



Guararapes
GUARARAPES CONFECÇÕES S/A

RIACHUELO

Midway

RESULTADOS * 4T21

NOTA IMPORTANTE

Esta apresentação contém **considerações futuras** referentes às perspectivas do negócio, estimativas de resultados operacionais e financeiros, e às perspectivas de crescimento da Guararapes - Riachuelo. **Estas são apenas projeções e, como tal, baseiam-se exclusivamente nas expectativas da administração da Guararapes-Riachuelo em relação ao futuro do negócio e seu contínuo acesso a capitais para financiar o plano de negócios da Companhia.**

Tais considerações futuras dependem, substancialmente, de mudanças nas condições de mercado, regras governamentais, pressões da concorrência, do desempenho do setor e da economia brasileira, entre outros fatores, além dos riscos apresentados nos documentos de divulgação arquivados pela Guararapes - Riachuelo e estão, portanto, **sujeitas a mudanças sem aviso prévio.**

Videoconferência **de Resultados**

10 de março de 2022

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

Teleconferência realizada em português, com tradução simultânea para o inglês



AGENDA DO CALL

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

CLIENTES • MARKETPLACE • VALOR DA MARCA

MIDWAY FINANCEIRA

DESTAQUES FINANCEIROS

Q&A



CONSIDERAÇÕES INICIAIS

CEO: Oswaldo Nunes



TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

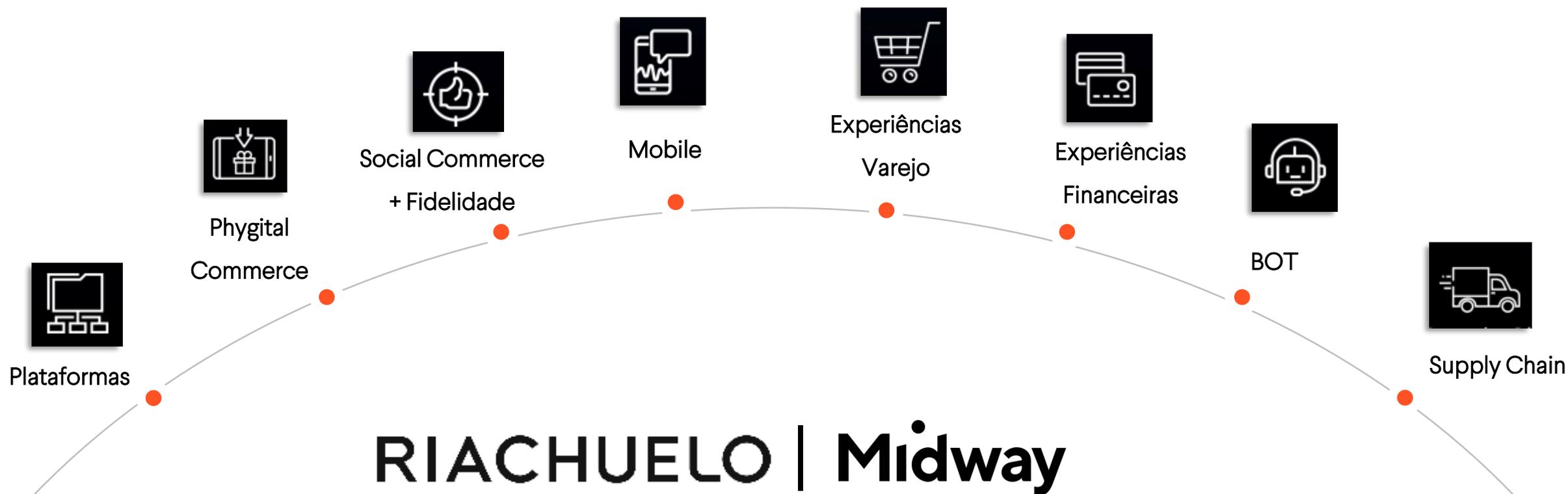


Diretor: Carlos Alves

O que construímos no ano de 2021

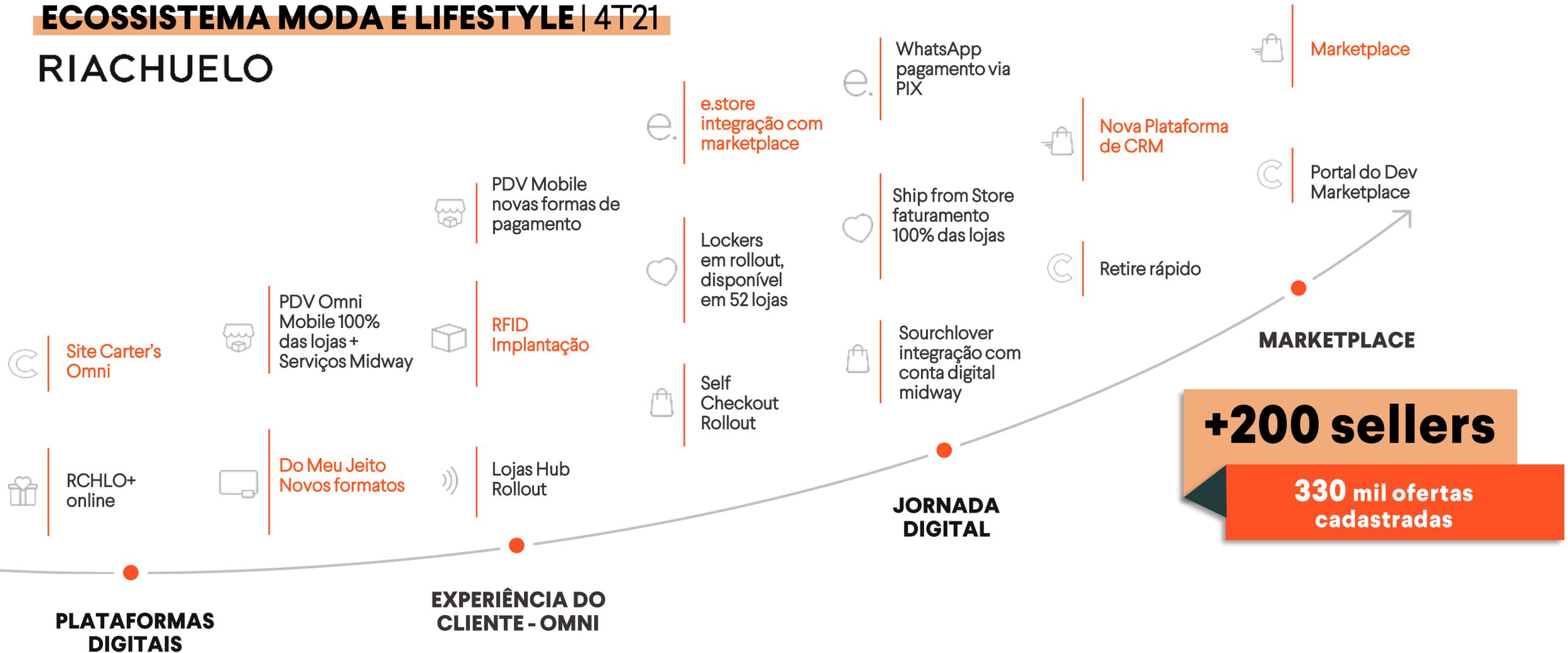


ECOSSISTEMA DIGITAL



ECOSSISTEMA MODA E LIFESTYLE | 4T21

RIACHUELO



ECOSSISTEMA DE SERVIÇOS FINANCEIROS | 4T21

Midway

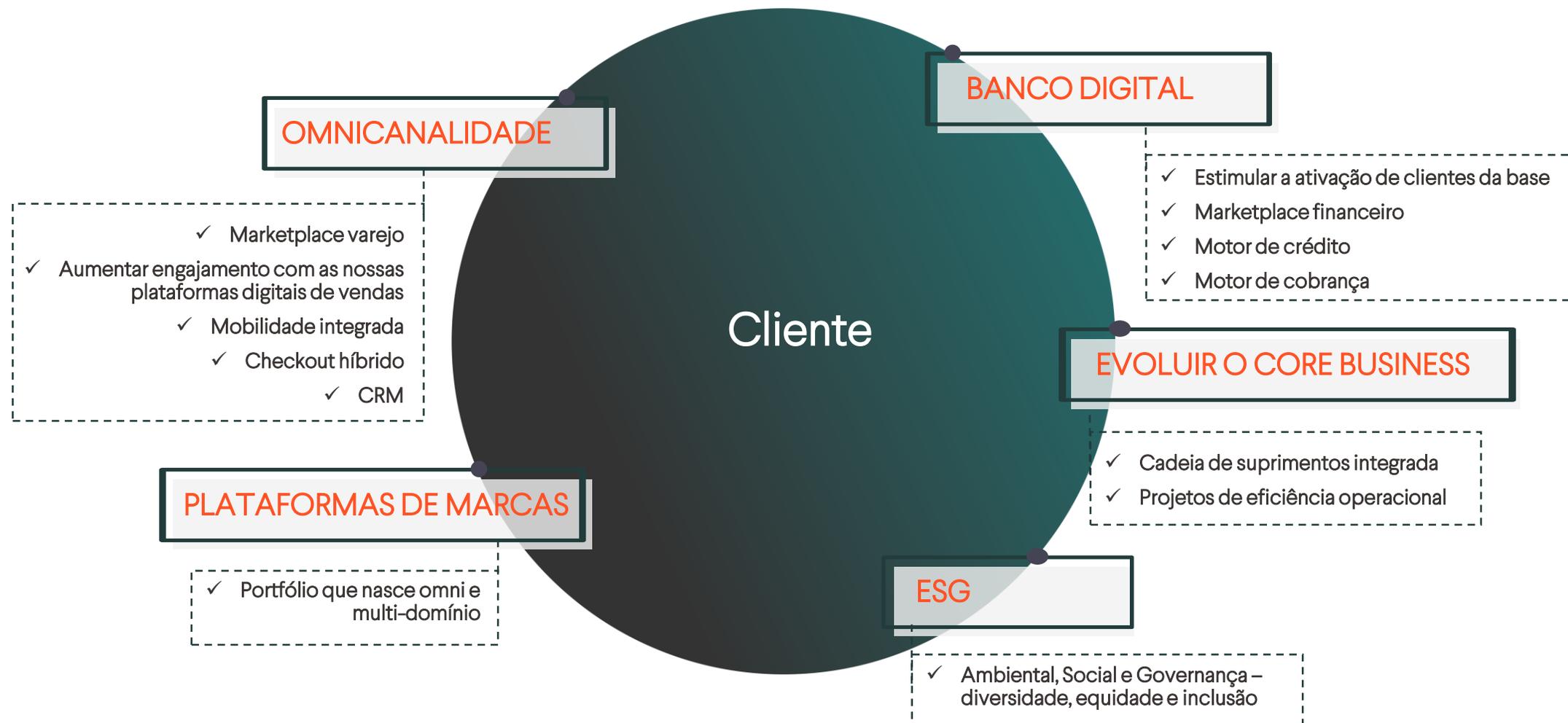


ECOSSISTEMA DE MODA, LIFESTYLE E SERVIÇOS FINANCEIROS



PRIORIDADES 2022

Evolução do Ecossistema



CLIENTE / MARKETPLACE / VALOR DA MARCA

Diretor: Elio França



Cultura RCHLOVER

OBSTINADOS POR RESULTADOS

Reconhecemos nossos talentos, nos comprometemos com a jornada de desenvolvimento da nossa Gente e nos desafiamos intelectualmente constantemente.

MOVIDOS POR APRENDIZAGEM E INOVAÇÃO

Somos curiosos e criativos sem limites, abertos à experimentação, aprendemos com ciclos curtos e contínuos, valorizando a diversidade e inclusão.

CLIENTE NO CENTRO

Cuidamos da jornada dos nossos clientes direcionando todas as nossas ações e decisões para atender aos seus desejos.

GENTE CUIDANDO DE GENTE

Reconhecemos nossos talentos, nos comprometemos com a jornada de desenvolvimento da nossa Gente e nos desafiamos intelectualmente constantemente.

TOMAMOS CONTA

Atuamos com ética e responsabilização, sem abrir mão dos critérios socioambientais e de Governança nas decisões que tomamos.

SIMPLIFICAMOS O COMPLEXO

Fazemos de forma simples, focamos no que é essencial.

COMO COLETAMOS A VOZ DO CLIENTE?

LOJAS FÍSICAS

- Totens
- Contratação de cartão private label
- Contratação S&A
- Contratação de empréstimos

DIGITAL

- E-commerce RCHLO (1P e 3P)
- E-commerce Carter's
- Conta Digital
- Vendas via WhatsApp

+ 4 milhões

de opiniões em loja

&

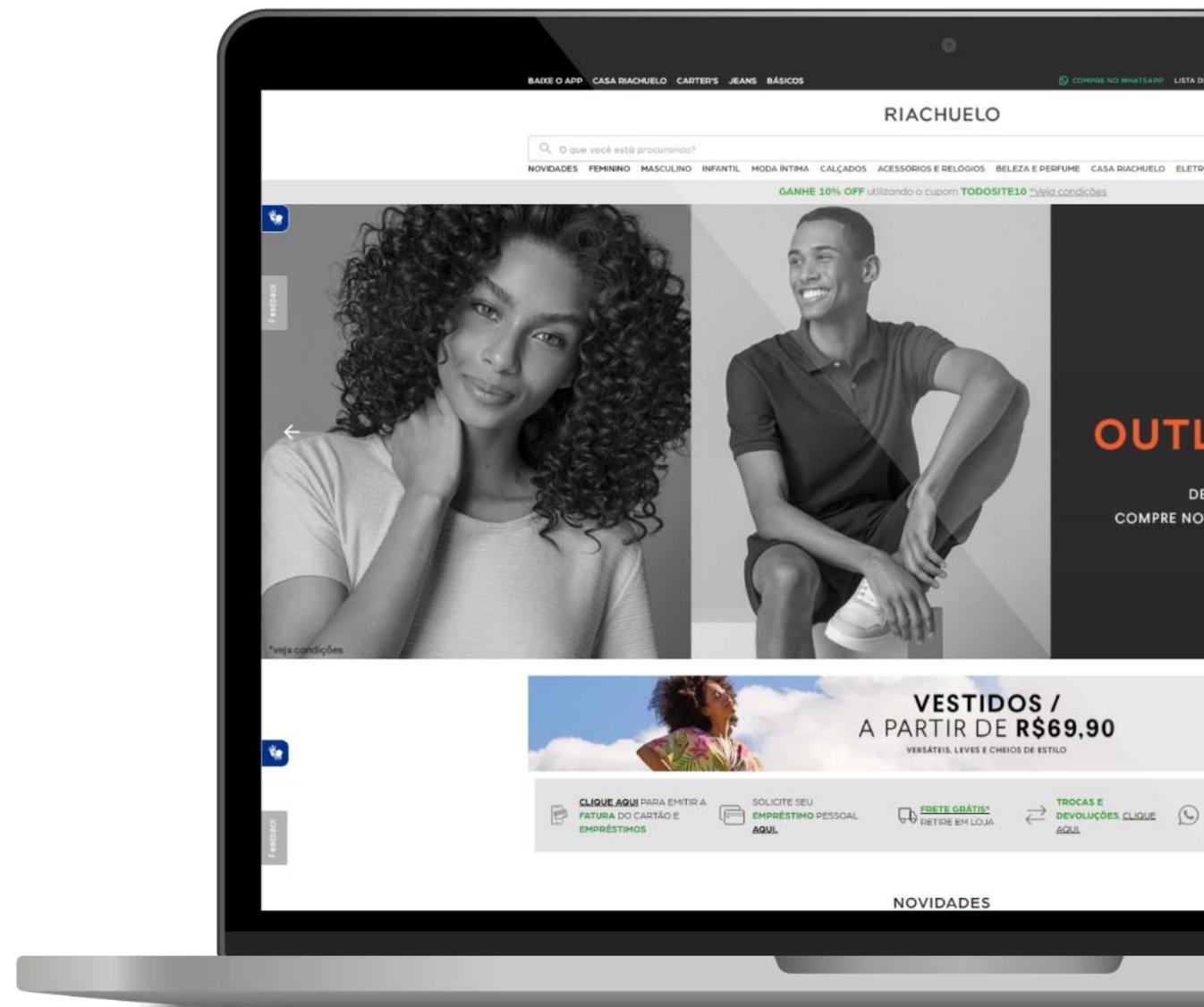
+ 300 mil

opiniões no digital em 2021

CLIENTE PHYGITAL GASTA 2X MAIS

33 milhões de clientes identificados

- ❖ Cliente phygital: 7% da base total de clientes e ~18% do faturamento
- ❖ Gasto médio cliente phygital é mais que o dobro
- ❖ Aumento da taxa de retenção de clientes: resultado da melhor experiência de compra e maior recorrência
- ❖ Penetração dos canais digitais totalizou 10,7% em 2021
- ❖ No 4T21, o GMV apresentou crescimento de 72% YoY
- ❖ App: +138% no número de usuários diariamente ativos e ~40% das vendas online originadas pelo aplicativo;
- ❖ Estoque online e off-line disponível em 100% das lojas

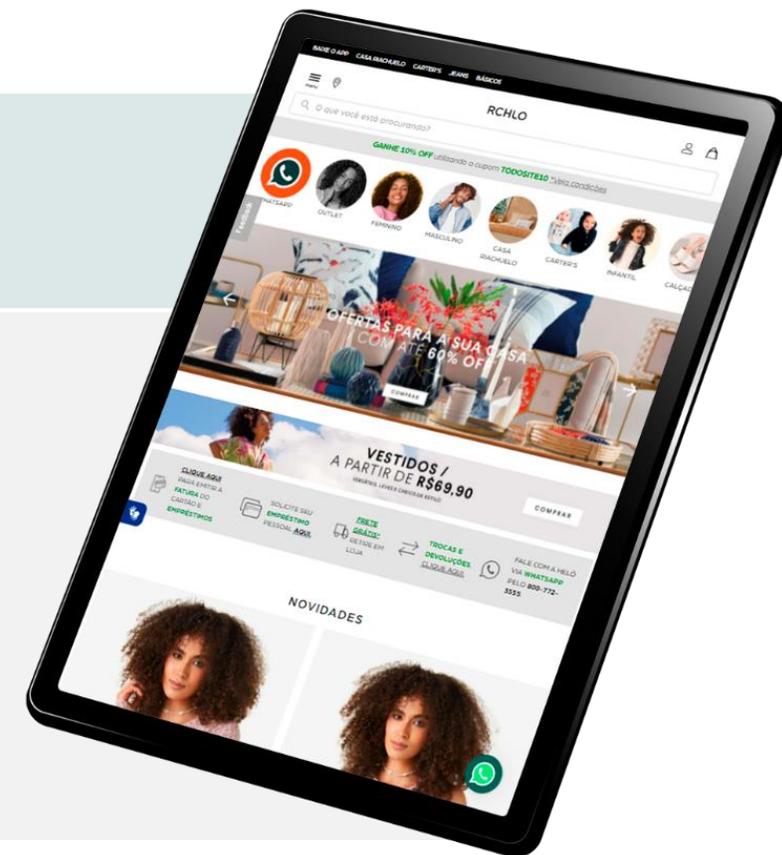


**+200
sellers**

+330 mil ofertas
+ 1 milhão de SKU's

MARKETPLACE – TOP MARCAS

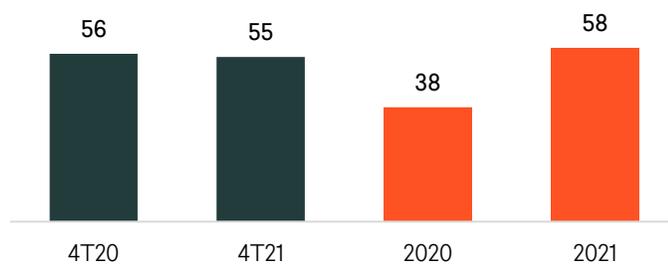
Share	CASA 33%	ELETRÔ E ELETRÔNICOS 26%	MODA E ACESSÓRIOS 25%	OUTROS 16%
	<p>Spicy</p> <p>PORTO BRASIL</p> <p>NESPRESSO</p> <p>Emma®</p> <p>Rochedo</p> <p>BIALETTI</p> <p>MOR</p>	<p>SAMSUNG</p> <p>Philco</p> <p>MEGA MAMUTE</p> <p>PHILIPS</p> <p>WALITA</p> <p>ARNO</p> <p>MULTILASER</p>	<p>CRAWFORD</p> <p>TOMMY HILFIGER</p> <p>Calvin Klein</p> <p>Levi's</p> <p>UNDER ARMOUR</p> <p>BLUEMAN</p> <p>MIZUNO</p> <p>MR. CAT</p> <p>PANDORA</p>	<p>NIVEA</p> <p>RYHAPPY</p> <p>CALOI</p> <p>DIAGEO</p> <p>Pernod Ricard</p> <p>HERSHEY'S</p> <p>ESTRELA</p> <p>GO GO GROW</p> <p>clube marisol</p> <p>Cobasi</p>



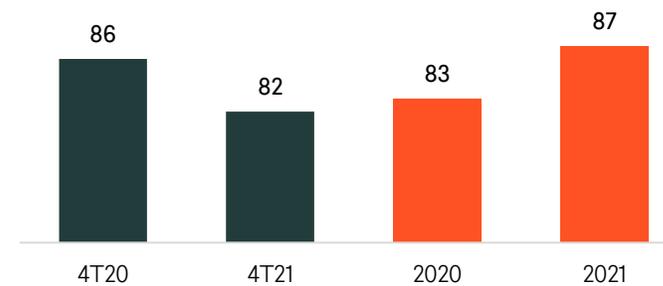
Sucesso da nossa estratégia integrada com o marketplace: **ticket médio dos clientes 1P+3P é o dobro do cliente 1P**

NPS – (NET PROMOTER SCORE)

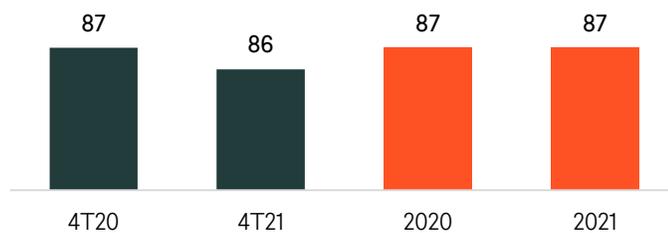
E-COMMERCE



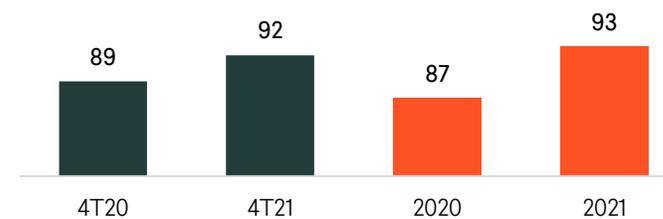
RIACHUELO



CASA RIACHUELO



CARTER'S



PREFERÊNCIA DO CONSUMIDOR

RIACHUELO ganha espaço em preferência do consumidor ao longo de 2021

	1T21	4T21	Var.
RCHLO RIACHUELO	17%	20%	 +3 p.p.
CONCORRENTE 1	22%	20%	 -2 p.p.
CONCORRENTE 2	22%	16%	 -4 p.p.
CONCORRENTE 3	9%	9%	=

Fonte: Instituto Locomotiva – Pesquisa ad hoc de monitoria de evolução de marca

Midway

Diretor: Paulo Mendes



CONSTRUÇÃO DO ECOSSISTEMA FINANCEIRO

De:

- ❖ Financeira tradicional, com pontos de contato no mundo físico
- ❖ Relacionamento baseado na **oferta de crédito** principalmente através de cartões e Empréstimo pessoal

Para:

- ❖ Plataforma integrada de produtos e serviços financeiros
- ❖ Relacionamento amplo através de diversas **soluções de crédito**, de forma fácil e sem fricção

+ Marketplace financeiro

+ Maior integração com o varejo omnicanal

+ App

+ Conta digital

CONTA DIGITAL MIDWAY

Mais de **1,5 milhão** de contas digitais abertas: 90% vindos da base atual de clientes e outros **~30 milhões com potencial para serem engajados**

Algumas funcionalidades:



Pix



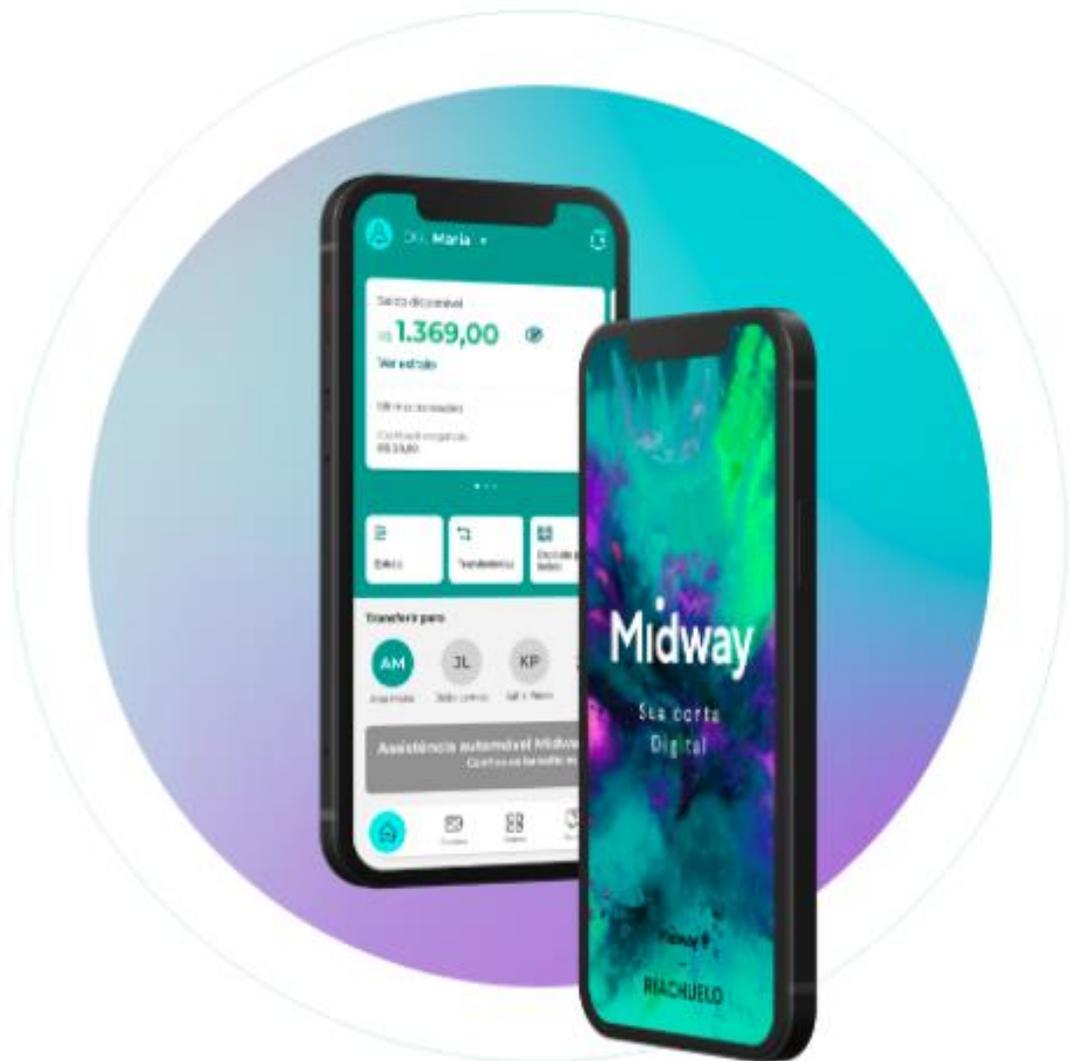
Conta remunerada



Conta premiada

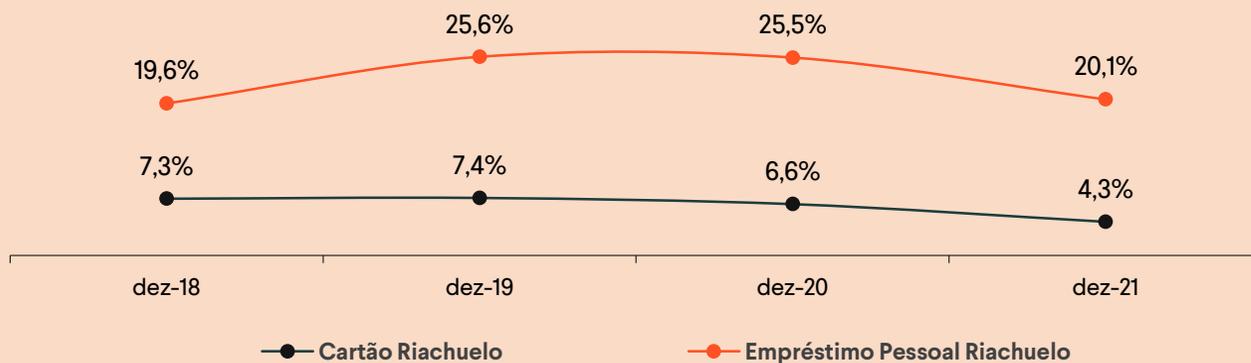


Pagamentos



CARTEIRA DE CRÉDITO

Nível de perda – Cartão Riachuelo e Empréstimo Pessoal



Evolução da qualidade da carteira de crédito, com retomada dos volumes com **melhores níveis de risco**



DESTAQUES FINANCEIROS

Diretor: Tulio Queiroz

DESTAQUES OPERACIONAIS | 4T21 e 2021

Vendas em Mesmas Lojas 4T21



+ 6,5% vs. 4T20 **+ 6,8%** vs. 4T19

Forte desempenho das
categorias de confecção: **14,7%** vs
4T20 e **11,8%** vs 4T19

Vendas Canais Digitais em 2021



10,7%

de participação

Margem Bruta de Mercadorias 4T21



50,9%

- 2,4 p.p.
vs. 4T20

- 2,1 p.p.
vs. 4T19

Margem Bruta de Mercadorias 2021



50,2%

+ 2,4 p.p.
vs. 2020

- 0,3 p.p.
vs. 2019

DESTAQUES FINANCEIROS | 4T21 e 2021

Despesas Operacionais ex
Transformação Digital 4T21



R\$772,8 milhões

+ 12,8%
vs. 4T20

- 0,3%
vs. 4T29

Resultado da Midway Financeira *
4T21



R\$151,1 milhões

+ 276,6%
vs. 4T20

- 11,5%
vs. 4T29

Despesas Operacionais ex
Transformação Digital 2021



R\$2,6 bilhões

+14,7%.
vs. 2020

- 2,6%
vs. 2019

Resultado da Midway Financeira *
2021

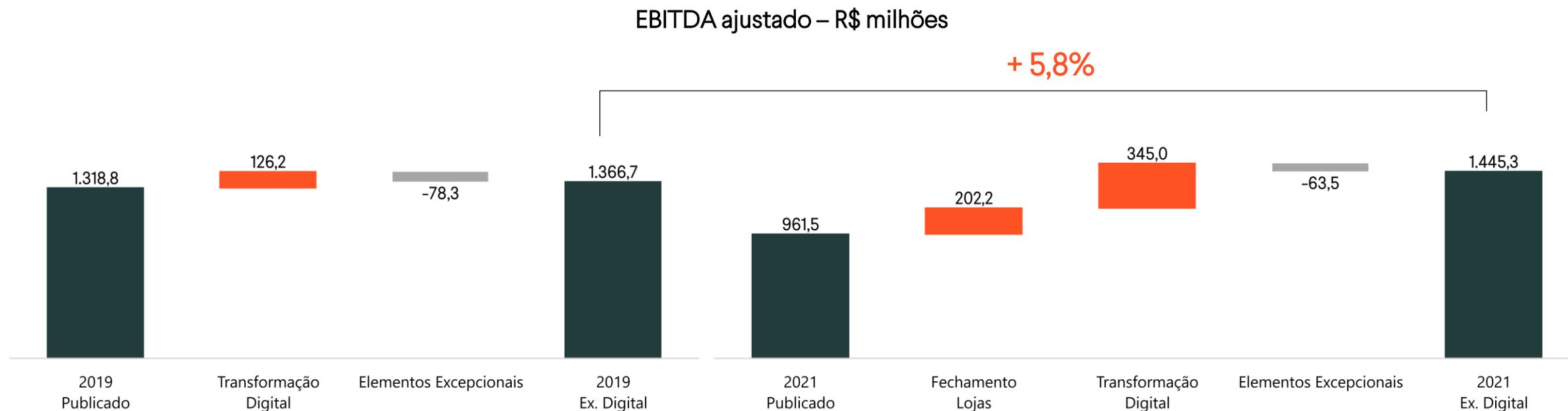


R\$424,6 milhões

n.a.
vs. 2020

- 9,0%
vs. 2019

RESULTADO OPERACIONAL | 2021



Crescimento de **5,8%** do EBITDA ajustado ex o impacto da transformação digital, fechamento de lojas e elementos excepcionais em 2021 vs 2019

DESTAQUES FINANCEIROS | 4T21 e 2021

Lucro Líquido Consolidado
4T21



R\$304,6 milhões

-17,2%
vs. 4T20

-30,9%
vs. 4T19

Lucro Líquido Consolidado
2021



R\$453,1 milhões

n.a.
vs. 2020

-23,5%
vs. 2019

Lucro Líquido ex-
elementos excepcionais
4T21



R\$244,2 milhões

-14,7%
vs. 4T20

-29,7%
vs 4T19

Lucro Líquido ex-
elementos excepcionais
2021



R\$193,4 milhões

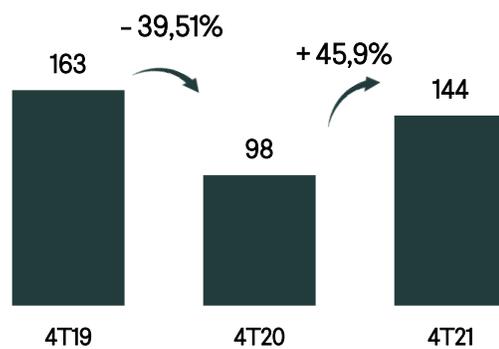
n.a.
vs. 2020

-61,3%
vs 2019

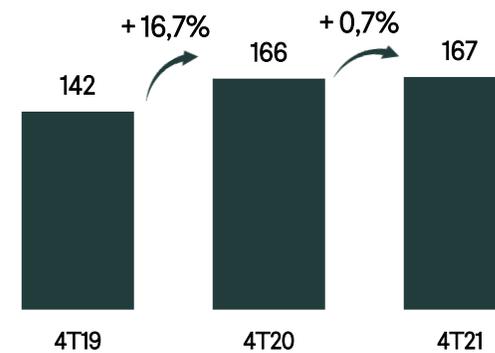
Sólida posição de caixa: **R\$ 2,1 bilhões**, equivalente a **152%** da dívida de curto prazo

CICLO FINANCEIRO | 4T21

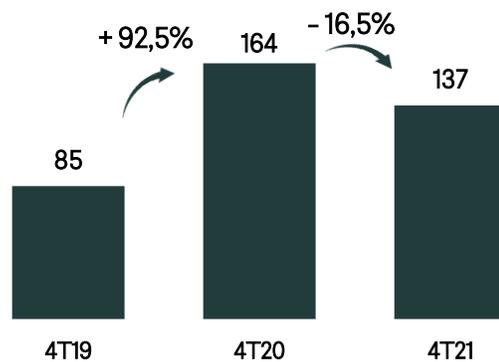
CICLO FINANCEIRO



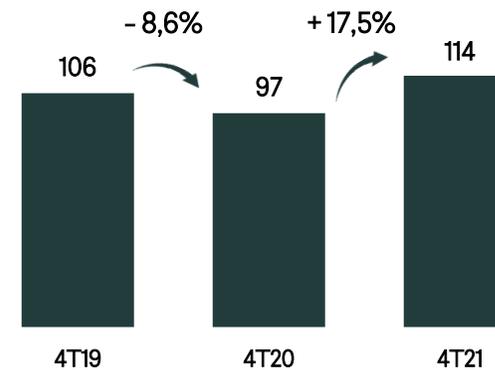
ESTOQUE



FORNECEDORES

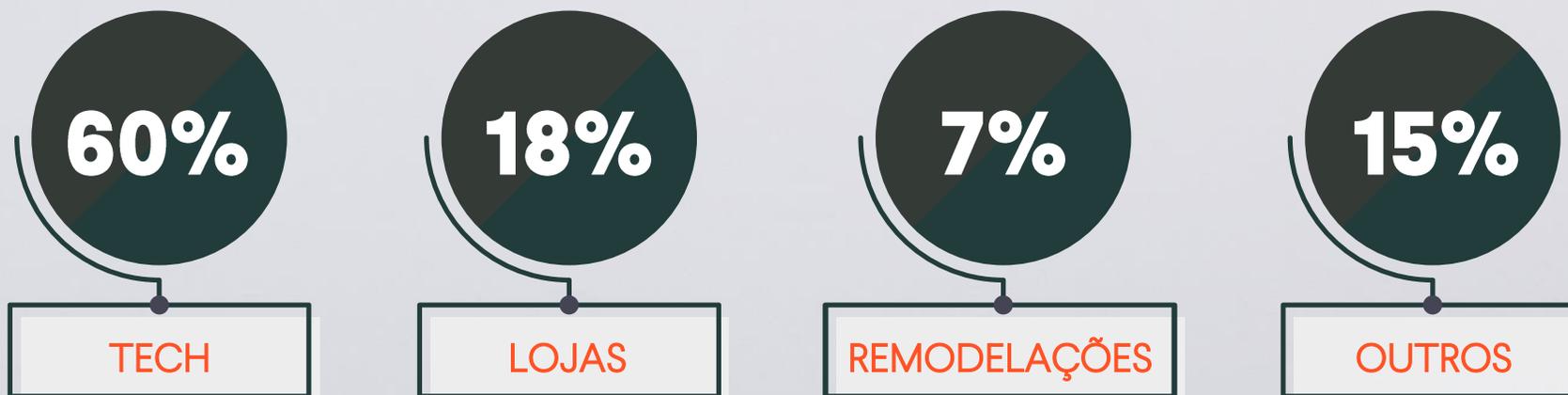


RECEBÍVEIS



INVESTIMENTOS | 2021

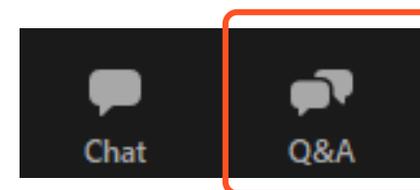
Total Grupo **R\$568,5** milhões





Q & A

Para fazer perguntas: Clique no ícone **Q&A** na parte inferior de sua tela e escreva o seu nome, para entrar na fila. Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela e, então, você deve ativar o seu microfone para fazer perguntas



RIACHUELO

FALE COM O RI:

ri@riachuelo.com.br

Tulio Queiroz CFO e Diretor de Relações com Investidores
tulioj@riachuelo.com.br

Isabela Cadenassi Superintendente de Relações com Investidores
isabela.cadenassi@riachuelo.com.br

Gabriela Albuquerque Gerente de Relações com Investidores
gabriela.albuquerque@riachuelo.com.br

