	33,3%
PDD - cartões	(278.151)	(182.058)	52,8%	(949.248)	(521.819)	81,9%
PDD - empréstimo pessoal	(85.632)	(43.314)	97,7%	(267.349)	(88.784)	201,1%
Recuperação / Venda da Carteira	110.933	183.504	-39,5%	409.977	691.396	-40,7%
Descontos em operações de crédito	(94.794)	(105.332)	-10,0%	(427.583)	(547.698)	-21,9%
PDD líquida de recuperação e descontos	(347.645)	(147.200)	136,2%	(1.234.203)	(466.906)	164,3%
Resultado da Operação Financeira	223.647	319.077	-29,9%	956.474	1.176.570	-18,7%
<i>Margem da Operação Financeira</i>	<i>39,1%</i>	<i>68,4%</i>	<i>-29,3 p.p.</i>	<i>43,7%</i>	<i>71,6%</i>	<i>-27,9 p.p.</i>
Despesas operacionais	(207.817)	(202.978)	2,4%	(833.926)	(787.161)	5,9%
Outras receitas e despesas operacionais	(97.582)	6	n.a.	(97.552)	140	n.a.
Receitas prestação de serviço para Riachuelo	13.024	12.700	2,5%	41.196	38.204	7,8%
Depreciação e amortização	(8.987)	(8.394)	7,1%	(38.914)	(28.230)	37,8%
Resultado financeiro	(38.409)	(26.281)	46,1%	(136.833)	(58.470)	134,0%
Resultado antes do IR	(116.125)	94.130	n.a.	(109.554)	341.053	n.a.
Imposto de renda e contribuição social	54.735	(50.574)	n.a.	58.736	(145.611)	n.a.
Lucro (prejuízo) líquido	(61.389)	43.556	n.a.	(50.818)	195.442	n.a.
EBITDA Ajustado	15.864	151.105	-89,5%	122.613	424.549	-71,1%
<i>Margem EBITDA ajustada</i>	<i>2,8%</i>	<i>32,4%</i>	<i>-29,6 p.p.</i>	<i>5,6%</i>	<i>25,8%</i>	<i>-20,2 p.p.</i>

A receita bruta da Midway Financeira totalizou R\$604,2 milhões no 4T22, crescimento de 22,1% em relação ao 4T21. Tal evolução está relacionada principalmente com o **crescimento de 16,9% da receita com as operações de cartão** e com a **performance da operação de empréstimo pessoal**, que registrou um aumento de 39,4%. **No ano de 2022, a Midway Financeira apresentou uma receita bruta de R\$2,3 bilhões, evolução de 32,7% comparado com o ano de 2021.**

Os desempenhos apresentados nas principais receitas da operação financeira **refletem o movimento de crescimento gradual das carteiras de crédito durante o ano de 2022**, mesmo com a adesão de políticas mais restritivas na concessão de crédito.

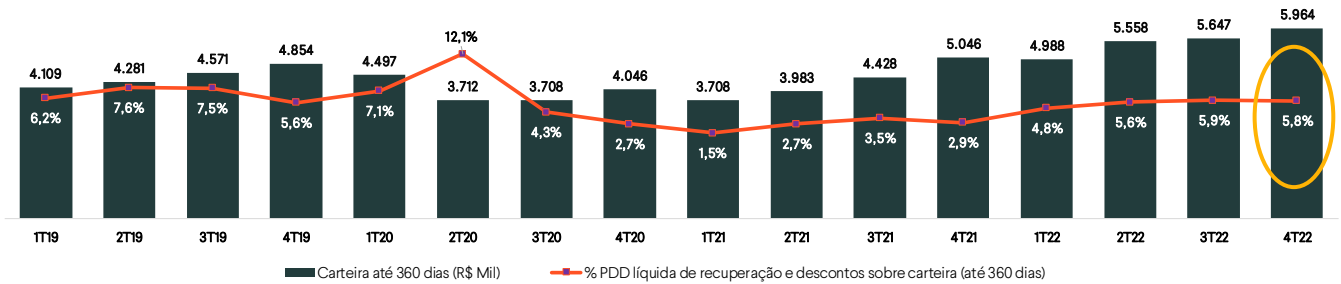
A provisão para perdas de créditos das operações do cartão Riachuelo (Private Label + Bandeira) e de empréstimo pessoal, líquidos da recuperação de créditos e descontos, totalizou **R\$347,6 milhões e faz frente à recomposição dos volumes absolutos da carteira de crédito da Midway Financeira bem como o cenário de maior pressão inflacionária e endividamento das famílias**. A maior PDD no trimestre também reflete o aumento do índice de cobertura de 92,3% no 3T22 para 93,7% no 4T22. Ainda, no 4T22, a Midway realizou uma venda de parte de sua carteira de cartão de crédito, gerando uma receita de R\$50,3 milhões, patamar similar à receita oriunda da venda da carteira feita no 4T21. **No ano, a despesa de PDD líquida de recuperação de créditos e descontos totalizou R\$1,2 bilhão.**

Diante desse cenário e com base numa **gestão orientada a dados e modelos**, a Companhia segue com as **políticas de crédito mais conservadoras, ajustando o risco na concessão de novos cartões e revisitando limites de clientes com maior risco**. Além disso, a Midway segue buscando também oportunidades nas estratégias de cobrança.

As **despesas operacionais** somaram R\$207,8 milhões no 4T22, praticamente em linha com o 4T21. As outras despesas e receitas operacionais totalizaram uma despesa de R\$97,6 milhões no trimestre relacionada ao encerramento do contrato com a bandeira Visa. Em contrapartida, efetuamos uma negociação de exclusividade com a bandeira Mastercard, com termos mais favoráveis ao longo do contrato.

Como consequência dos elementos mencionados acima, **o EBITDA Ajustado da Operação Financeira alcançou R\$15,9 milhões no 4T22. No ano, o EBITDA ajustado da Operação Financeira totalizou R\$122,6 milhões, uma queda de 71,1% em relação ao ano de 2021.**

Evolução das perdas sobre a carteira (até 360 dias)



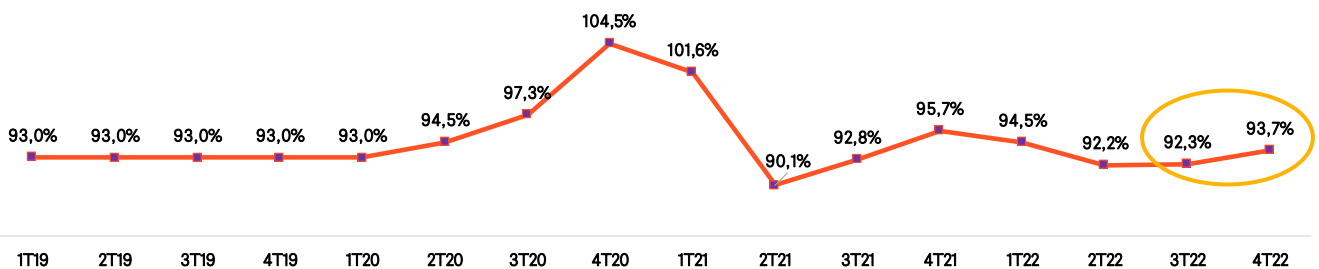
A carteira de crédito total somou R\$6,0 bilhões em dezembro de 2022, um crescimento de 18,2% em relação a dezembro de 2021. No mesmo período, a carteira de crédito de cartões apresentou uma evolução de 14,0% e totalizou R\$5,1 bilhões, enquanto a carteira de empréstimo pessoal, sem considerar encargos, cresceu 53,6%, somando R\$820 milhões.

Principais Indicadores Midway	4T22	4T21	22 vs 21
Carteira (R\$ Mil, até 360 dias)	5.964	5.046	18,2%
Cartão (R\$ Mil)	5.145	4.512	14,0%
Empréstimo Pessoal (R\$ Mil)	820	534	53,6%
% PDD líquida de recuperação e descontos sobre carteira (até 360 dias)	5,8%	2,9%	2,9 p.p.
Índice de Cobertura	93,7%	95,7%	-2,0 p.p.
Índice de Inadimplência - 15 a 90 dias*	7,3%	6,8%	0,4 p.p.
Índice de Inadimplência - acima de 90 dias*	17,4%	12,2%	5,3 p.p.
Índice de Basileia	11,4%	16,2%	-4,8 p.p.

(*) Considera todos os produtos financeiros.

No trimestre, a Midway Financeira aumentou sequencialmente seu índice de cobertura e encerrou o período com provisão total suficiente para cobrir 93,7% dos créditos em atraso superiores a 90 dias. O estoque de provisão sobre a carteira com vencidos até 180 dias encerrou o período em 7,3%.

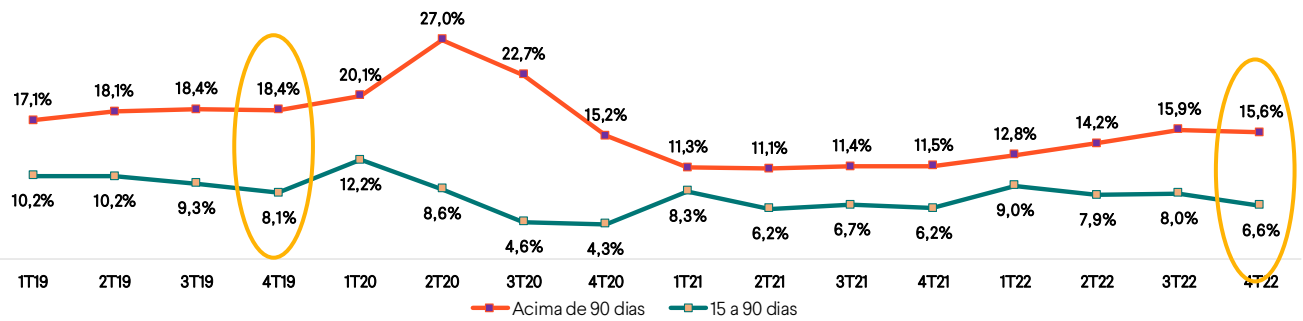
Índice de Cobertura (vencidos há mais de 90 dias)



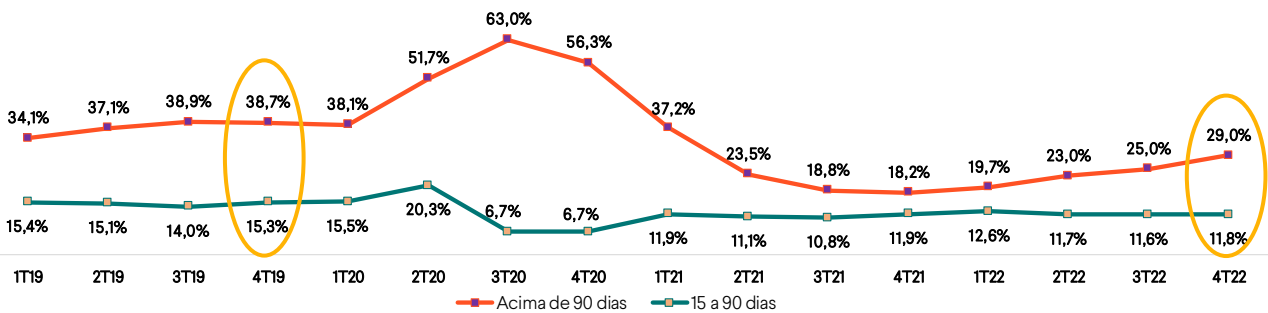
O índice de inadimplência segue como desafio diante do cenário macroeconômico, porém os novos créditos concedidos vêm apresentando uma melhor qualidade. A inadimplência da carteira de cartão de crédito entre 15 e 90 dias (over 15 a 90) apresentou uma significativa redução de 1,4 p.p. vs o 3T22, atingindo 6,6%, o que demonstra um melhor comportamento das faixas mais curtas de atraso. A inadimplência da carteira acima de 90 dias (over 90) também apresentou uma queda e atingiu 15,6%.

A inadimplência da carteira de empréstimo pessoal entre 15 e 90 dias (over 15 a 90) tem se mantido praticamente estável desde o 2º trimestre. Já a carteira acima de 90 dias (over 90) aumentou para 29%, porém segue abaixo dos níveis pré-pandemia.

Índice de Inadimplência - Cartões



Índice de Inadimplência - Empréstimo Pessoal

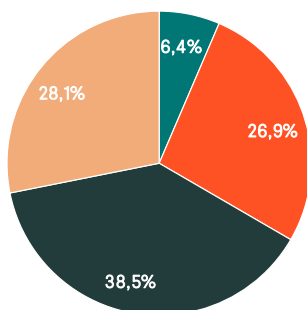


O Índice Basileia encerrou o quarto trimestre de 2022 em 11,4%. Este índice é um indicador internacional definido pelo Comitê de Basileia de Supervisão Bancária, que recomenda a relação mínima de 8% entre o capital e os ativos ponderados pelos riscos. No Brasil, a relação mínima exigida é de 11%, conforme regulamentação vigente (Resolução nº 4958/21 do CMN, Circular nº 3.644/13 e Circular nº 3.678/13 do BACEN).

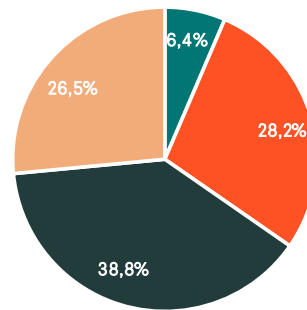
CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

As vendas realizadas com o cartão Riachuelo, incluindo os cartões private label e os cartões bandeira, representaram 33,4% no 4T22 vs 34,7% no 4T21, conforme demonstrado abaixo:

Distribuição 4T22



Distribuição 4T21



■ Cartão Riachuelo Com Juros ■ Cartão Riachuelo Sem Juros ■ Cartão Terceiros ■ À vista

MIDWAY MALL



MIDWAY MALL

Desempenho Operacional (R\$ Mil)	4T22	4T21	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21
Receita bruta	29.603	25.940	14,1%	95.180	77.989	22,0%
Aluguel	29.096	25.554	13,9%	93.353	76.511	22,0%
Cessão de direito de uso	508	386	31,5%	1.828	1.478	23,7%
Receita líquida	28.733	25.197	14,0%	91.671	75.300	21,7%
EBITDA	26.366	23.050	14,4%	82.930	66.603	24,5%
Margem EBITDA	91,8%	91,5%	0,3 p.p.	90,5%	0,9 p.p.	2,0 p.p.
ABL (mil m ²)	65,7	65,7	0,0%	65,7	65,7	0,0%
EBITDA/ABL (R\$/m ²)	401,4	350,9	14,4%	1.262,6	1.014,0	24,5%
NOI	27.329	23.972	14,0%	86.832	69.826	24,4%
Margem NOI	95,1%	95,1%	0,0 p.p.	94,7%	92,7%	2,0 p.p.

A receita líquida do Midway Mall totalizou R\$28,7 milhões no 4T22, 14,0% superior ao mesmo período de 2021. O EBITDA alcançou R\$26,4 milhões neste trimestre, com expansão de 14,4% frente ao 4T21.

No acumulado do ano, o Midway Mall apresentou uma receita líquida de R\$91,7 milhões, 21,7% maior em relação a 2021, e um EBITDA de R\$82,9 milhões, com crescimento de 24,5% em relação ao ano de 2021.

IMÓVEIS PRÓPRIOS

	Quantidade	Área de Vendas (m ²)	Área Total
Lojas em Imóveis Alugados	348	573.703	781.371
Lojas em Shopping	335	551.643	744.343
Lojas em Rua	13	22.060	37.029
Lojas em Imóveis Próprios	48	123.666	217.010
Lojas em Shopping	10	31.051	42.671
Lojas em Rua	38	92.615	174.339
Total	396	697.369	998.382

Além da operação do Midway Mall, o grupo destaca-se por possuir um **portfólio representativo de lojas em imóveis próprios**. Dentre as 396 lojas da Companhia ao final de dezembro de 2022, 48 estavam instaladas em imóveis pertencentes ao grupo. Desta forma, dos atuais 697 mil m² de área de vendas total, 124 mil m² (18%) referem-se às lojas localizadas em imóveis próprios.

Considerando a área dos imóveis próprios, juntamente com o centro de distribuição de Natal e as plantas de produção industrial, a Companhia possui aproximadamente 589 mil m² em área bruta construída própria.

DESEMPENHO CONSOLIDADO



DESPESAS OPERACIONAIS CONSOLIDADAS

(R\$ Mil)	4T22	4T21	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21
Despesas com vendas	(589.717)	(620.124)	-4,9%	(2.206.948)	(2.137.331)	3,3%
Despesas gerais e administrativas	(248.297)	(325.795)	-23,8%	(1.007.519)	(1.047.217)	-3,8%
Total despesas operacionais	(838.014)	(945.919)	-11,4%	(3.214.467)	(3.184.548)	0,9%
% receita líquida consolidada	32,3%	38,0%	-5,6 p.p.	38,0%	44,1%	-6,1 p.p.

No 4T22, as despesas operacionais totalizaram R\$838,0 milhões, uma **redução de 11,4% em relação ao 4T21**, mesmo com o impacto da inflação do período. As despesas operacionais representaram 32,3% da receita líquida consolidada no 4T22, uma queda de 5,6 p.p. vs o 4T21. No acumulado do ano, as despesas operacionais totalizaram R\$3,2 bilhões e representaram 38,0% da receita líquida consolidada de 2022, uma redução de 6,1 p.p. vs o 2021.

Esse resultado é decorrente da disciplina e controle da Companhia sobre as suas despesas, com **revisões nas estruturas das áreas e serviços de terceiros, além do foco em equilibrar a intensidade das despesas relacionadas à operação digital, especialmente relacionadas à mídia e frete, como parte da sua estratégia omnicanal.**

EBITDA CONSOLIDADO

Reconciliação do EBITDA (R\$ Mil)	4T22	4T21	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21
Lucro líquido	102.257	304.619	-66,4%	51.980	453.128	-88,5%
(+) Provisão para IR e CSLL	39.919	25.733	55,1%	(96.129)	(242.002)	-60,3%
(+) Resultado financeiro	108.590	44.367	144,8%	406.691	200.445	102,9%
(+) Depreciação e amortização	152.565	140.951	8,2%	599.406	549.974	9,0%
EBITDA	403.331	515.670	-21,8%	961.948	961.546	0,0%
Margem EBITDA ajustada	15,6%	20,7%	-5,1 p.p.	11,4%	13,3%	-1,9 p.p.
(-) Outros itens	(13.832)	(63.457)	-78,2%	(13.832)	(63.457)	-78,2%
Recuperação de tributos - Lei do Bem	(118.213)	-	n.a.	(118.213)	-	n.a.
Alienação de imobilizado (*)	(46.954)	(98.457)	-52,3%	(46.954)	(98.457)	-52,3%
Encerramento fábrica de Fortaleza	39.044	-	n.a.	39.044	-	n.a.
Honorários advocatícios	14.674	-	n.a.	14.674	-	n.a.
Despesas na Midway Financeira (**)	97.617	35.000	n.a.	97.617	35.000	n.a.
EBITDA ajustado	389.499	452.213	-13,9%	948.116	898.089	5,6%
Margem EBITDA ajustada	15,0%	18,2%	-3,1 p.p.	11,2%	12,4%	-1,2 p.p.

(*) Relacionado com a venda da aeronave modelo Legacy que pertencia às Lojas Riachuelo realizada no 4T22. No 4T21, o valor é referente à venda do imóvel da sede da Companhia, conforme já divulgado.

(**) Refere-se ao encerramento do contrato com a Visa no 4T22. No 4T21 houve complemento de provisão na Midway Financeira, a fim de atender as exigências do IFRS 9, conforme já divulgado.

O EBITDA ajustado totalizou R\$389,5 milhões no trimestre, com margem de 15,0%. A redução de 13,9% em relação ao 4T21 reflete principalmente o menor EBITDA ajustado da Midway Financeira, como reflexo da retomada da constituição de provisão frente à recomposição dos volumes absolutos da carteira de crédito, bem como o cenário de maior pressão inflacionária e endividamento das famílias. Já o EBITDA ajustado de mercadorias apresentou evolução de 24,9% no trimestre.

No ano de 2022, o EBITDA ajustado totalizou R\$948,1 milhões, um aumento de 5,6% em relação ao ano anterior. A margem EBITDA ajustada foi de 11,2% no acumulado do ano.

RESULTADO FINANCEIRO

(R\$ Mil)	4T22	4T21	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21
Receitas Financeiras	47.715	37.915	25,8%	166.286	93.756	77,4%
Rendimentos de equivalentes de caixa	45.866	33.371	37,4%	162.254	86.392	87,8%
Outras receitas financeiras	1.849	4.544	-59,3%	4.032	7.364	-45,2%
Despesas Financeiras	(151.263)	(95.034)	59,2%	(559.929)	(259.377)	115,9%
Juros sobre empréstimos e debêntures	(149.231)	(92.723)	60,9%	(549.789)	(240.714)	128,4%
Outras despesas financeiras	(2.032)	(2.312)	-12,1%	(10.140)	(18.663)	-45,7%
Varição cambial e monetário líquida	15.255	32.432	-53,0%	70.912	46.059	54,0%
Resultado financeiro líquido (ex - IFRS16)	(88.293)	(24.687)	257,6%	(322.731)	(119.562)	169,9%
<i>% receita líquida consolidada</i>	<i>3,4%</i>	<i>1,0%</i>	<i>2,4 p.p.</i>	<i>3,8%</i>	<i>1,7%</i>	<i>2,2 p.p.</i>
Juros sobre passivo de arrendamento	(20.297)	(19.679)	3,1%	(83.960)	(80.883)	3,8%
Resultado financeiro líquido	(108.590)	(44.366)	144,8%	(406.691)	(200.445)	102,9%

O resultado financeiro líquido da Companhia ex-IFRS16 totalizou uma despesa de R\$88,3 milhões no trimestre, representando 3,4% da receita líquida. Esse resultado segue sendo impactado pela elevada taxa de juros registrada no período.

As principais variações no resultado financeiro no trimestre foram:

- **Receitas financeiras:** aumento de 25,8%, totalizando R\$47,7 milhões no 4T22, como reflexo principalmente da maior rentabilidade do caixa devido à elevação das taxas de juros do período e maior caixa médio no período;
- **Despesas financeiras:** alcançou R\$151,3 milhões no 4T22 vs R\$95,0 milhões no 4T21. Essa variação de 59,2% reflete principalmente o maior custo da dívida decorrente do aumento do CDI no período.

No ano, o resultado financeiro líquido ex-IFRS16 totalizou R\$322,7 milhões, um aumento de 169,9%. Essa variação ocorreu principalmente em função do aumento do CDI médio do período, que passou de 4,5% em 2021 para 12,5% em 2022.

LUCRO LÍQUIDO

(R\$ Mil)	4T22	4T21	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21
EBITDA	403.331	515.670	-21,8%	961.948	961.546	0,0%
Depreciação e amortização	(152.565)	(140.951)	8,2%	(599.406)	(549.974)	9,0%
Resultado financeiro	(108.590)	(44.367)	144,8%	(406.691)	(200.445)	102,9%
Resultado antes de tributação	142.176	330.352	-57,0%	(44.149)	211.126	n.a.
Provisão para IR e CSLL	(39.919)	(25.733)	55,1%	96.129	242.002	-60,3%
Lucro Líquido	102.257	304.619	-66,4%	51.980	453.128	-88,5%
<i>Margem líquida</i>	<i>3,9%</i>	<i>12,2%</i>	<i>-8,3 p.p.</i>	<i>0,6%</i>	<i>6,3%</i>	<i>-5,7 p.p.</i>

A Companhia encerrou o quarto trimestre com um lucro líquido de R\$102,3 milhões, totalizando R\$52,0 milhões em 2022, com destaque para (i) o lucro líquido de mercadorias, reflexo da estratégia da Companhia em evoluir a proposta de valor de seu core business, trazendo mais assertividade e qualidade dos produtos para o segmento de Mercadorias, combinado com a dinâmica de repasse de inflação nos preços de venda; (ii) o lucro líquido do Midway Mall, como resultado da retomada do fluxo de clientes frequentando o shopping; e (iii) o impacto do cenário macroeconômico e evolução dos níveis de inadimplência no resultado da Midway Financeira.

INVESTIMENTOS (CAPEX)

(R\$ Mil)	4T22	(%)	4T21	(%)	2022	(%)	2021	(%)
Tecnologia & Transformação Digital	100.135	70,5%	122.668	62,0%	313.453	53,2%	338.636	59,6%
Lojas novas	15.391	10,8%	33.711	17,0%	82.073	13,9%	103.291	18,2%
Manutenção	8.848	6,2%	9.447	4,8%	33.366	5,7%	20.913	3,7%
Remodelações	8.611	6,1%	12.659	6,4%	98.370	16,7%	44.198	7,8%
Centros de distribuição	4.102	2,9%	2.442	1,2%	12.959	2,2%	7.807	1,4%
Fábrica	3.564	2,5%	7.294	3,7%	30.051	5,1%	25.202	4,4%
Outros	929	0,7%	5.863	3,0%	3.757	0,6%	14.029	2,5%
Sistemas de gestão	361	0,3%	3.793	1,9%	14.799	2,5%	14.467	2,5%
Total	141.941	100,0%	197.877	100,0%	588.829	100,0%	568.543	100,0%

No 4T22, os investimentos da Companhia totalizaram R\$141,9 milhões, compostos principalmente por investimentos em tecnologia e na transformação digital, além de remodelações e expansão de lojas. Em 2022, a Companhia investiu R\$588,8 milhões, um aumento de 3,6% comparado com os R\$568,5 milhões investidos em 2021, relacionado principalmente com as revitalizações de 190 lojas realizadas no período, parcialmente compensado pela menor quantidade de lojas abertas no último ano, além da redução da intensidade nos investimentos feitos em tecnologia.

FLUXO DE CAIXA LIVRE

(R\$ Mil)	4T22	4T21	2022	2021
EBITDA Consolidado Pós IFRS 16	403.331	515.670	961.948	961.546
Itens sem efeito caixa	(189.300)	(239.063)	5.695	44.040
IFRS 16 - alugueis	(77.324)	(76.814)	(290.585)	(251.396)
Varição do Capital de Giro	754.121	(18.508)	407.165	(851.691)
Contas a receber	(274.372)	(880.374)	34.605	(1.505.322)
Estoques	131.767	77.588	(112.508)	(248.177)
Fornecedores	215.846	135.616	(83.739)	12.594
Obrigações administradoras de cartões	173.342	285.853	186.802	720.803
Salários, provisões e contribuições sociais	(31.001)	(395)	(27.525)	80.106
Impostos	205.783	235.404	73.410	(58.564)
Outros	332.756	127.800	336.120	146.869
Imposto de renda e contribuição social pagos	(62.383)	(41.097)	(151.308)	(55.856)
FC Operações	828.445	140.188	932.915	(153.357)
Investimento	-	(261)	(8)	(5.152)
Imobilizado	(38.383)	(78.843)	(275.055)	(234.382)
Intangível	(103.558)	(119.034)	(313.773)	(334.161)
Venda de ativos	21.900	299.897	23.946	307.704
FC Investimentos	(120.041)	101.759	(564.890)	(265.991)
Fluxo de Caixa Livre	708.404	241.947	368.025	(419.348)
Despesas financeiras pagas	(99.984)	(582)	(115.960)	(67.599)
Dividendos / JCP	(1.402)	(30.396)	(211.201)	(206.088)
Captações / Amortizações	583.172	43.383	245.140	(612.371)
Títulos e valores mobiliários	-	22	32.370	109.236
FC Financeiro	481.786	12.427	(49.651)	(776.822)
Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa, líquidos	1.190.190	254.374	318.374	(1.196.171)

A Companhia apresentou uma geração de caixa livre de R\$708,4 milhões no 4T22 vs R\$241,9 milhões no 4T21, especialmente em função do melhor capital de giro. No ano, o fluxo de caixa livre totalizou R\$368,0 milhões.

ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO E ALAVANCAÇEM

Endividamento Líquido (R\$ Mil)	31/12/2022	30/09/2022	31/12/2021
Disponibilidades	2.420.540	1.218.466	2.090.553
Empréstimos e financiamentos	(4.083.946)	(3.497.530)	(3.576.867)
Circulante	(1.377.835)	(1.077.416)	(1.379.324)
Não circulante	(2.706.111)	(2.420.114)	(2.197.543)
Endividamento Líquido	(1.663.406)	(2.279.064)	(1.486.314)
<i>Dívida Líquida / EBITDA ¹</i>	<i>1,7</i>	<i>2,1</i>	<i>1,5</i>
<i>Dívida Líquida / EBITDA pré-IFRS 16 ¹</i>	<i>2,5</i>	<i>2,9</i>	<i>2,2</i>

¹ Últimos 12 meses.

A Companhia encerrou o ano com um patamar de caixa de R\$2,4 bilhões, o que corresponde a 176% da dívida de curto prazo, **demonstrando adequada liquidez frente às obrigações futuras do grupo**. No trimestre foi realizada antecipação de recebíveis no montante de R\$506,8 milhões.

A dívida líquida alcançou R\$1,7 bilhão ao final de 2022, com redução da relação dívida líquida/EBITDA para 1,7x e dívida líquida/EBITDA pré-IFRS para 2,5x.

Anexos

INAUGURAÇÕES DE LOJAS NO 4T22

Inauguração 4T22	Mês	Área de vendas (m²)
Carter's		
1 - SP - Shopping Tamboré	OUTUBRO	110
2 - SP - Shopping JK Iguatemi	OUTUBRO	114
3 - SP - Mooca Plaza Shopping	OUTUBRO	100
4 - SP - Shopping Pátio Paulista	OUTUBRO	78
5 - MS - Shopping Campo Grande	NOVEMBRO	98
6 - SE - Shopping Jardins	NOVEMBRO	80
7 - SP - Shopping Cidade Jardim	DEZEMBRO	75
8 - RJ - Shopping Leblon	DEZEMBRO	71
FANLAB		
1 - SP - Shopping Metrô Tatuapé	NOVEMBRO	143

EBITDA PRÉ-IFRS 16

Reconciliação do EBITDA Pré-IFRS 16 (R\$ Mil)	4T22	4T21	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21
Lucro líquido	102.257	304.619	-66,4%	51.980	453.128	-88,5%
(+) Provisão para IR e CSLL	39.919	25.733	55,1%	(96.129)	(242.002)	-60,3%
(+) Resultado financeiro	108.590	44.367	144,8%	406.691	200.445	102,9%
(+) Depreciação e amortização	152.565	140.951	8,2%	599.406	549.974	9,0%
EBITDA (pós-IFRS 16)	403.331	515.670	-21,8%	961.948	961.546	0,0%
(-) Depreciação de arrendamento (IFRS 16)	(54.077)	(55.624)	-2,8%	(218.028)	(218.216)	-0,1%
(-) Despesa financeira arrendamento (IFRS 16)	(20.297)	(19.679)	3,1%	(83.960)	(80.883)	3,8%
(-) Outros ajustes	(2.950)	(1.206)	144,5%	11.402	15.758	-27,6%
EBITDA (pré-IFRS 16)	326.007	439.161	-25,8%	671.362	678.205	-1,0%
<i>Margem EBITDA (pré-IFRS 16)</i>	<i>12,6%</i>	<i>17,6%</i>	<i>-5,1 p.p.</i>	<i>7,9%</i>	<i>9,4%</i>	<i>-1,5 p.p.</i>

DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS CONSOLIDADOS

Demonstração de Resultados (R\$ Mil)	4T22	4T21	22 vs 21	2022	2021	22 vs 21
Receita bruta	3.219.978	3.119.933	3,2%	10.428.767	9.007.354	15,8%
Receita bruta - Mercadorias	2.587.675	2.600.648	-0,5%	8.021.657	7.187.862	11,6%
Receita bruta - Midway Financeira	604.177	494.755	22,1%	2.316.457	1.745.355	32,7%
Receita bruta - Midway Mall	28.126	24.529	14,7%	90.653	74.137	22,3%
Deduções	(664.062)	(666.691)	-0,4%	(2.091.909)	(1.886.022)	10,9%
Incentivos fiscais de ICMS	34.581	36.635	-5,6%	121.805	99.850	22,0%
Receita líquida	2.590.497	2.489.876	4,0%	8.458.663	7.221.181	17,1%
Receita líquida - Mercadorias	1.991.530	1.999.821	-0,4%	6.180.422	5.506.258	12,2%
Receita líquida - Midway Financeira	571.292	466.276	22,5%	2.190.678	1.643.476	33,3%
Receita líquida - Midway Mall	27.675	23.779	16,4%	87.563	71.448	22,6%
Custo de bens e/ou serviços vendidos	(1.117.435)	(1.101.942)	1,4%	(3.537.534)	(3.333.248)	6,1%
CPV - Mercadorias	(1.002.273)	(982.802)	2,0%	(3.047.388)	(2.742.701)	11,1%
Custos - Midway Financeira	(115.162)	(119.140)	-3,3%	(490.146)	(590.547)	-17,0%
Lucro bruto	1.473.062	1.387.934	6,1%	4.921.129	3.887.933	26,6%
<i>Margem bruta</i>	<i>56,9%</i>	<i>55,7%</i>	<i>1,1 p.p.</i>	<i>58,2%</i>	<i>53,8%</i>	<i>4,3 p.p.</i>
Despesas com vendas	(589.717)	(620.124)	-4,9%	(2.206.948)	(2.137.331)	3,3%
Despesas gerais e administrativas	(248.297)	(325.795)	-23,8%	(1.007.519)	(1.047.217)	-3,8%
Total despesas operacionais	(838.014)	(945.919)	-11,4%	(3.214.467)	(3.184.548)	0,9%
Provisão créditos de liquidação duvidosa	(307.229)	(96.584)	218,1%	(868.223)	22.305	n.a.
Despesas de depreciação e amortização	(145.509)	(134.598)	8,1%	(572.824)	(524.563)	9,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	68.456	163.886	-58,2%	96.927	210.445	-53,9%
EBIT	250.766	374.719	-33,1%	362.542	411.572	-11,9%
Receitas (despesas) financeiras	(108.590)	(44.367)	144,8%	(406.691)	(200.445)	102,9%
Resultado antes de tributação	142.176	330.352	-57,0%	(44.149)	211.126	n.a.
Provisão para IR e CSLL	(39.919)	(25.733)	55,1%	96.129	242.002	-60,3%
Lucro (prejuízo) líquido	102.257	304.619	-66,4%	51.980	453.128	-88,5%
<i>Margem líquida</i>	<i>3,9%</i>	<i>12,2%</i>	<i>-8,3 p.p.</i>	<i>0,6%</i>	<i>6,3%</i>	<i>-0,9 p.p.</i>
Depreciação e amortização (despesa + custo)	152.565	140.951	8,2%	599.406	549.974	9,0%
EBITDA	403.331	515.670	-21,8%	961.948	961.546	0,0%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>15,6%</i>	<i>20,7%</i>	<i>-5,1 p.p.</i>	<i>11,4%</i>	<i>13,3%</i>	<i>-1,9 p.p.</i>
Total ações ON	499.200	499.200	0,0%	499.200	499.200	0,0%
LPA (R\$)	0,20	0,61	-66,4%	0,10	0,91	-88,5%

BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

Ativo (R\$ Mil)	31/12/2022	30/09/2022	31/12/2021
Ativo circulante	10.203.609	8.083.846	8.832.709
Disponibilidades	2.420.540	1.218.466	2.090.553
Contas a receber de clientes	2.285.931	2.097.817	2.543.481
Contas a receber clientes cartão bandeira	2.922.840	2.836.581	2.699.894
Estoques	1.339.277	1.481.721	1.272.577
Tributos a recuperar	1.093.205	369.167	160.489
Outros ativos circulantes	141.816	80.094	65.715
Ativo não circulante	5.018.330	5.759.294	5.645.712
Tributos diferidos e a recuperar	1.342.040	2.063.691	2.100.933
Depósitos judiciais e outros	188.745	181.474	160.535
Propriedades para investimento	160.567	161.910	165.941
Imobilizado	1.574.382	1.632.616	1.573.521
Direito de Uso	849.902	883.578	916.406
Intangível	902.694	836.025	728.376
Ativo total	15.221.939	13.843.140	14.478.421

Passivo (R\$ Mil)	31/12/2022	30/09/2022	31/12/2021
Passivo circulante	6.307.421	5.348.583	6.085.371
Fornecedores	788.793	605.137	761.580
Fornecedores - "Confirming"	173.697	141.507	284.649
Empréstimos e financiamentos	526.025	556.022	986.522
Debêntures	851.810	521.394	392.802
Passivo de arrendamento	282.848	288.623	282.054
Dividendos e juros sobre o capital próprio a pagar	63.647	64.032	205.061
Salários, provisões e contribuições sociais	227.773	258.774	255.298
Impostos, taxas e contribuições	324.592	180.206	228.701
Obrigações com administradoras de cartões	2.577.794	2.404.452	2.390.992
Outros passivos circulantes	490.442	328.436	297.712
Passivo não circulante	3.651.430	3.336.057	3.126.265
Empréstimos e financiamentos	863.590	756.389	467.808
Debêntures	1.842.521	1.663.725	1.729.735
Passivo de arrendamento	662.373	693.224	718.268
Provisão para riscos trabalhistas, fiscais e cíveis	96.692	218.721	205.855
Outros passivos não circulantes	186.254	3.998	4.599
Patrimônio líquido	5.263.088	5.158.500	5.266.785
Capital social	3.100.000	3.100.000	3.100.000
Ações em tesouraria	(20)	(20)	(20)
Opções Outorgadas	58.250	56.023	44.319
Ajuste de avaliação patrimonial	82.289	83.213	85.772
Reservas de lucros	2.022.569	1.919.284	2.036.714
Passivo total	15.221.939	13.843.140	14.478.421

FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO

Fluxo de Caixa - Método Indireto (R\$ Mil)	4T22	4T21	2022	2021
Fluxos de caixa das atividades operacionais				
Lucro líquido do período	102.257	304.619	51.980	453.128
Estimativa para perdas de crédito esperadas	129.712	94.095	683.142	(28.318)
Instrumentos patrimoniais outorgados	2.227	5.105	13.931	20.419
Recuperação de tributos	(2.059)	(5.544)	(16.167)	(33.109)
Depreciação e amortização	98.488	85.327	381.378	331.758
Depreciação sobre direito de uso	54.077	55.624	218.028	218.216
Lucro (prejuízo) da alienação do imobilizado	(48.945)	(242.941)	(49.699)	(244.611)
Tributos diferidos	93.264	(30.332)	(133.832)	(213.362)
Estimativa para perdas (ganho) nos estoques	10.677	22.895	45.808	18.509
Impairment de imobilizado	9.074	-	9.074	-
Provisão (reversão) para riscos trabalhistas, fiscais e cíveis	(119.552)	14.100	(98.519)	20.210
Dividendos e juros sobre capital próprio prescritos	(385)	(552)	(385)	(552)
Juros e variações monetárias e cambiais	141.976	87.486	529.710	243.671
Juros provisionados sobre passivo de arrendamento	20.297	19.679	83.960	80.883
Ajuste IFRS16 de controlada "efeito COVID-19"	-	-	-	(30.502)
Juros de títulos e valores mobiliários	(11.780)	(6.806)	(43.454)	(17.135)
Variações nos ativos e passivos				
Contas a receber de clientes	(404.084)	(974.469)	(648.537)	(1.477.004)
Estoques	131.767	77.588	(112.508)	(248.177)
Tributos a recuperar	(93.666)	103.532	(24.296)	89.826
Outros ativos	(7.390)	131.825	(21.769)	133.038
Depósitos judiciais e outros	(4.116)	(6.998)	(16.496)	(16.299)
Fornecedores	183.656	121.657	27.213	7.192
Fornecedores - "Confirming"	32.190	13.959	(110.952)	5.402
Salários, provisões e contribuições sociais	(31.001)	(395)	(27.525)	80.106
Imposto de renda e contribuição social	6.044	56.238	140.294	89.478
Outros impostos e contribuições	202.200	111.510	107.411	8.603
Obrigações com administradoras de cartões	173.342	285.853	186.802	720.803
Outros passivos	344.262	2.973	374.385	30.130
Caixa gerado pelas atividades operacionais	1.012.532	326.028	1.548.977	242.303
Juros pagos	(141.887)	(56.574)	(279.485)	(144.071)
Saldos de provisão para riscos trabalhistas, fiscais e cíveis pagos	(2.477)	(11.937)	(10.644)	(11.937)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(62.383)	(41.097)	(151.308)	(55.856)
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	805.785	216.420	1.107.540	30.439
Fluxos de caixa das atividades de investimentos				
Títulos disponíveis para venda	-	(1.000)	-	(1.000)
Resgate de títulos e valores mobiliários	-	1.022	32.370	110.236
Adição a propriedade para investimento	-	(261)	(8)	(5.152)
Adição ao imobilizado	(38.383)	(78.843)	(275.055)	(234.382)
Adição ao intangível	(103.558)	(119.034)	(313.773)	(334.161)
Recebimento pela venda de imobilizado	21.900	299.897	23.946	307.704
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(120.041)	101.781	(532.520)	(156.755)
Fluxos de caixa das atividades de financiamento				
Juros sobre capital próprio pagos	-	(14)	(201.401)	(173.624)
Imposto de renda na fonte do juros sobre capital próprio pagos	(1.402)	(30.382)	(9.800)	(32.464)
Captação de empréstimos e financiamento	100.369	219.246	642.634	588.338
Captação de debêntures	700.000	-	1.537.046	-
Custo a apropriar - Debêntures	(6.597)	-	(19.568)	-
Amortização de empréstimos e financiamentos	(69.511)	(175.863)	(889.522)	(1.157.099)
Amortização do CRI	-	-	-	(43.610)
Amortização do passivo de arrendamento	(77.324)	(76.814)	(290.585)	(251.396)
Amortização de debêntures	(141.089)	-	(1.025.450)	-
Caixa líquido (aplicado) gerado pelas atividades de financiamentos	504.446	(63.827)	(256.646)	(1.069.855)
Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa	1.190.190	254.374	318.374	(1.196.171)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	853.959	1.471.401	1.725.775	2.921.946
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	2.044.149	1.725.775	2.044.149	1.725.775



RIACHUELO

PARA MAIS INFORMAÇÕES, ENTRE EM CONTATO COM O TIME DE RI:

Frederico de Aguiar Oldani — CFO e DRI

Isabela Cadenassi — Superintendente de RI

Gabriela Albuquerque — Gerente de RI

Marcelly Alves — Analista de RI

ri@riachuelo.com.br