

Apresentação Institucional





Parte 1: introdução

Parte 2: alavancas de crescimento

Parte 3: evolução de resultados

Parte 1: introdução



Visão Geral C&A¹



R\$1,6 BI

Receita Líquida em 2T23



C&A PAY

3,6 milhões de cartões digitais emitidos



+15 MIL em 2023

Associados



3 Centros de Distribuição

SP, SC e RJ.



333 Lojas Físicas

+ Vendas 100% por WhatsApp



C&A & VC

26,4 milhões de membros



R\$366,1 MM

Receita Bruta Omnicanal Total –
GMV² 1P+3P



17,3%

Participação da venda Omni

(1) Informações do 2T23

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

Sólido conhecimento regional do varejo de moda, desde de 1976 no Brasil



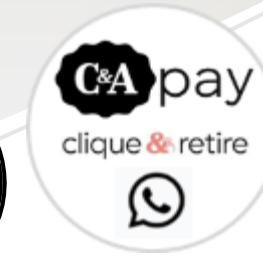
2022 -2023

2020 -2021

2015 – 2019

Anos 2000

1976 – anos 1990



Rentabilidade e desalavancagem

Expansão de margem bruta: impacto do push pull e da precificação dinâmica

Aumento da produtividade: melhorar vendas / m² das lojas e continuar evoluindo no digital

Eficiência de despesas e custos: reorganização das estruturas focando em projetos prioritizados

Melhoria no capital de giro: iniciativas de aumento de prazos de pagamento e de redução no ciclo de recebimento

Adequação de Investimentos

Aceleração e crescimento, buscando novo modelo de atuação fashiontech

▪ Alavancas definidas para Plano de Crescimento

Plano de expansão: Novas lojas e formatos (Double door Ace)

Digital: Vendas pelo WhatsApp, Minha C&A, Clique e Retire, Ship from Store

Cadeia de Suprimento: Início Operação *Push Pull*, Automatização CD e-commerce e RFID

Oferta de Crédito: Lançamento do C&A Pay

▪ Investimentos na lucratividade do *bottom-line*, experiência do cliente e na preparação para uma nova era digital

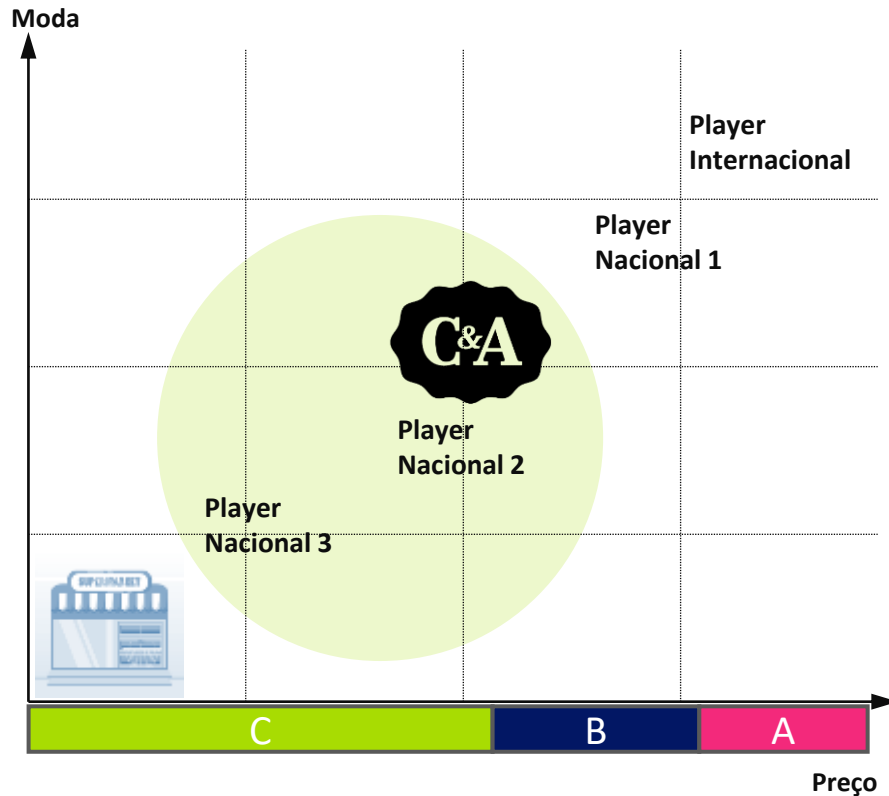
- A C&A expandiu sua rede de lojas se posicionando como líder no mercado de varejo;
- Foco no fortalecimento da marca, coleções dinâmicas e oferta de serviços financeiros



- A C&A foi uma das pioneiras na indústria de *fast fashion* no Brasil

Grande mercado com marca reconhecida e alto engajamento de clientes

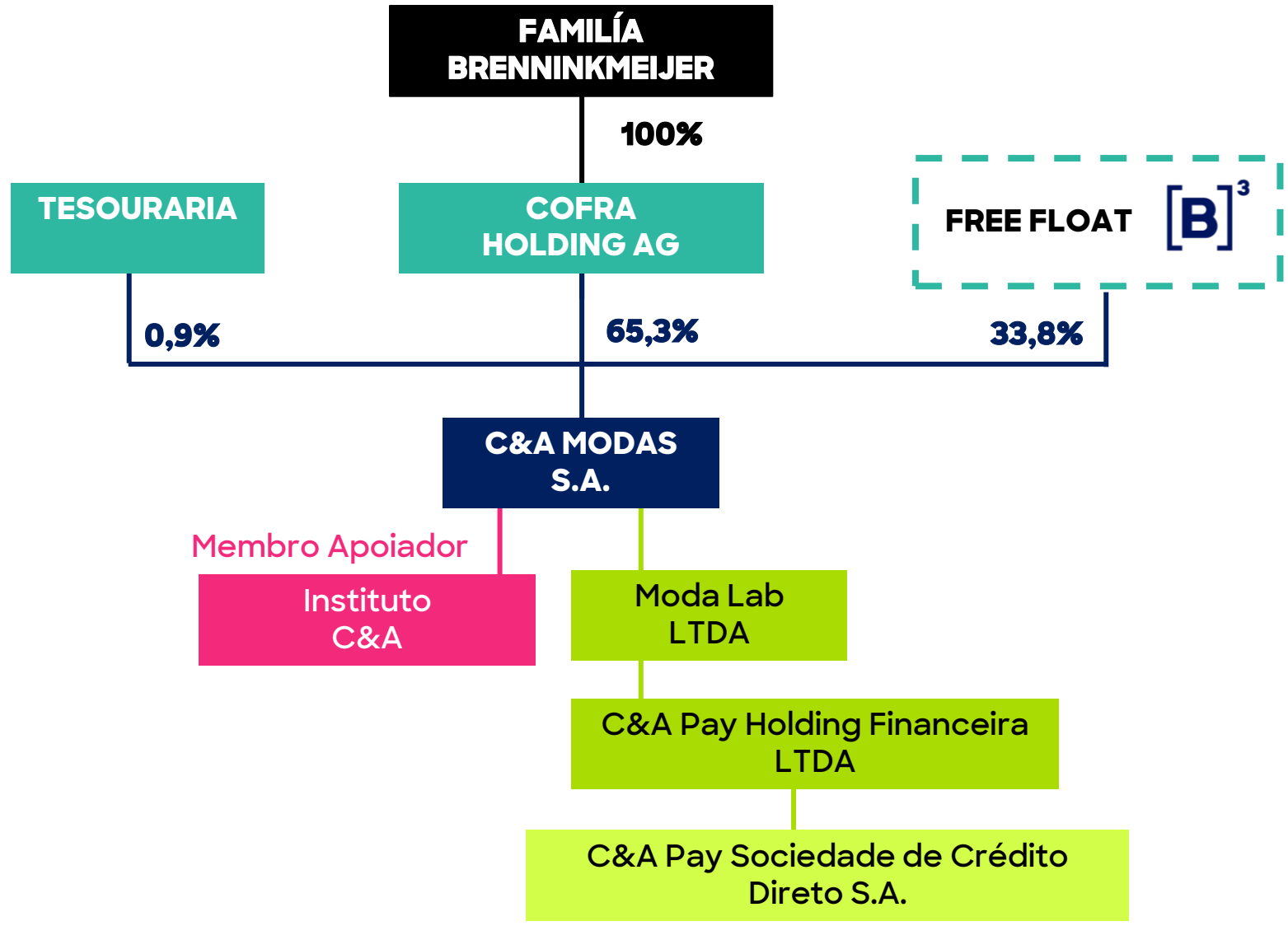
Relação preço/moda bem posicionada
Grande exposição de marca
Engajamento



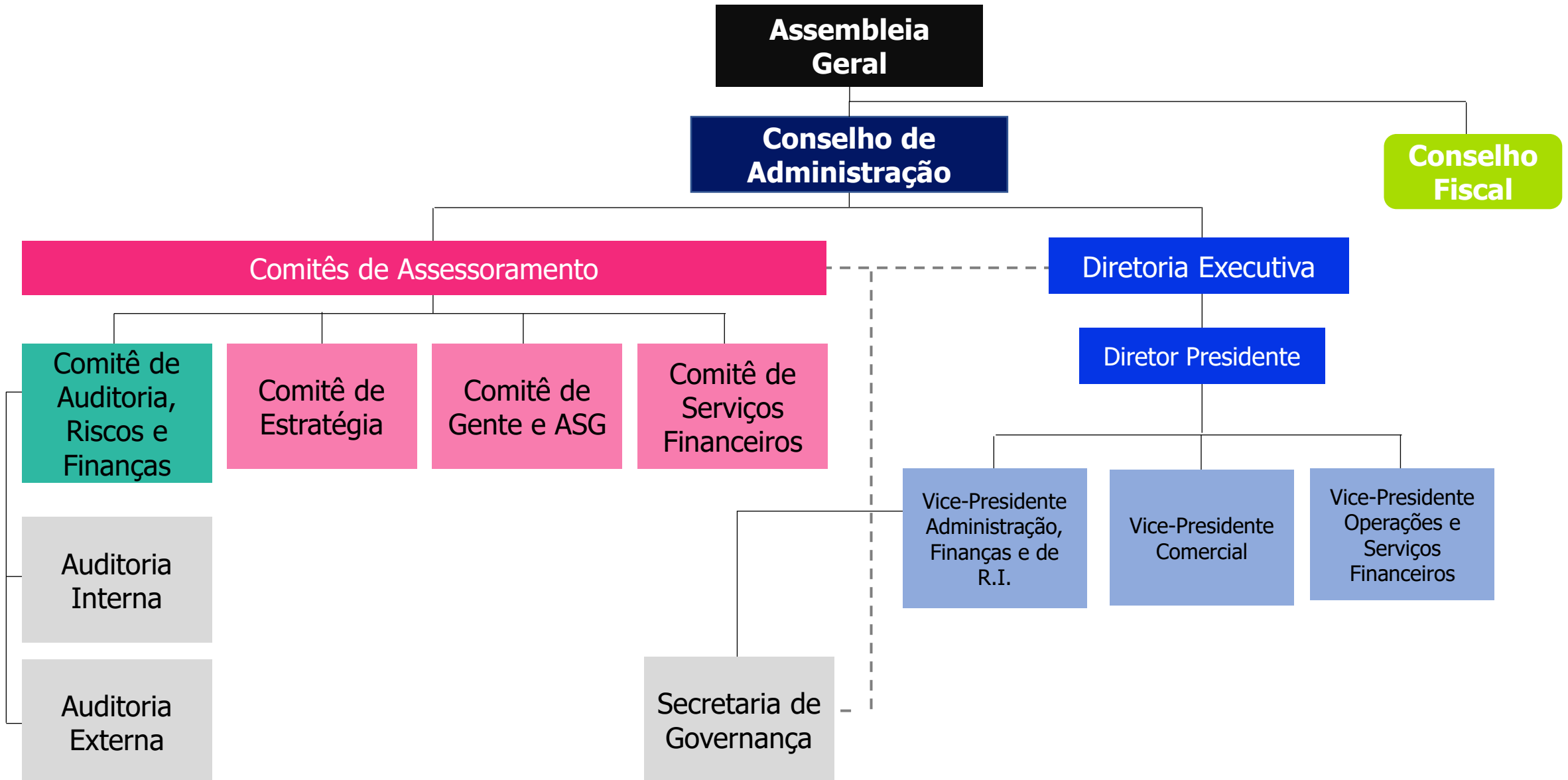
Estrutura Societária com grupo de controle definido



Estrutura Societária



Estrutura de governança corporativa



Conselho de administração diversificado e com 80% de membros independentes



Marcos Grasso

Presidente do Conselho de Administração

- Graduado pela EAESP/FGV em Administração de Empresas;
- Atual Presidente do Conselho, membro desde 2023;
- Possui mais de 25 anos de experiência executiva em empresas de consumo;
- Membro do Comitê de Estratégia e do Comitê Membro do Comitê de Estratégia e do Comitê de ASG.



Cristina Palmaka

Membro Independente do C.A

- Graduada pela FGV em Administração de Empresas e Ciências Contábeis pela FAAP ;
- Membro do C.A. desde 2023;
- Possui mais de 20 anos de experiência profissional no segmento de TI;
- Membro do Comitê de ASG.



Isabella Wanderley

Membro Independente do C.A

- Graduada pela PUC-RJ em Economia;
- Membro do C.A. desde 2023;
- Possui mais de 20 anos de experiência em marketing e comercial nas áreas de consumo e varejo;
- Membro do Comitê de Estratégia.



Jamil Marques

Membro Independente do C.A

- Graduado pela Politécnica da USP em Engenharia de Produção;
- Membro do C.A. desde 2023;
- Possui mais de 15 anos nas áreas financeiras ou mais de 10 anos nas áreas financeiras e executivas em cargos de liderança;
- Membro do Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças e do C. de Serviços Financeiros.



Peter Furukawa

Membro Independente do C.A

- Graduado em Ciências da Computação;
- Membro do C.A. desde 2023;
- Possui mais de 15 anos de experiência como CEO, além de uma trajetória de sucesso em serviços financeiros de varejo;
- Membro do Comitê de Serviços Financeiros.

Management Experiente



Paulo Correa Junior			
	CEO desde 2015 	+15 anos na C&A em diferentes cargos de liderança	Experiência Prévia  Diretor de PMO  Consultor Sênior
Laurence Beltrão Gomes			
	CFO e DRI desde 2023 	+20 anos de experiencia em cargos sênior de Finanças	Experiência Prévia     
Donatti			
	VP Comercial desde 2015 	+25 anos na C&A em diferentes cargos de liderança	Experiência Prévia  Iniciou sua carreira na C&A como trainee. Se tornou chefe de compras da Companhia em 2006 e Vice-Presidente Comercial desde 2015
Fernando Brossi			
	VP de Operações e Serviços Financeiros desde 2018 	+12 anos na C&A em diferentes cargos de liderança	Experiência Prévia  Coordenador de risco de crédito  Superintendente de cartões

Parte 2: Alavancas de Crescimento – Plano de crescimento IPO



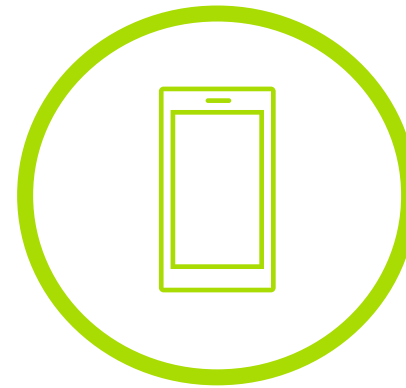
Alavancas de Crescimento - Plano de Crescimento IPO



Expansão



Supply Chain



Digitalização



Crédito cliente

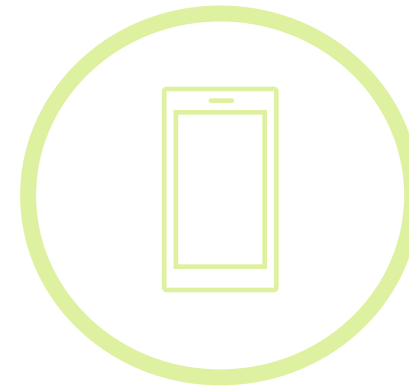
Alavancas de Crescimento - Expansão



Expansão



Supply Chain



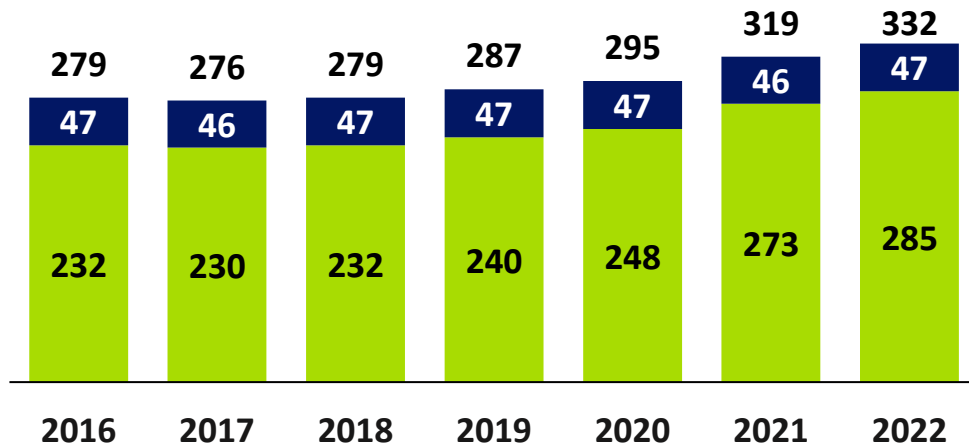
Digitalização



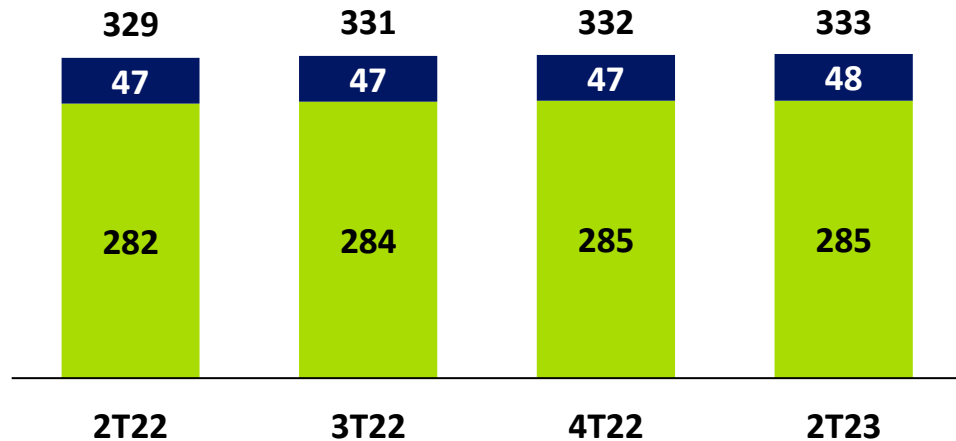
Crédito cliente

Aumento na presença física com novas lojas em todas regiões

Número de Lojas (anual)



Número de Lojas (trimestral)



Shopping centers Rua



Busca de novo formato de loja mais conectado às necessidades da cliente



Lojas onde o Online e Offline se integram, tornando as múltiplas jornadas fáceis, intuitivas e fluidas, elevando a experiência com a moda e com a marca

OBJETIVOS



● **Velocidade & Conectividade**

Soluções Tecnológicas para agilizar processo de compra



● **Clareza & Comunicação**

Comunicação Clara e Alinhada à Estratégia



● **Padronização & Organização**

Proposta Clara e Fácil de Compra



● **Moda & Curadoria**

Percepção elevada de Moda em toda e qualquer visita



● **Serviços & Experiência**

Serviços e Experiências que agreguem valor à jornada

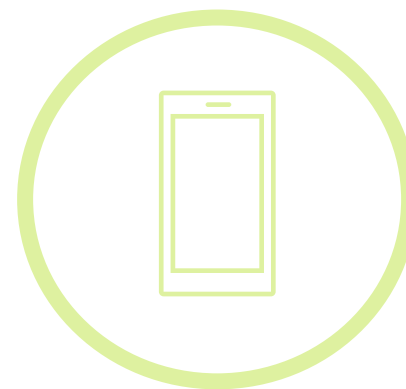
Alavancas de Crescimento - Supply Chain



Expansão



Supply Chain



Digitalização



Crédito cliente

Modernização do modelo operacional de Supply Chain



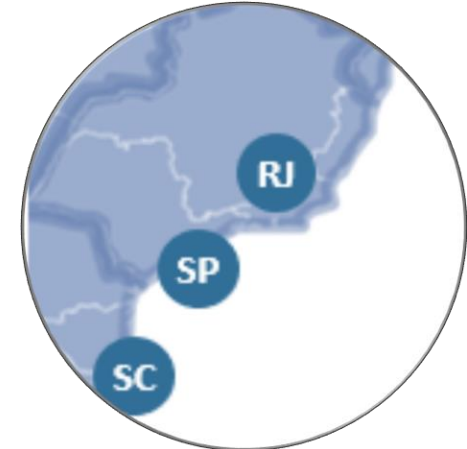
Processo de intensa transformação em *Supply* → *roadmap*, time e parceiros robustos, metodologia ágil e captura imediata de benefícios



Distribuição para loja



Entrega para cliente



Matriz de transportes

Implementação Ágil

Modernização do modelo operacional de Supply Chain



Distribuição para Lojas

- **Push-Pull: 35%** da venda de **vestuário** no modelo de distribuição
- **Gestão da compra e abastecimento** de nossos principais produtos suportados por tecnologia e algoritmos que utilizam **IA**
- **RFID: +270 lojas** cobrindo 100% do vestuário
- Instalação de **3 sorters** para distribuição por SKU;
- Implementação do sistema de **WMS** da Manhattan (Warehouse Management System)- **sistema de gestão do centro de distribuição e SIA do End to End** - sistema de inteligência de alocação

Distribuição da venda online cliente

- Automação (OSR Shuttle - do fornecedor KNAPP) integrada ao novo WMS no CD do eCommerce:



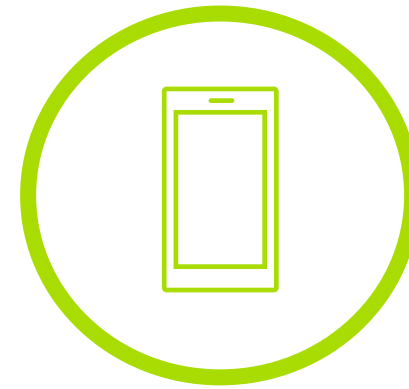
Alavancas de Crescimento - Digitalização



Expansão



Supply Chain



Digitalização



Crédito cliente

Ominicanalidade

Estamos em um processo de digitalização dos processos de negócios: Projetos **integrados** garantindo aceleração da venda Omnichannel e melhor experiência de compra on e off



Venda Direta Whatsapp

Presente em todas as lojas
Atendimento receptivo (site/app) e ativo para base C&A&VC



Clique&Retire

Presente +300 de lojas
Retirada até em 2 horas



Minha C&A

+30 mil consultoras cadastradas



Ship From Store

+60 lojas *HUB*ativas no país
Alta capacidade de processamento.



Galeria C&A

Marketplace da C&A com ~250 sellers

Multicanal & Multientrega

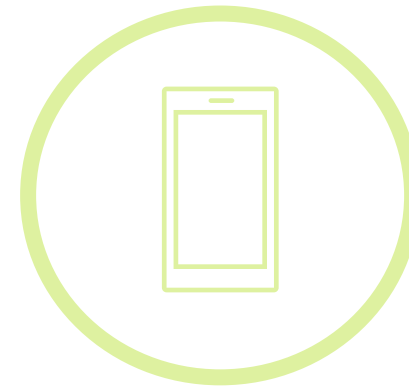
Alavancas de Crescimento - Oferta de crédito



Expansão



Supply Chain



Digitalização



Crédito cliente

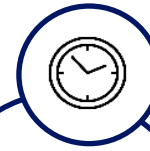
Retomamos a alavanca crédito com foco na fidelização e recorrência



Lançamento em 2021 do C&A Pay

**O QUE É
O C&A PAY?**

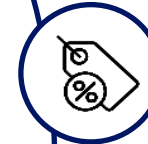
**UMA NOVA
EXPERIÊNCIA
COM A C&A**



Rápido de fazer



Não tem
anuidade



Plano de
parcelamento



Experiência
100% digital



Integração com o
programa
C&A&VC

C&A Pay - Estrutura leve e governança estabelecida



Criação do Comitê de Serviços Financeiros coordenado por membro do conselho de administração e composto por profissionais experientes

- Gestão da política de concessão de crédito e limites clusterizada
- Uso de **lifetime value** para determinar **ponto ótimo** de risco/retorno e fluxo de caixa
- Utilização de **múltiplos bureaus** para validação de informações e melhoria dos modelos
- Adoção de **métodos de autenticação seguros** para transação: senha transacional



- Gestão das operações de call center e escritórios de cobrança
- Uso massivo de **agentes virtuais e canais digitais** para aumentar atuação e reduzir custos

- Criação de banco de dados **unificando informações** de cartão e relacionamento
- Desenvolvimento de **modelos de comportamento de crédito e propensão por produto**
- Criação de modelos de Score usando **machine learning**

Comitê de Serviços Financeiros criado em 2021

Comitê de assessoramento com conselho de administração

Membros:

Peter Furukawa

Jamil Marques

Ralf Mordhorst

Serviços Financeiros - C&A Pay

Foco no crescimento contínuo do C&A Pay como alavanca dedicada para fomentar as vendas do varejo.

C&A Pay corresponde a **20%** das vendas

Aumento de **135%** na **receita¹ de C&A Pay** para R\$ 71 milhões

~**3,6M** de **cartões** emitidos no final do 2T23

Carteira de R\$ 702 milhões no final do 2T23

Vencidos acima de **90 dias** em **21,4%** com cobertura de **74,1%**

Limite médio de **R\$773**



Parte 3: Evolução dos resultados

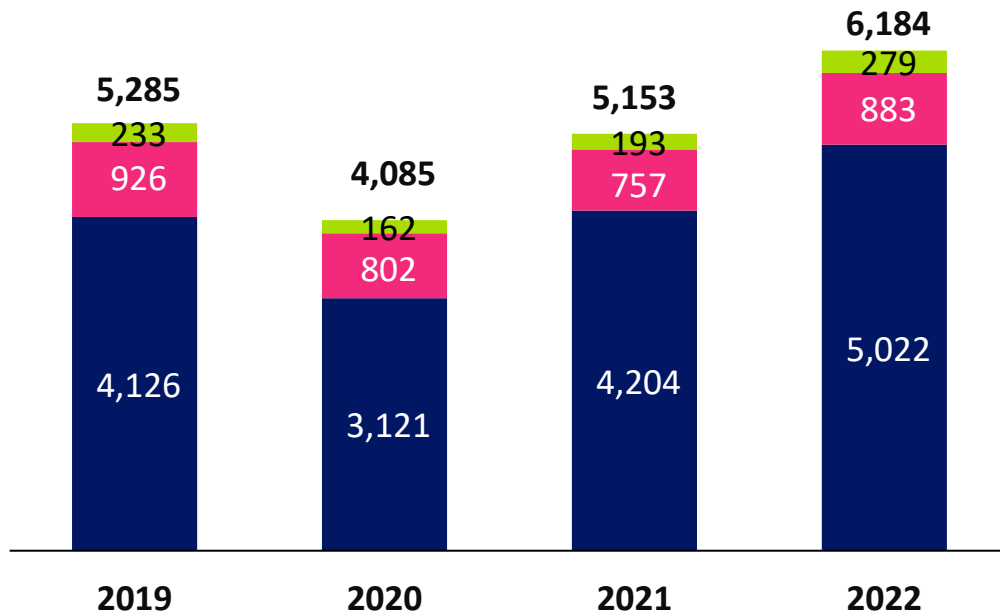


Contínuo crescimento da receita de vestuário



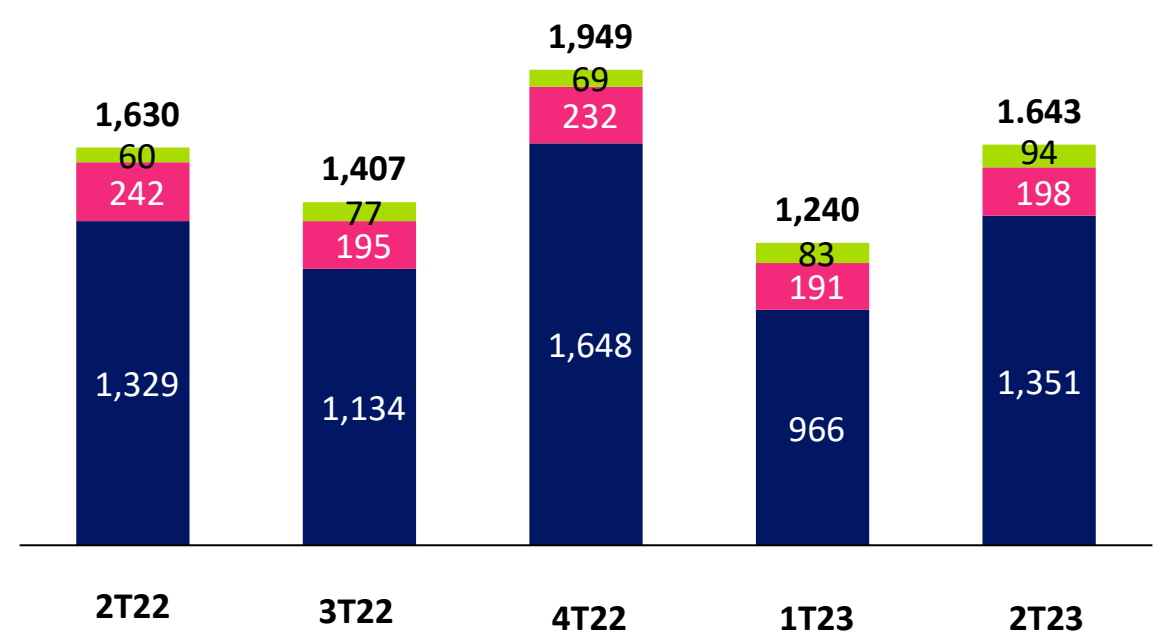
Receita Líquida Total (anual)

(R\$ milhões)



Receita Líquida Total (trimestral)

(R\$ milhões)



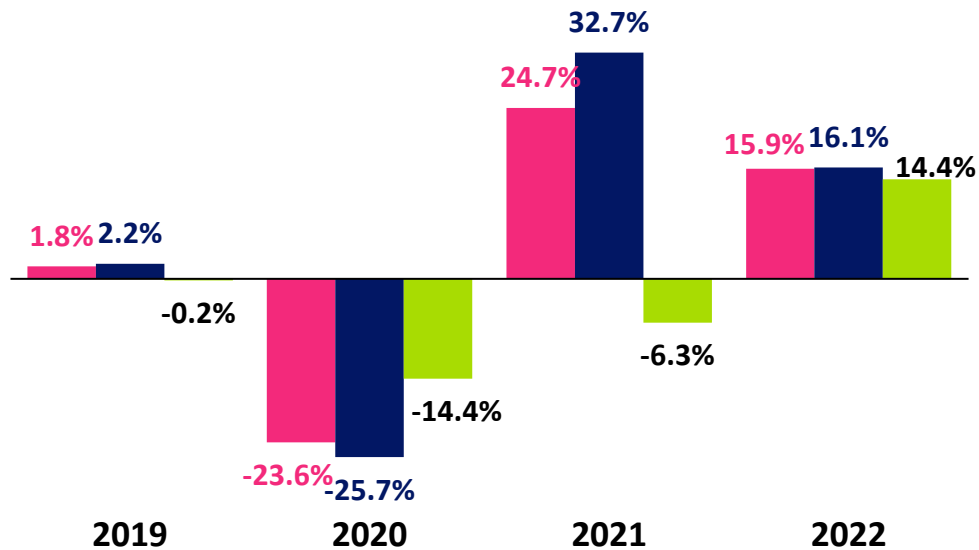
■ Vestuário ■ Fashiontronics e Beleza ■ Serviços Financeiros (inclui outros)

Evolução vendas mesmas lojas - *Same Store Sales*



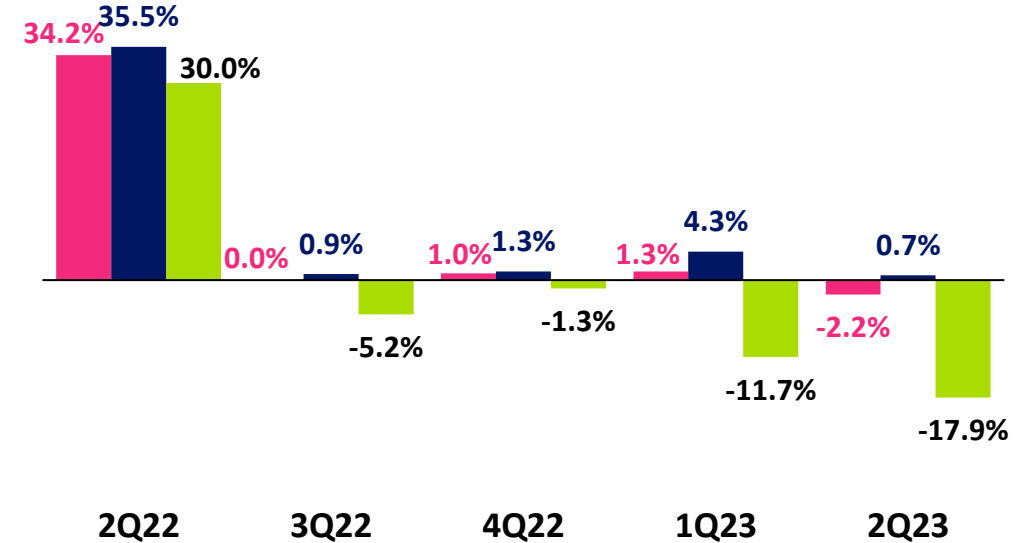
Vendas Mesmas Lojas – SSS (anual)

(%)



Vendas Mesmas Lojas - SSS (trimestral)

(%)

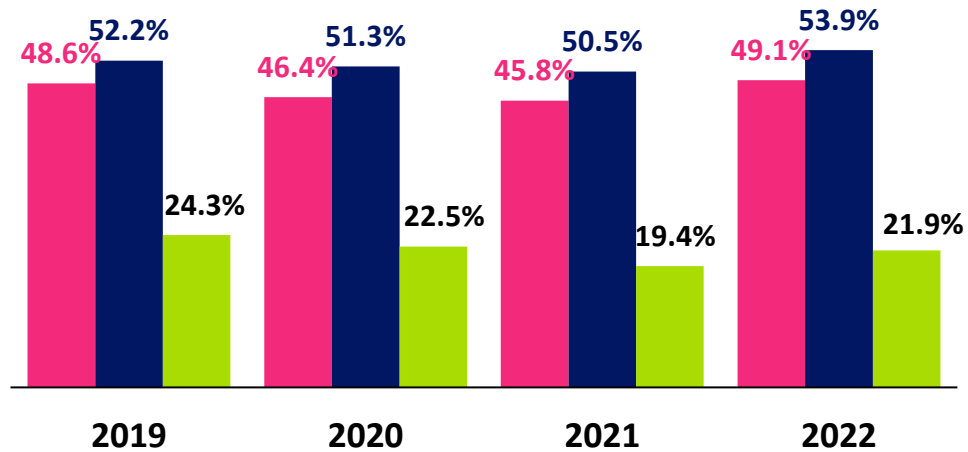


■ Consolidado
 ■ Vestuário
 ■ Fashiontronics e Beleza

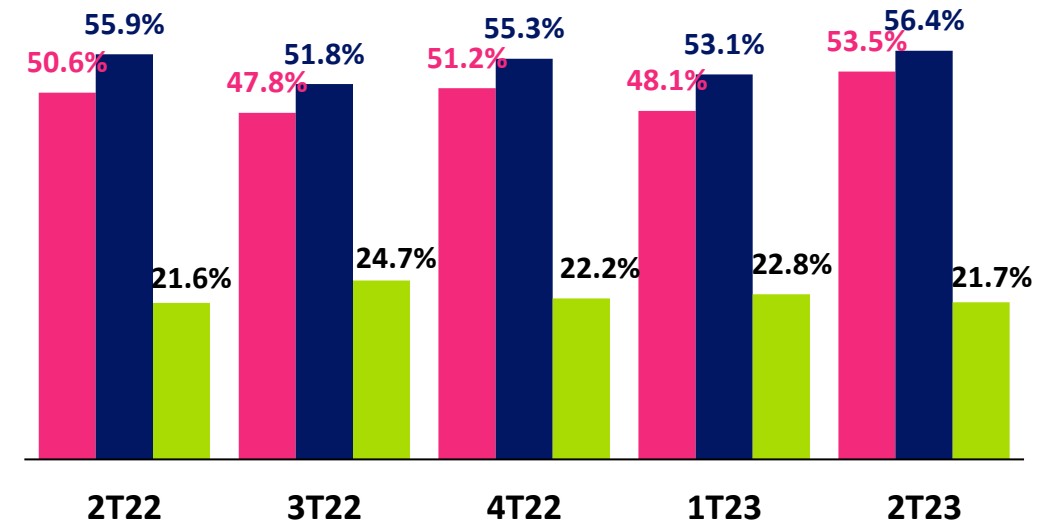
Expansão contínua da margem bruta de vestuário com estoques em níveis adequados



Margem Bruta de Mercadorias (anual) (%)



Margem Bruta de Mercadorias (trimestral) (%)



■ Consolidado ■ Vestuário ■ Fashiontronics e Beleza

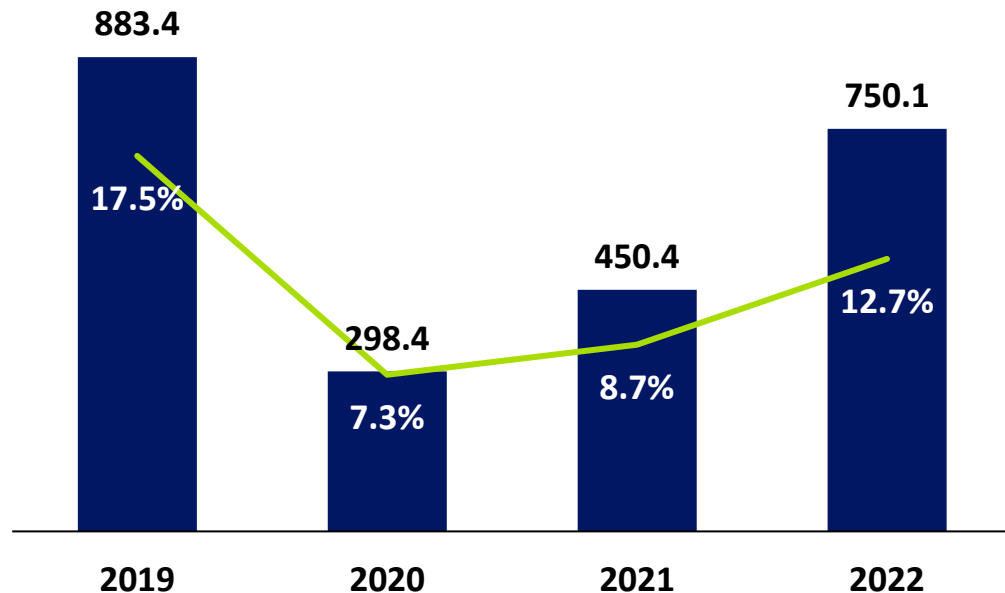
Foco na recuperação do EBITDA e Margem EBITDA



Evolução Anual

EBTIDA Ajustado¹ (pós IFRS16) e Margem

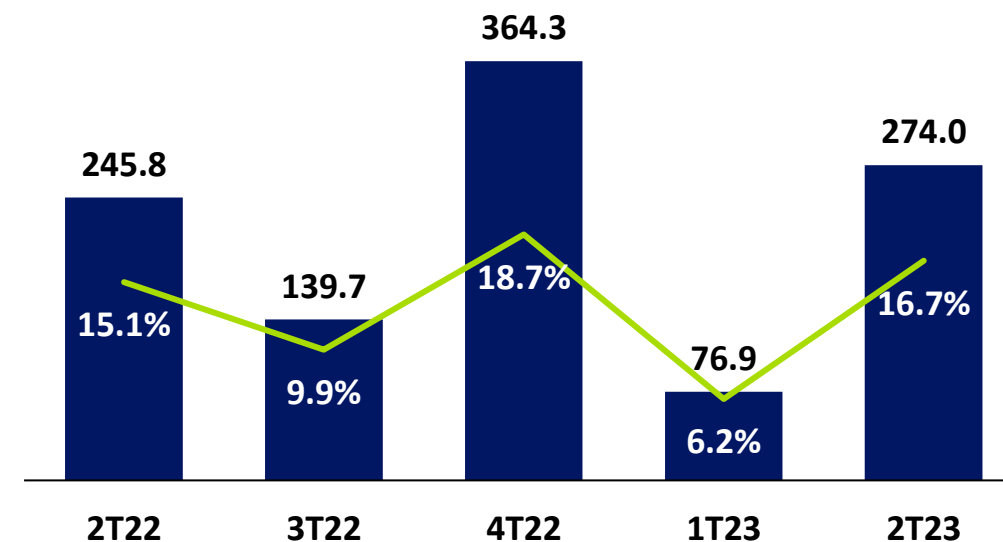
(R\$ milhões, %)



Sazonalidade do Negócio – Trimestral

EBTIDA Ajustado¹ (pós IFRS16) e Margem

(R\$ milhões, %)



■ EBITDA Ajustado ■ Margem EBITDA Ajustada

1- O EBITDA Ajustado visa demonstrar a informação que melhor reflete a geração operacional bruta de caixa em suas atividades. O EBITDA desconsidera a despesa de aluguel fixo, conforme norma contábil IFRS16 e é ajustado por: (i) outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) receita financeira de fornecedores; e (iii) recuperação de créditos fiscais

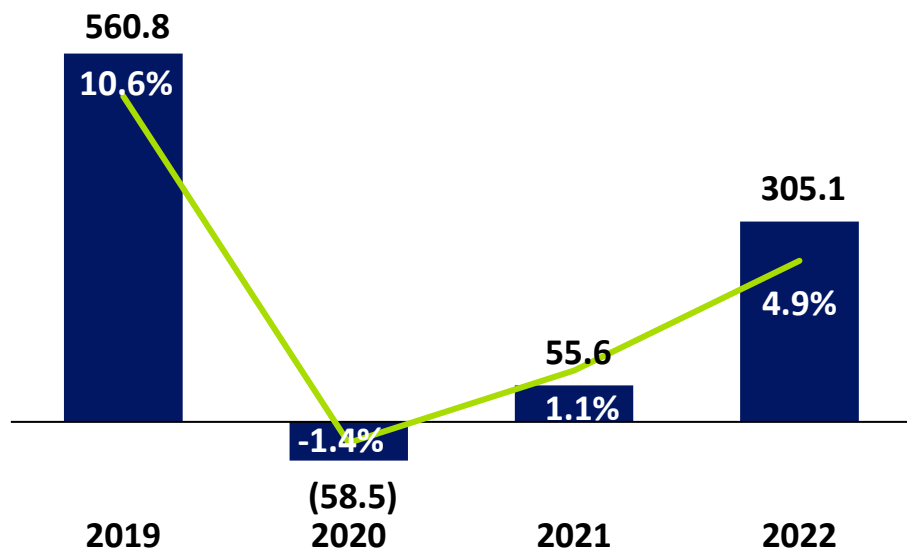
Foco na recuperação do EBITDA e Margem EBITDA



Evolução Anual

EBTIDA Ajustado¹ (pré IFRS16) e Margem

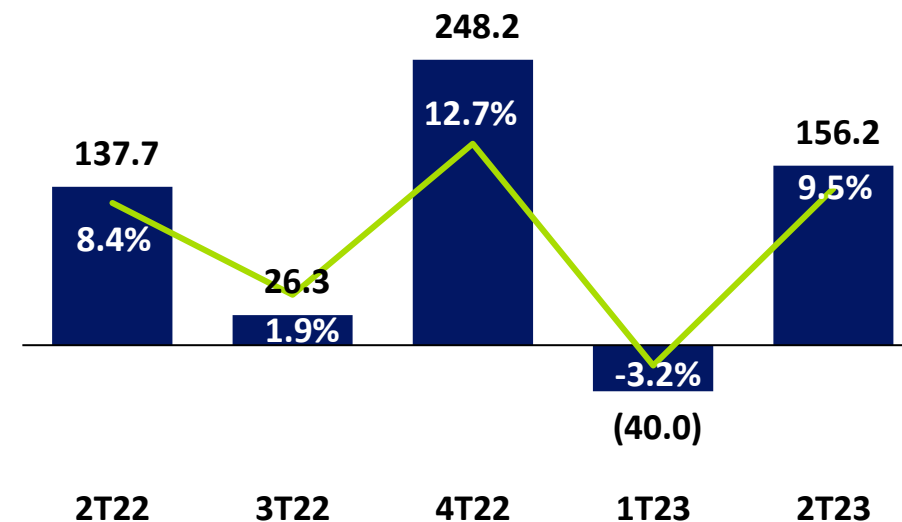
(R\$ milhões, %)



Sazonalidade do Negócio – Trimestral

EBTIDA Ajustado¹ (pré IFRS16) e Margem

(R\$ milhões, %)



■ EBITDA Ajustado ■ Margem EBITDA Ajustada

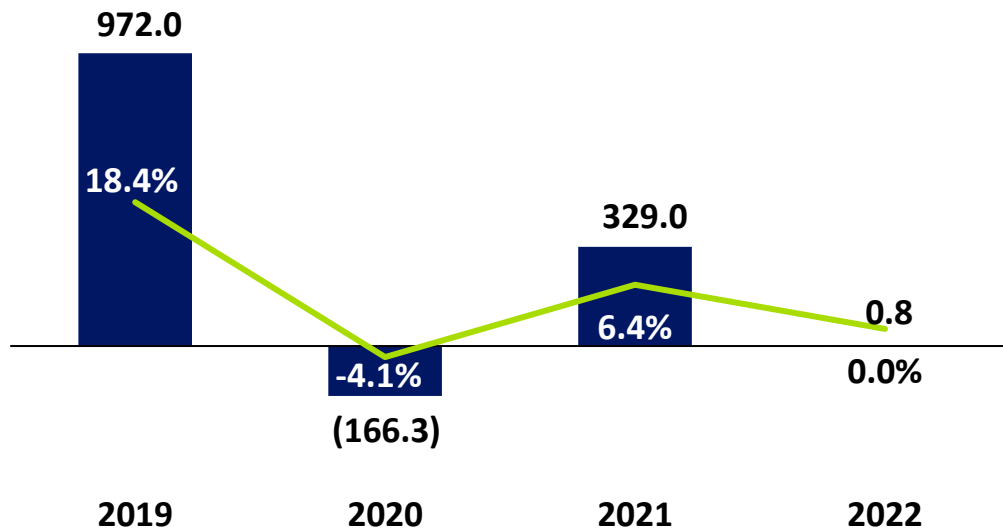
1- O EBITDA Ajustado visa demonstrar a informação que melhor reflete a geração operacional bruta de caixa em suas atividades. O EBITDA pré IFRS 16 considera a despesa de aluguel fixo como despesa de vendas e é ajustado por: (i) outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) receita financeira de fornecedores; e (iii) recuperação de créditos fiscais

Evolução Lucro Líquido e Margem



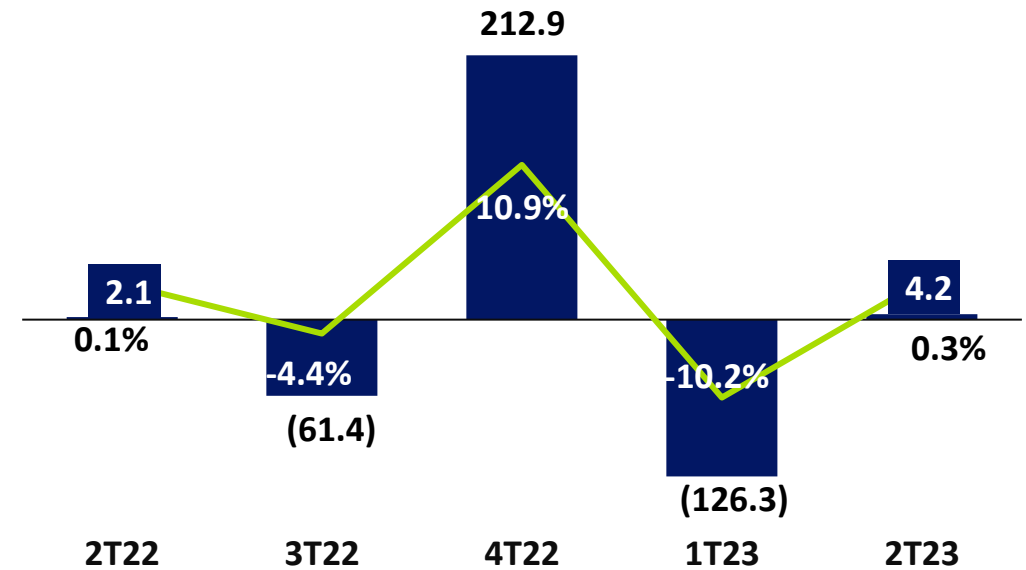
Evolução Anual Lucro Líquido e Margem

(R\$ milhões, %)



Sazonalidade do negócio – evolução trimestral Lucro Líquido e Margem

(R\$ milhões, %)

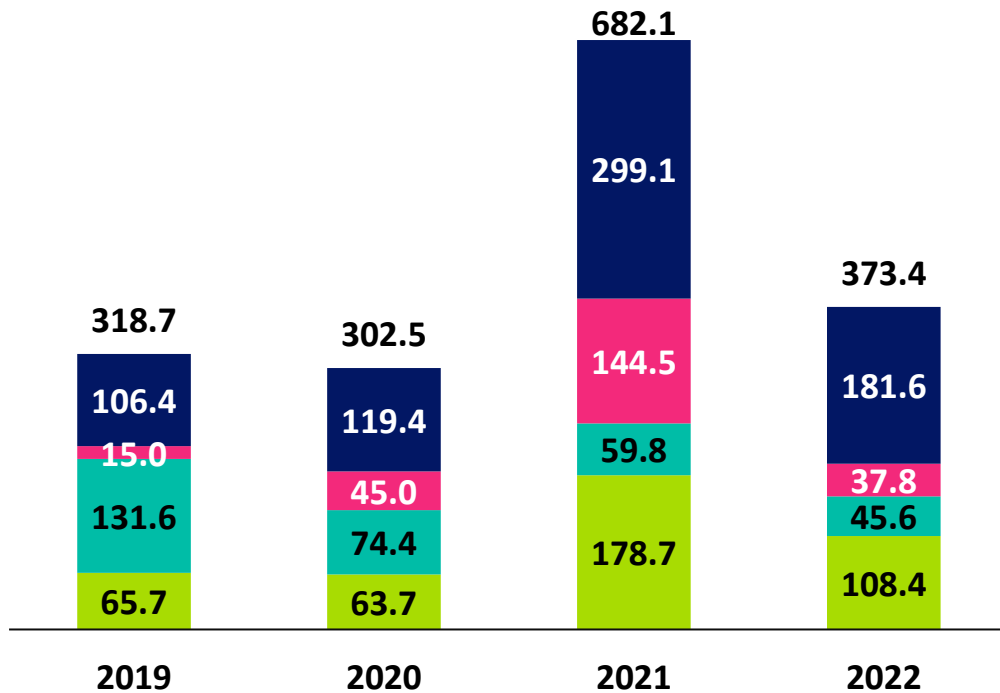


■ Lucro Líquido — Margem Líquida

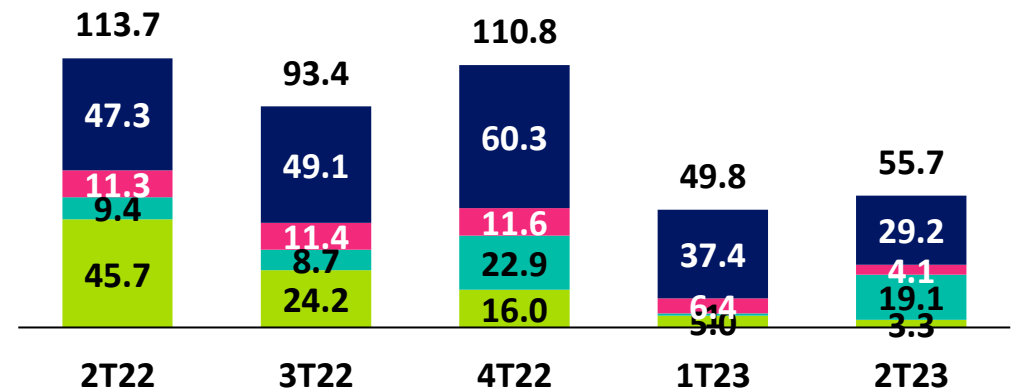
Investimentos relevantes em digital e tecnologia



CAPEX (anual)
(R\$ milhões)



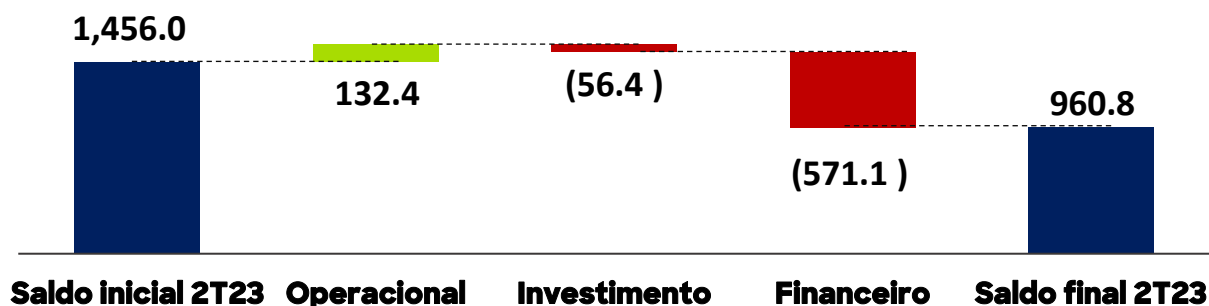
CAPEX (trimestral)
(R\$ milhões)



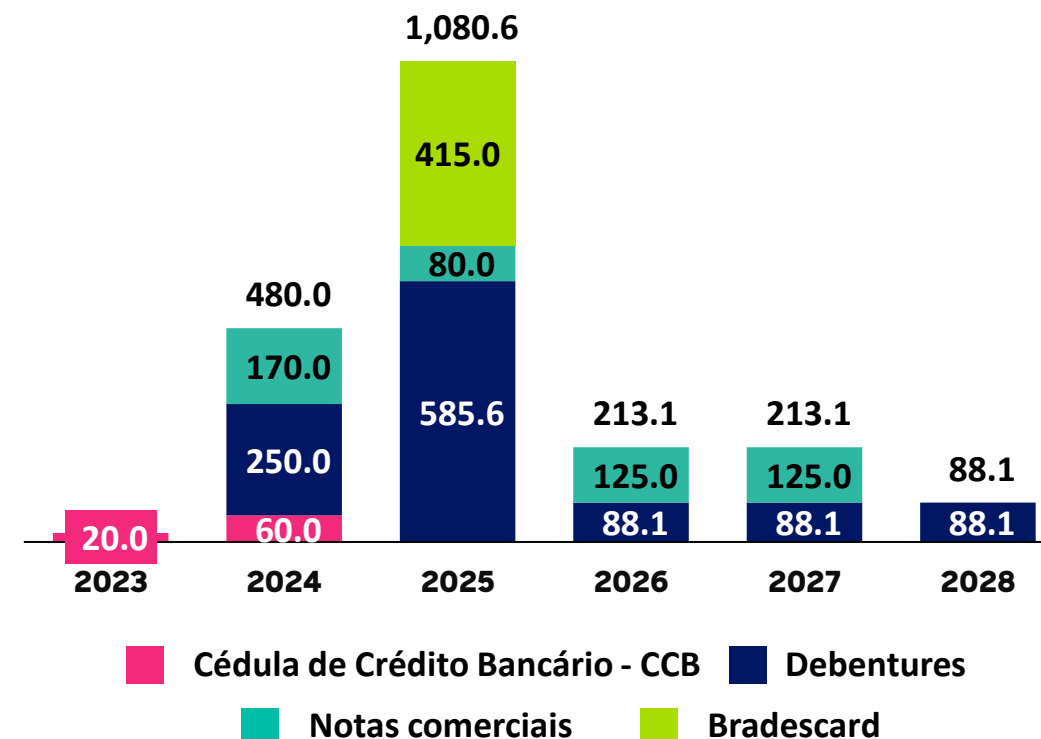
Endividamento (R\$ milhões)

R\$ milhão	6M23
Dívida Bruta	(1.715)
Fornecedores - Recompra do direito de crédito (Bradescard)	(505)
Caixa e aplicações	965
(Dívida Líquida)	(1.255)
EBITDA pré-IFRS16 Ajustado para Covenants ¹	589
<i>Alavancagem covenants</i>	2,1x

Movimentação Caixa 2T23 (R\$ milhões)



Cronograma de Amortização da Dívida² (R\$ milhões)

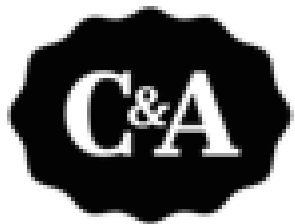


1- EBITDA Ajustado para fins de covenants das dívidas, exclui o os efeitos do CPC 06 (R2) e da norma Internacional de Contabilidade – IFRS 16, antes de: (i) imposto de renda e contribuição social sobre o lucro líquido, (ii) despesas de depreciação do imobilizado (excluindo-se imobilização), (iii) despesas 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.

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

ASG





Estratégia

ASG C&A

#VistaAMudança

unir &
inspirar

Unir forças com a cliente, o associado, a cadeia de fornecimento e a comunidade para trazer mudanças autênticas e duradouras.

renovar &
restaurar

Fazer o bem para o hoje e para o amanhã.

inovar &
liderar

Acelerar a inovação em circularidade e modelos de negócios Sustentáveis.

Metas ASG - Compromissos até 2030



#VistaAMudança

Atuar como líder no setor no uso de matérias-primas sustentáveis

80%

das matérias-primas principais devem ser de origem mais sustentável: algodão, viscose e poliéster.



Promover a circularidade

50%

dos produtos devem incluir princípios de circularidade na etapa de design, produção ou pós-uso.



Reduzir a poluição por plásticos de uso único

50%

dos plásticos de uso único deverão ser substituídos por alternativas mais sustentáveis.



Promover a equidade e diversidade na liderança

60%

Mulheres em cargos de liderança

30%

Negros e indígenas em cargos de liderança



Contribuir para a transição para economia de baixo carbono

30%

Redução de emissões absoluta de CO₂ para escopo 1, 2 e 3

Meta alinhada ao cenário alvo de 2°C



Reconhecimentos ASG 2022

Prêmio Innovative Workplaces - MIT

Fomos reconhecidos como uma das 20 empresas mais inovadoras do Brasil, pela premiação Innovative Workplaces da MIT Technology Review Brasil, sendo a única varejista de moda a fazer parte da lista.



Zero Discharge of Hazardous Chemicals

Fomos reconhecidos como uma das cinco marcas que alcançaram o maior nível de desempenho no Brand to Zero, ao nos comprometermos com a gestão química sustentável, abraçando a implementação da sustentabilidade em todas as suas culturas corporativas.



Índice de Transparência da Moda Brasil (ITMB) - Fashion Revolution

Pelo 5º ano consecutivo obtivemos a maior pontuação no Índice de Transparência da Moda Brasil. Entre as marcas avaliadas pontuamos 73%, 3 p.p. acima em relação a 2021. Estamos nessa posição desde o início da avaliação.

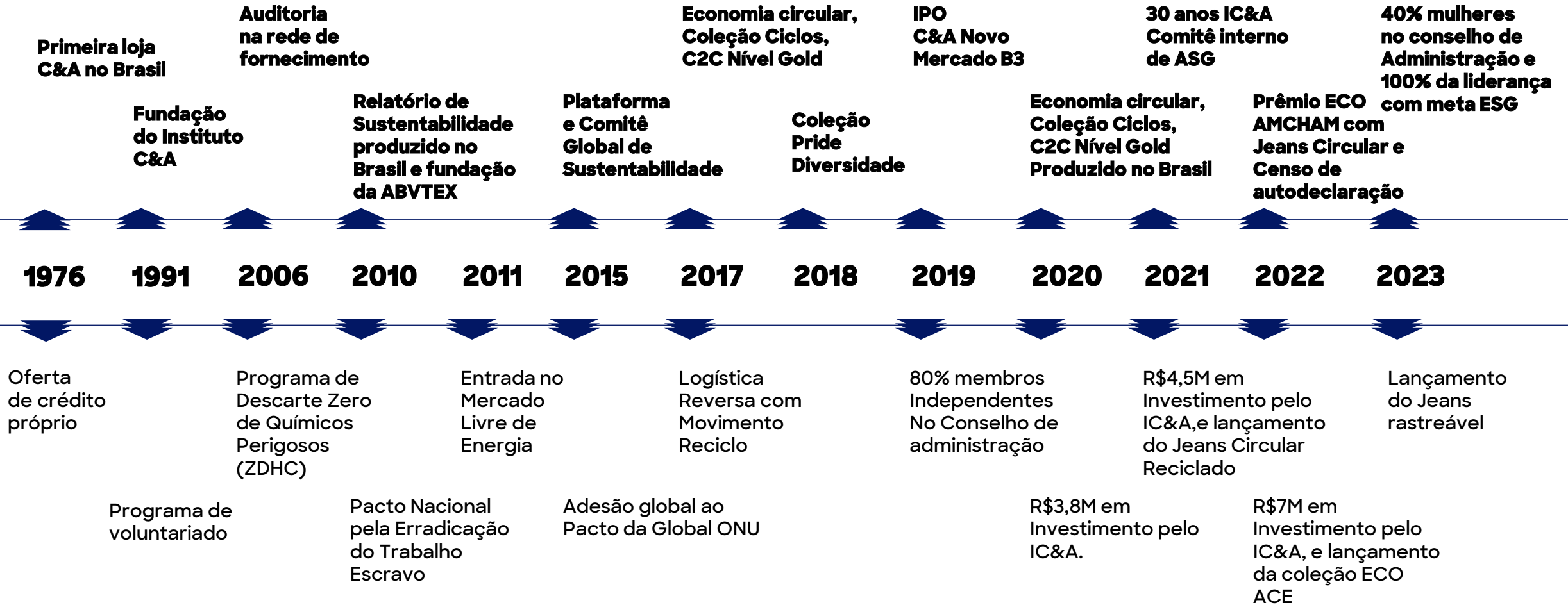


39ª Edição do Prêmio Eco 2022, da AMCHAM Brasil

Fomos vencedores do prêmio pelo projeto Jeans Circular, com peças feitas de coleta do Movimento ReCiclo e sobras de produção (C&A e Cotton Move).



ASG na C&A: uma longa história de comprometimento



Anexos

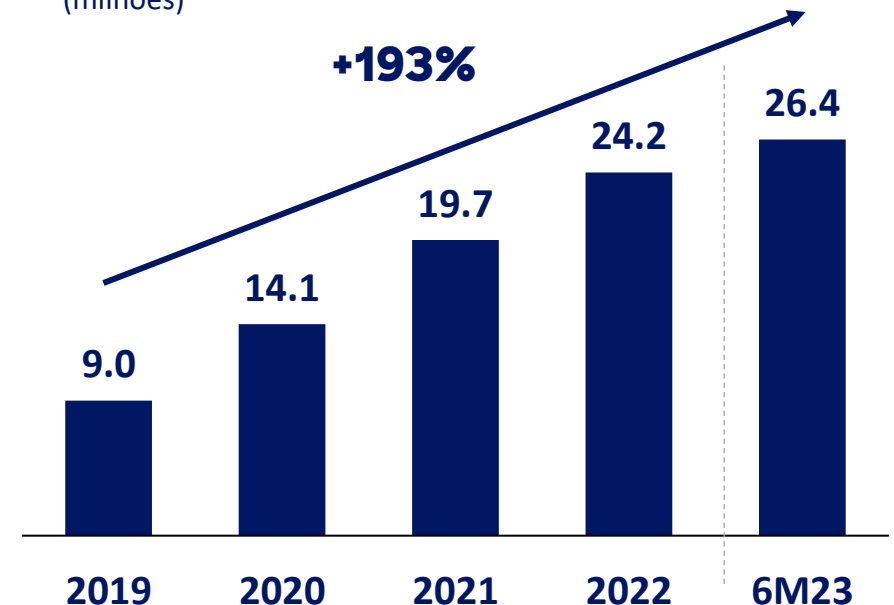


Programa de relacionamento ancorando diversas iniciativas

Primeiro programa de relacionamento de uma varejista de moda - Lançado em 2018 tem o objetivo de aumentar o engajamento dos clientes com a C&A para maximizar a frequência e gasto



Evolução do número de clientes C&A&VC
(milhões)

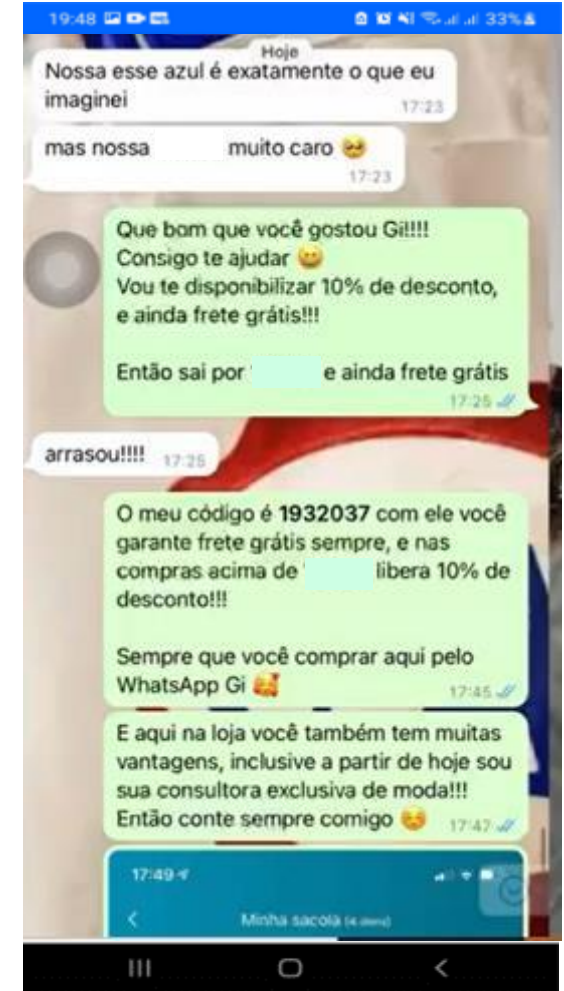
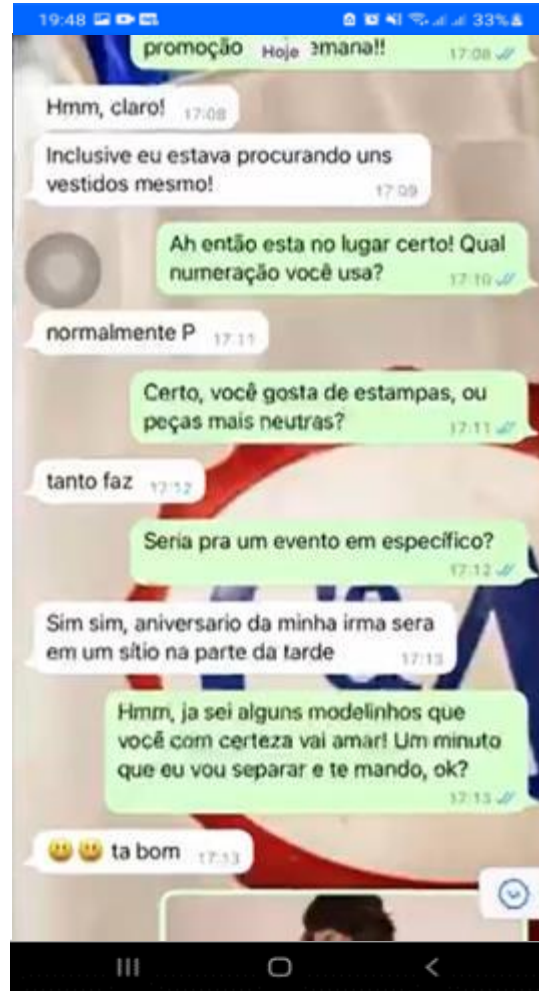
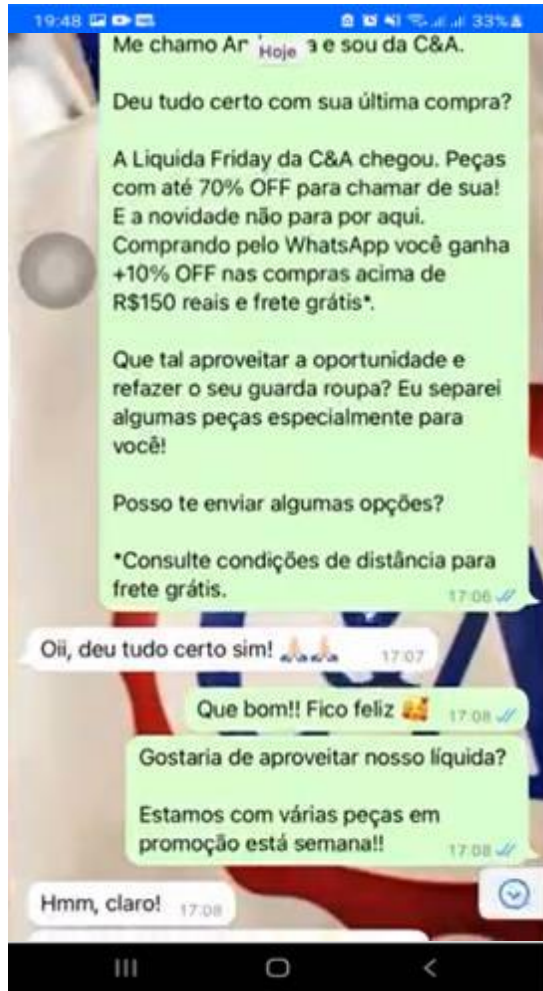


+26 MM de pessoas fazem parte do programa de relacionamento

Vendas por WhastApp



compre por
Whatsapp



Minha C&A



Lojinha da Lu Salles

Uma seleção com o melhor dos meus looks, um mix de tendências e peças atemporais, para você ter um armário otimizado, cheio de estilo e por um preço acessível!



Vestido Curto Evasê de Algodão Estampado Floral Manga Bufante Mindset Preto

R\$ 214,99



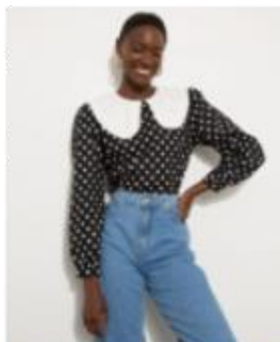
Vestido Feminino Mindset Curto Estampado Animal Print Zebra Manga Bufante Branco

R\$ 99,99



Blusão de Moletom Felpado com Botões e Bordado Decote V Branco

R\$ 71,99



Blusa Cropped Estampada Poá Gola Boneca com Babado Manga Bufante Mindset Preto

R\$ 89,99



121 curtidas
kamisvogel - meu rolê favorito, turistar na minha própria cidade como se fosse a primeira vez. 🌈❤️
#MeuLookC&A



121 curtidas

alinekupty 5h

Código de consultora
ALINEKUPTY

acabou de chegar nesse verde lindo!

[CEA.COM.BR](https://www.ceacom.br)
Enviar mensagem



MINDS E 7 C&A

Maio/18

Junho/18

Novembro/18

Novembro/18

Abril/19

Dezembro/22

#1

Time LAB

#2

Primeira coleção
capsula on-line

#3

Lançamento da
marca

#4

Guide
Shops

#5

Lojas
Físicas

#20

Lojas
Físicas
+ canais
digitais



Apresentação Institucional



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.

Contatos:

Laurence Beltrão Gomes – CFO e DRI

Carolina Martins

carolina.Martins@cea.com.br

Leandra Baptista

leandra.baptista@cea.com.br