

resultados

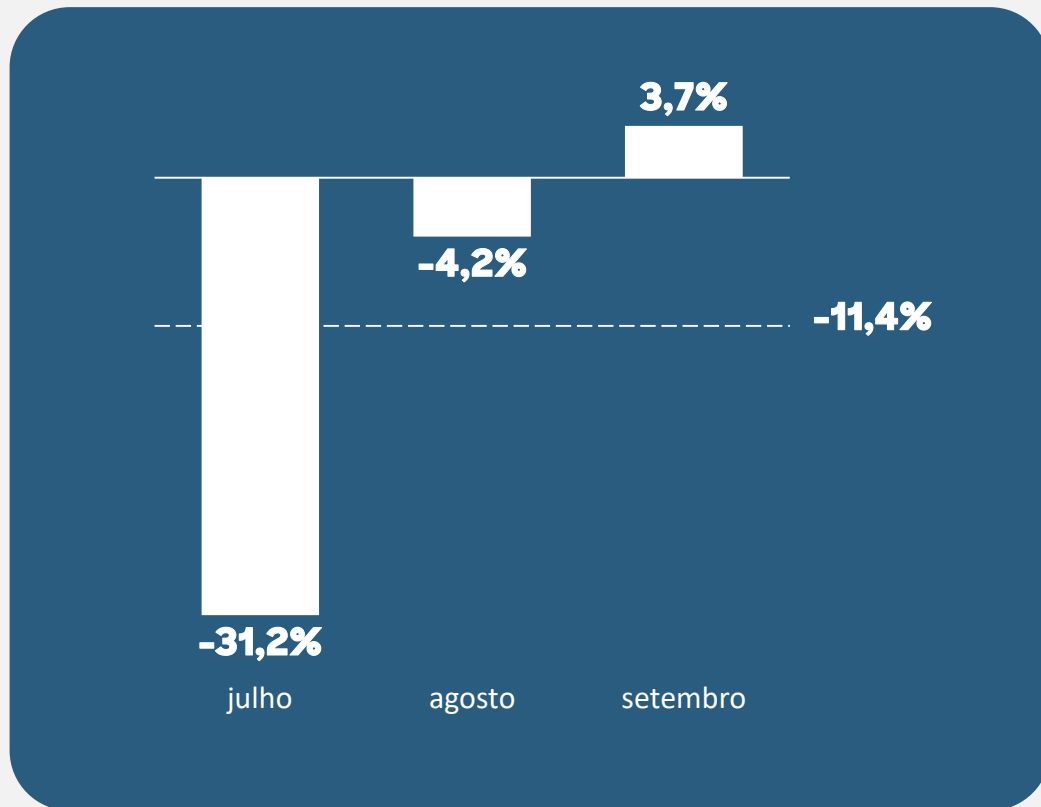
3T20



muito eu

O tri da retomada.

vendas de mercadoria (crescimento vs.2019 -%)



recuperação das vendas no offline com aumento de horas e dias de funcionamento

aceleração do crescimento das vendas omni mesmo com reabertura das lojas - crescimento de 444% vs. 3T19

entregas do plano de crescimento no 3T20.



abertura de novas lojas:

- 1 nova loja aberta
- total de 289 lojas



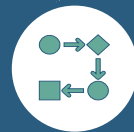
implementação do novo conceito de lojas CVP*:

- 18 lojas reformadas
- total de 185 lojas CVP



transformação digital:

- **Aceleração** crescimento **vendas omni** : 441% no 3T20 com 16,6% de *share*
- **App** : principal canal de vendas e já superamos 3 MM de usuários ativos mensais (MAUs)
- **Galeria C&A**: + de 150 *sellers*, 2% do GMV total e foco em moda e calçados
- **Todas 289 lojas** com iniciativas omnicanais de **Ship from Store** e **Clique e Retire**
- **Corredor Infinito** representou dois dígitos da venda online no 3T20
- **Novos canais**: Vendas por WhastApp em mais de 260 lojas, piloto Minha C&A, Vending Machines de Básicos e lançamento de mini stores
- **C&A &VC**: mais de 12 milhões de clientes
- **Clientes novos**: +223% vs 3T19
- **Squads corporativas** e programa **Open Innovation** em parceria com Endeavor



modernização do modelo operacional de *Supply Chain*:

malha e distribuição:

- otimização da malha logística
- importação e recebimento no CD de Santa Catarina
- otimização **sorter** em operação e início do próximo em 1S2021

operação omnicanal:

- nova matriz de **transporte** em lojas
- piloto **3 lojas hub** para *Ship from Store*

tecnologia:

- adoção do **RFID** além da categoria mindese7
- **machine learning** na distribuição - já cobrindo 70% das vendas
- definição de novo **sistema WMS**



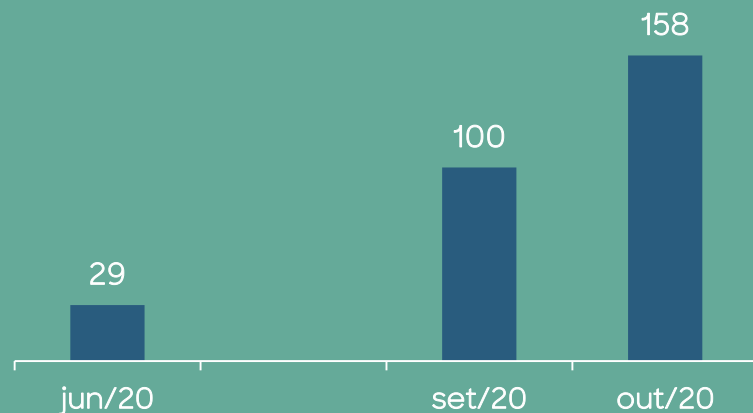
aumento da oferta de crédito:

otimização do contato com cliente do cartão C&A nos canais online, disponibilizando informações e ofertas direcionadas

mais oferta de produtos relevantes.

sortimento:

Oferta via Galeria C&A
(# *sellers* ativos)



coleções capsula:

Coleção criada por clientes do C&A & VC.



Coleção lançada em streaming com atrizes apresentando peças de maneira casual e divertida!

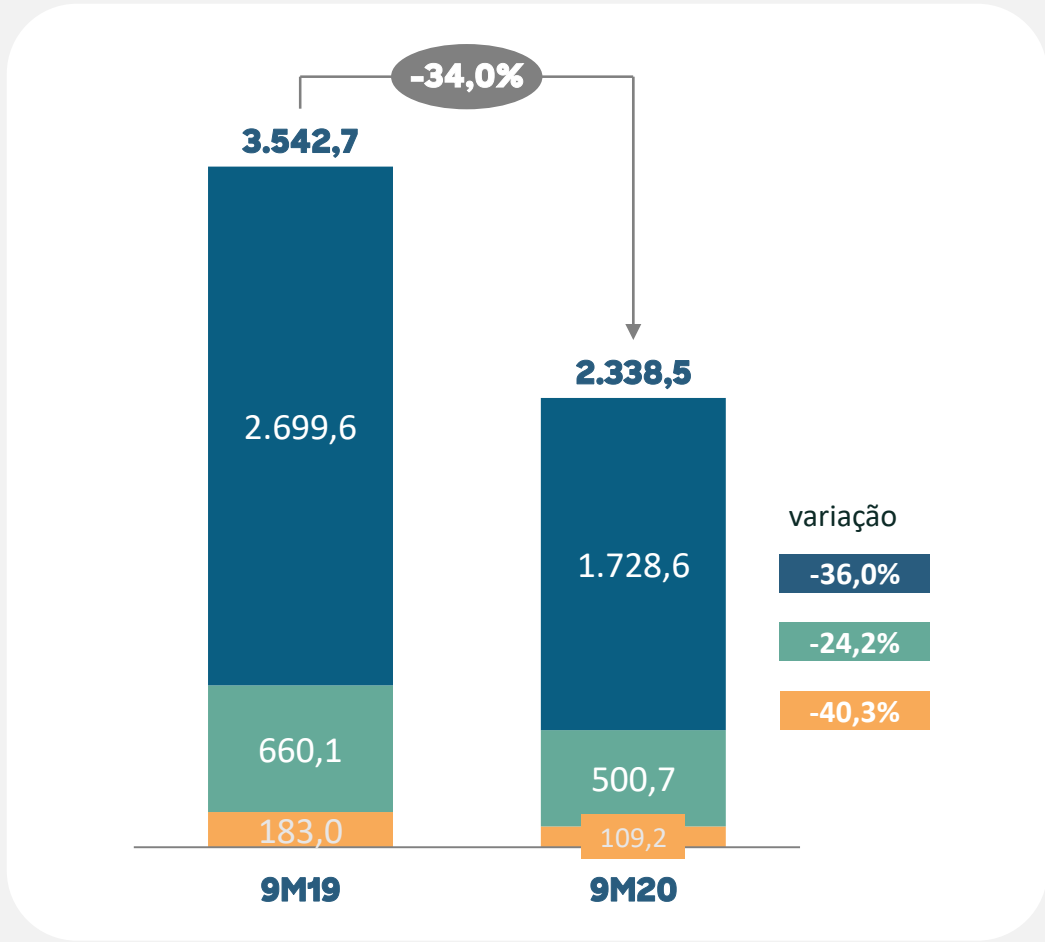
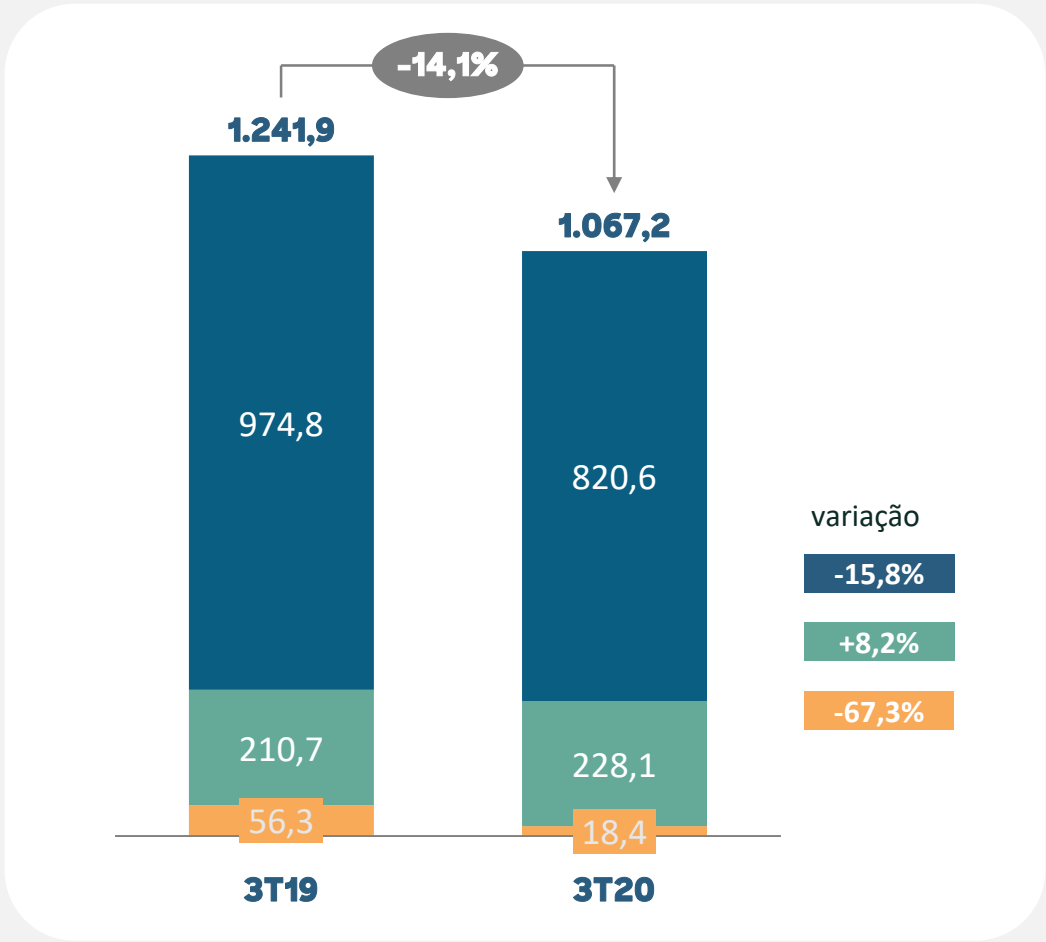
impacto:

Coleção de peças em jeans que reduziram em mais de 65% o uso de água no processo de lavanderia.



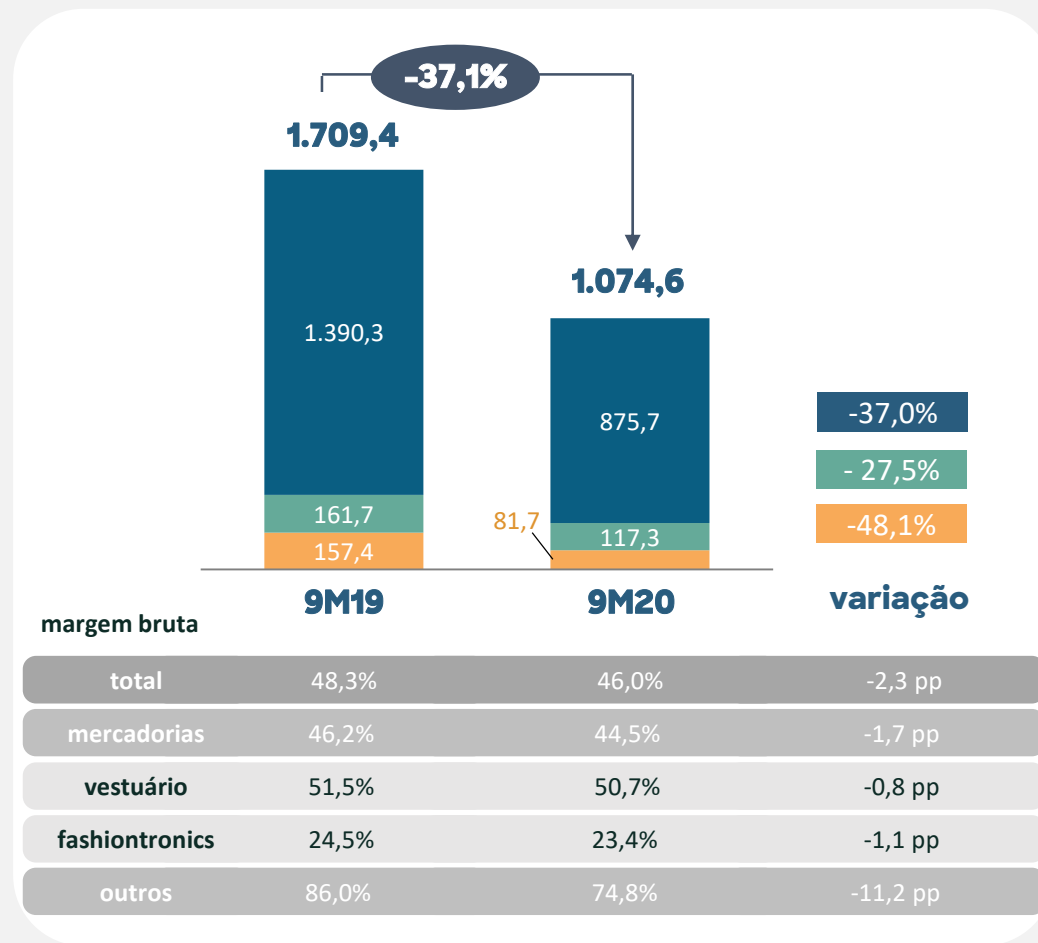
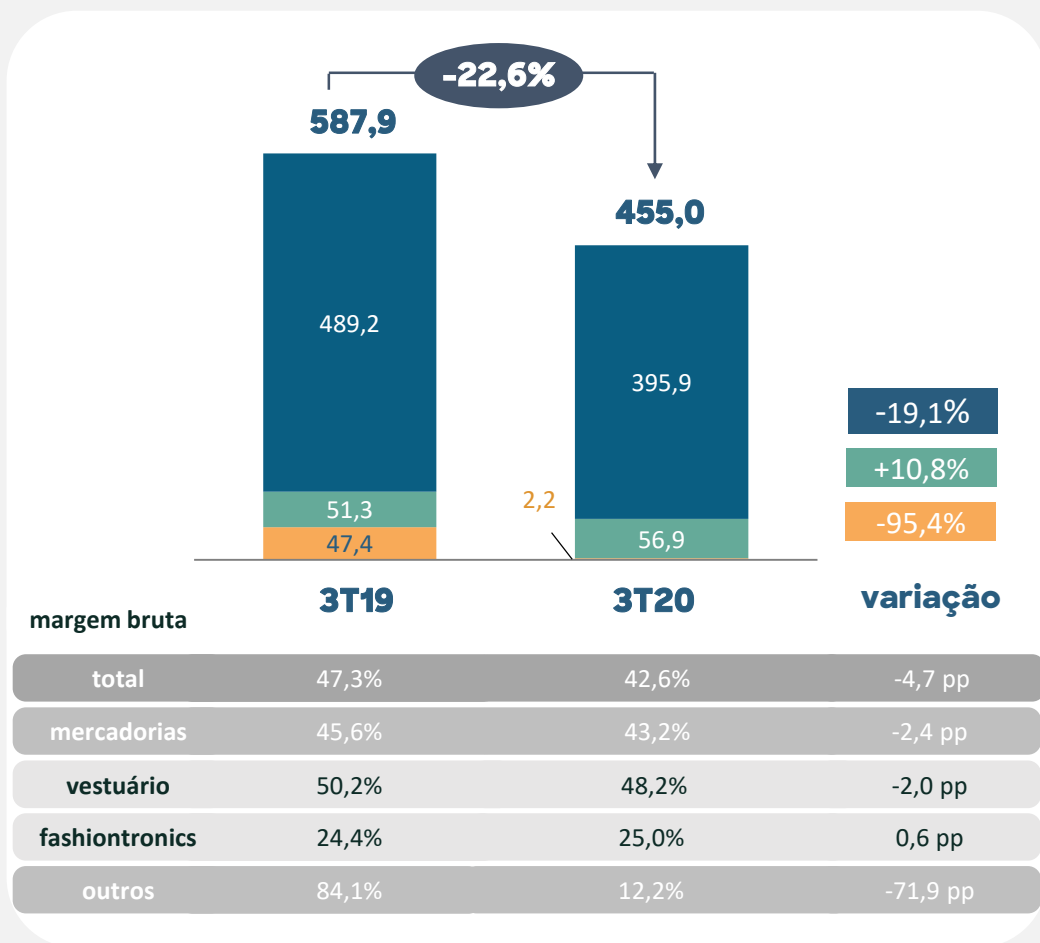
Coleção Ciclos, primeira com Certificação Cradle to Cradle™ nível Gold produzida no Brasil

receita líquida. (R\$ milhões)



Vestuário Fashiontronics Outros (Inclui Serviços Financeiros)

lucro e margem bruta. (R\$ milhões e %)

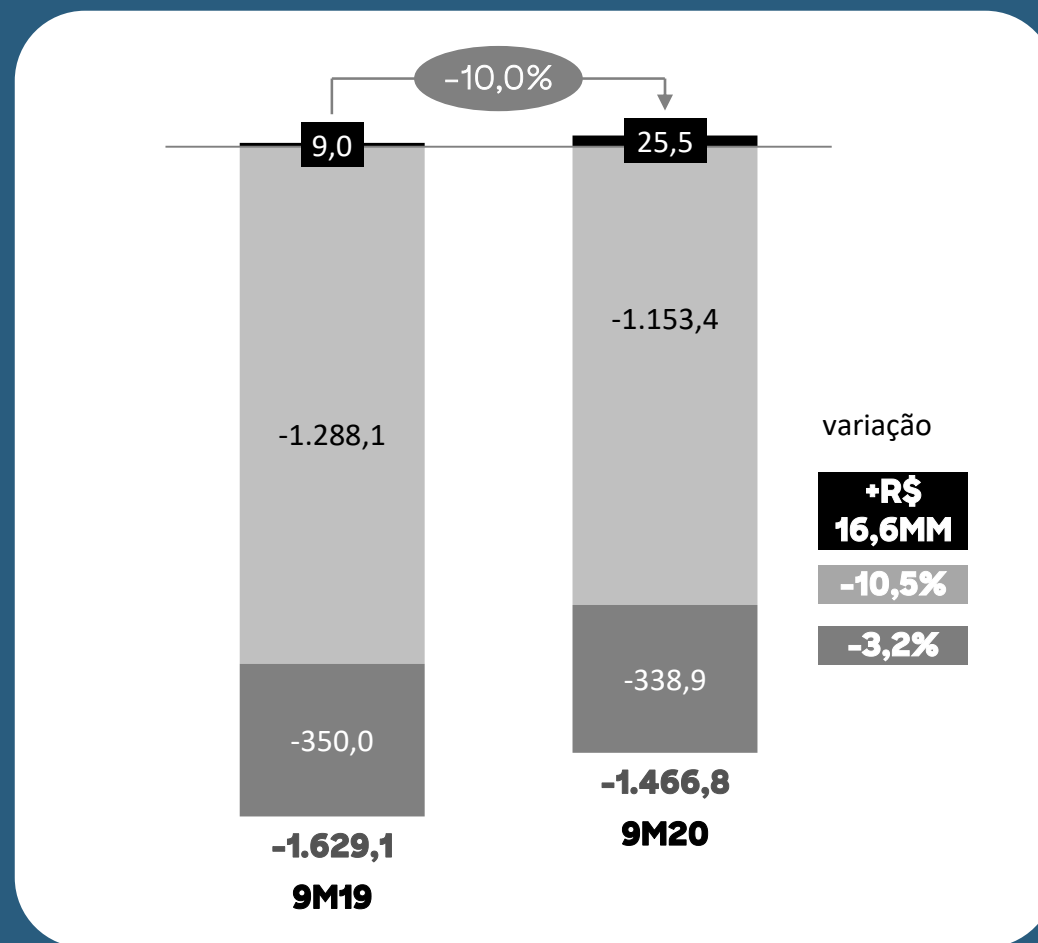
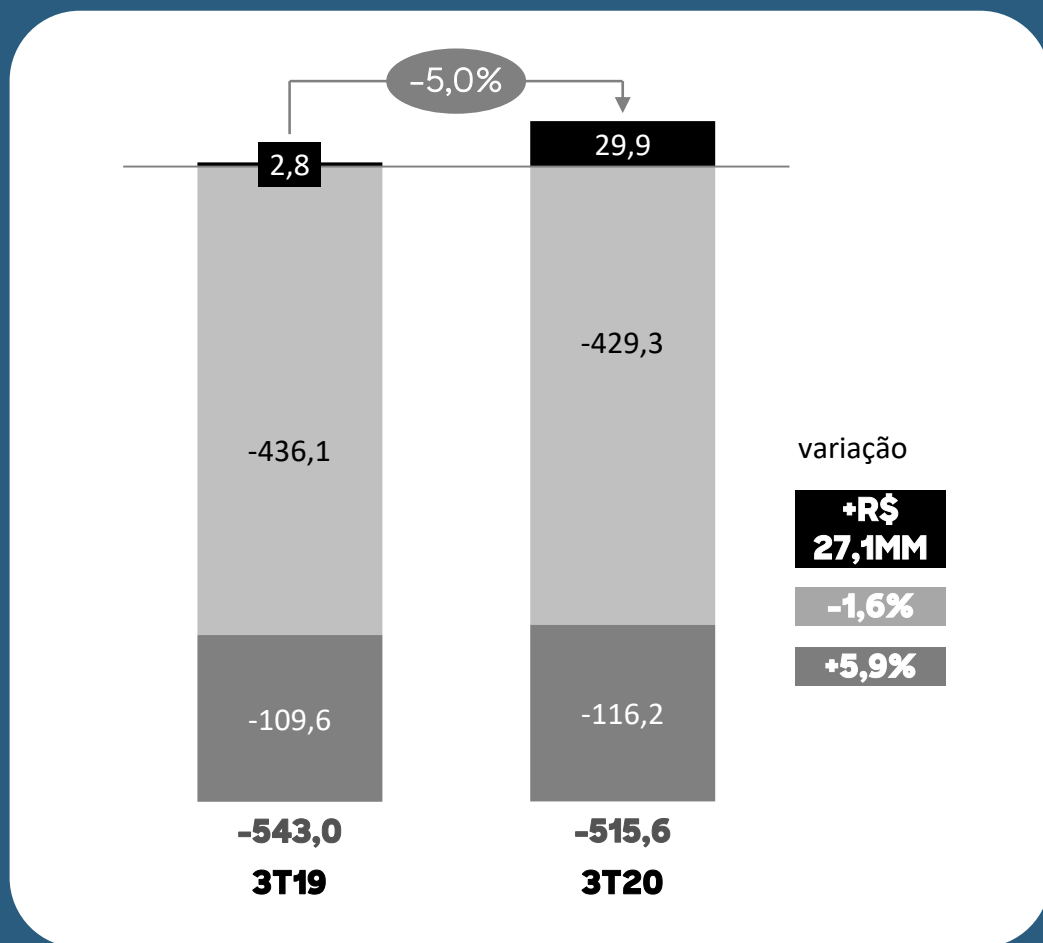


Vestuário

Fashiontronics

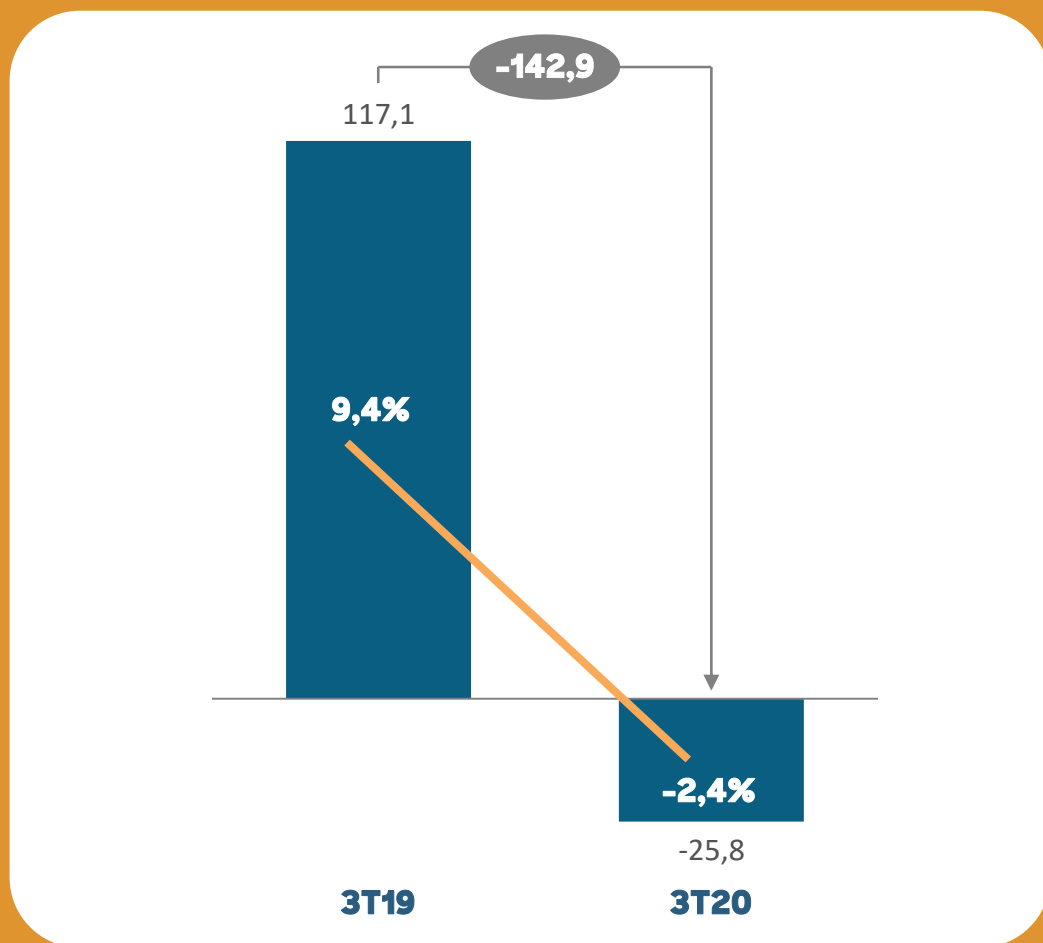
Outros (Inclui Serviços Financeiros)

despesas operacionais pro forma. (R\$ milhões)



Vendas
 G&A
 Outros

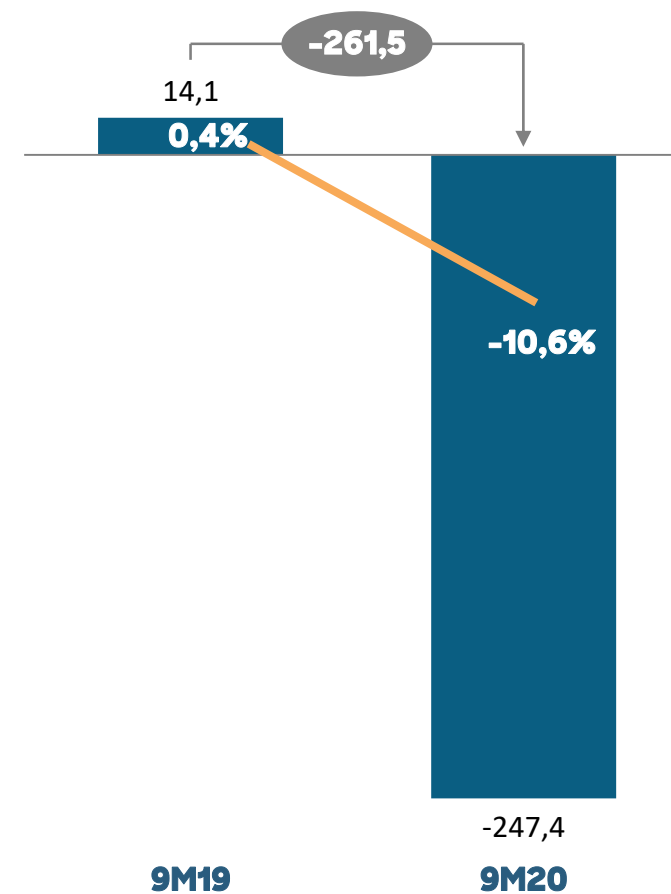
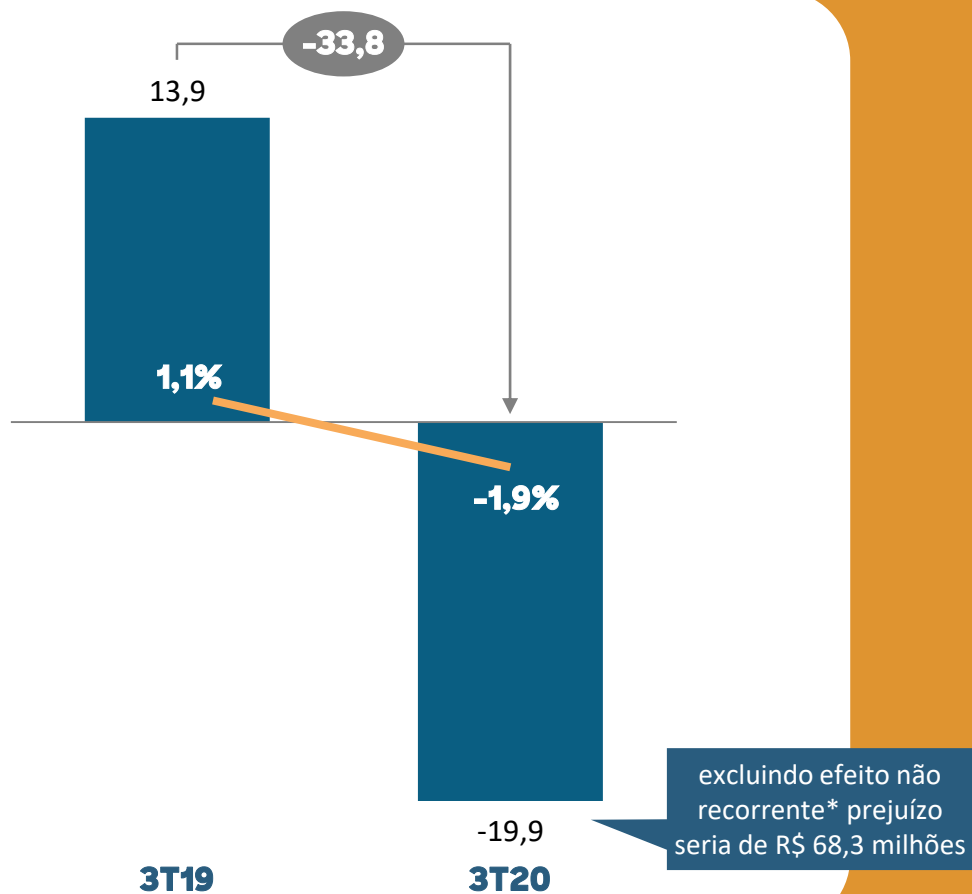
EBITDA ajustado e margem pro forma. (R\$ milhões e %)



— Margem (%)

■ EBITDA Ajustado

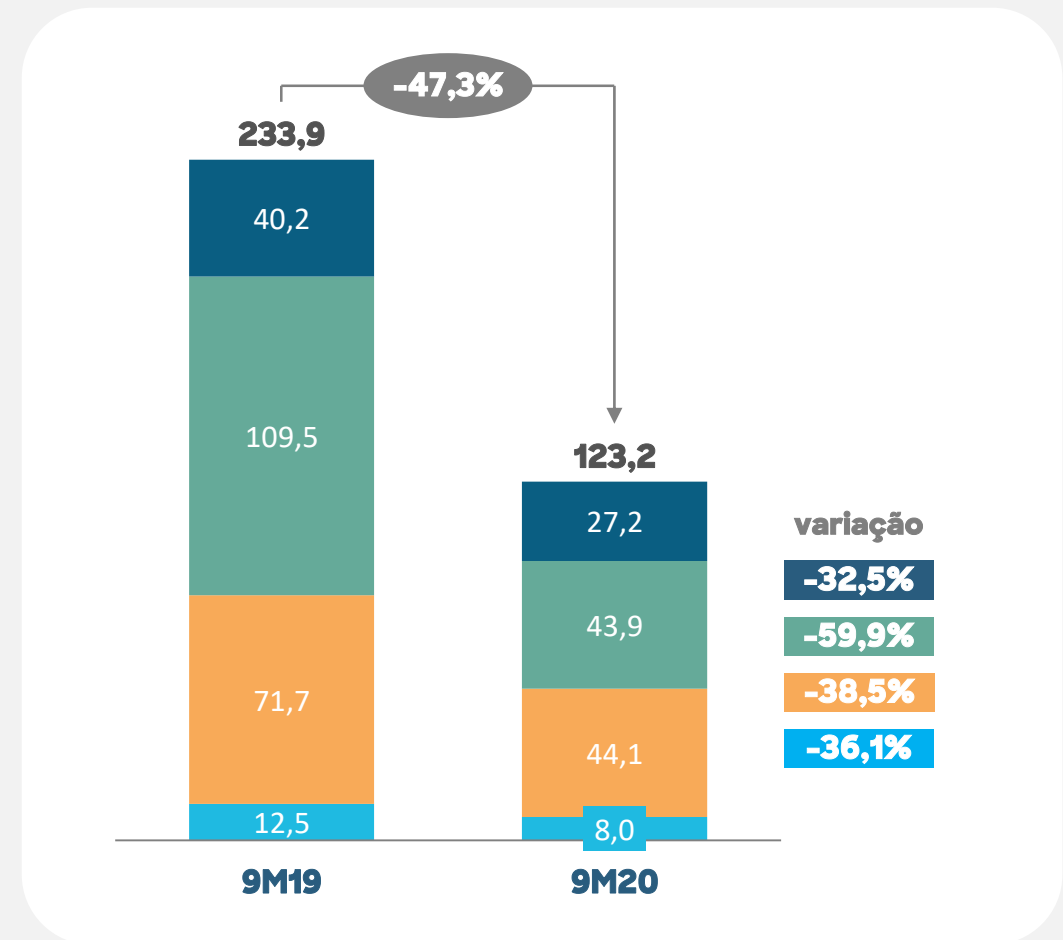
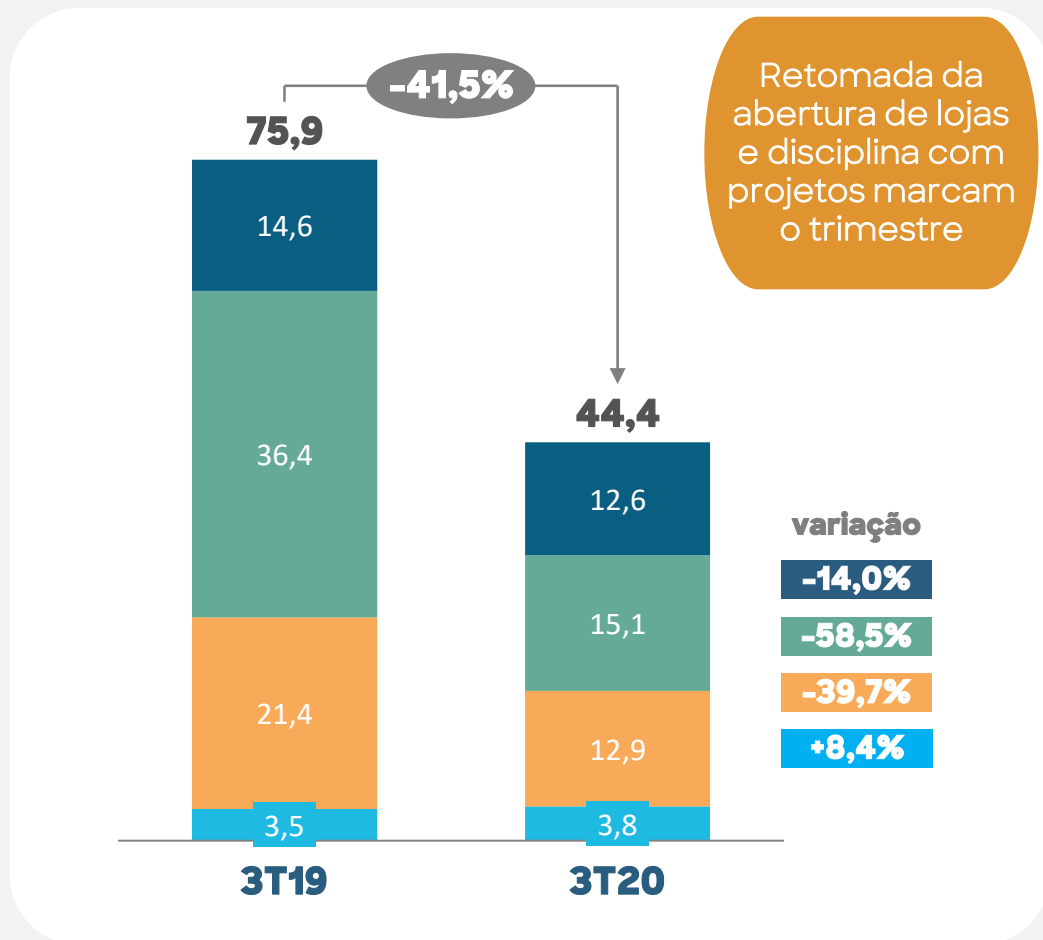
lucro líquido e margem pro forma . (R\$ milhões e %)



Margem (%)

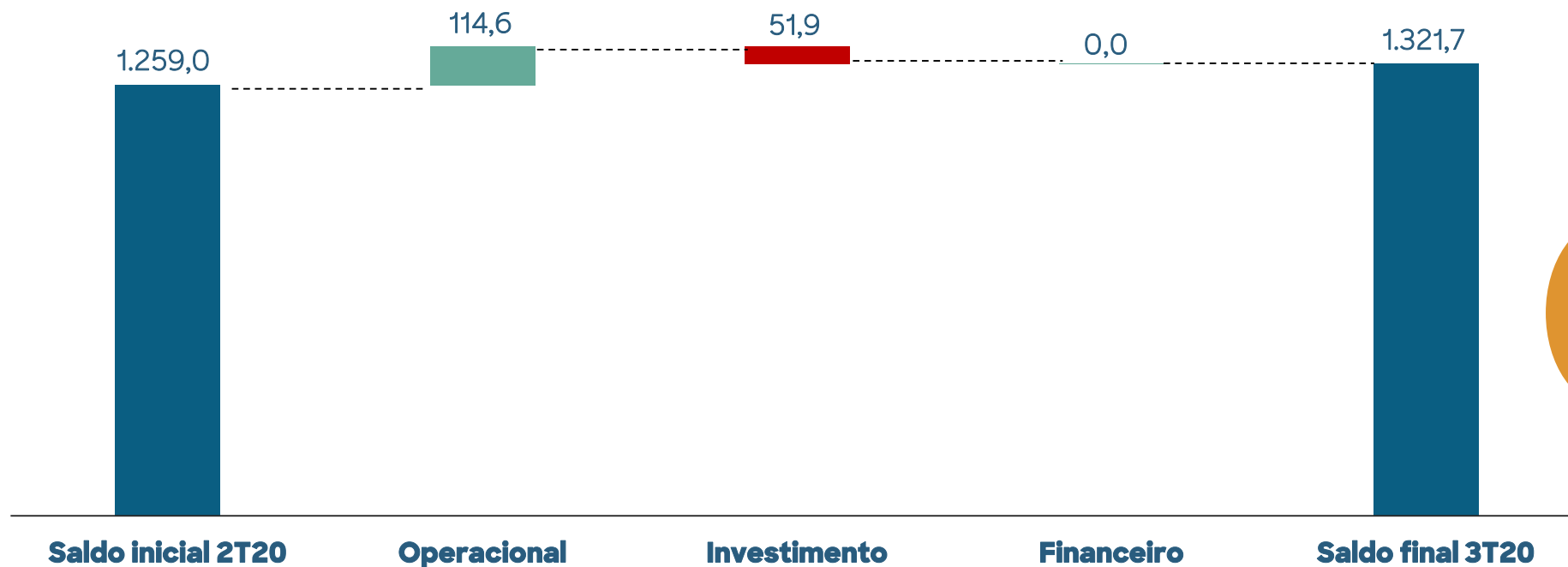
Lucro Líquido Pro Forma

investimentos. (R\$ milhões)



■ Novas Lojas
 ■ Reformas
 ■ TI e Outros
 ■ Centros de Distribuição

movimentação caixa 3T20. (R\$ milhões)



Caixa líquido de R\$102 milhões no final do 3T20



resultados

3T20

contatos:

Milton Lucato – CFO

Roberta Noronha

roberta.noronha@cea.com.br

Carolina Martins

carolina.Martins@cea.com.br

Aviso legal:

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da C&A Modas S.A. são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da Diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas à mudança sem aviso prévio.



muito eu