

LOJAS RENNER S.A.

 RENNER

CMICADO youcom realize repassa

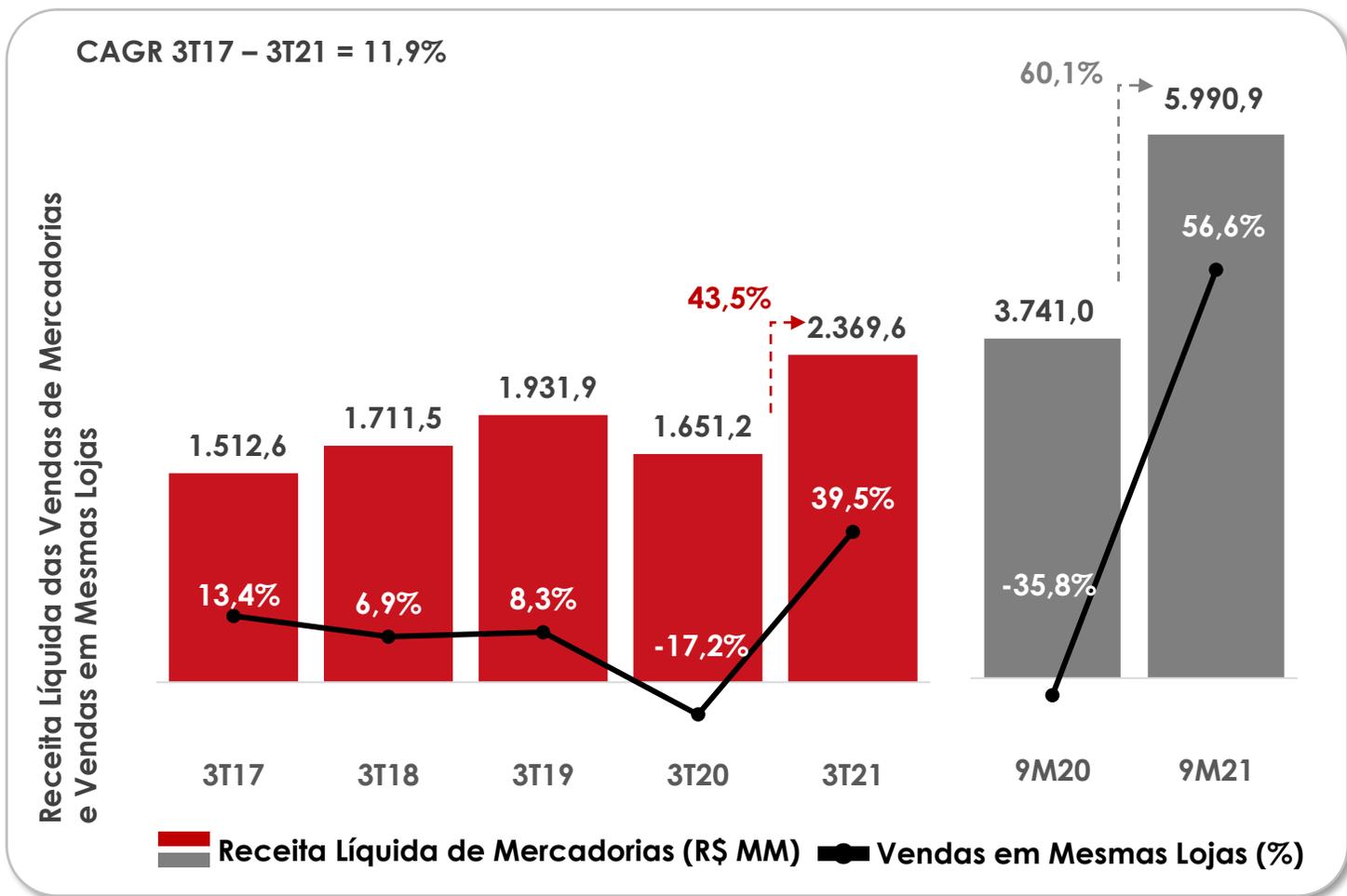
RESULTADOS 3T21
RESULTADOS 3T21
RESULTADOS 3T21

Videoconferência
12 de novembro de 2021
13h (BR) / 11h (US-EST)

A videoconferência será realizada em português, com tradução simultânea para o inglês. Para acessar, clique aqui ou utilize o QR Code ao lado >>>



Aumento relevante na **receita líquida de mercadorias** versus o **3T20** e **3T19** e tendência segue nos meses seguintes, com ganho consistente de **participação de mercado** no período.

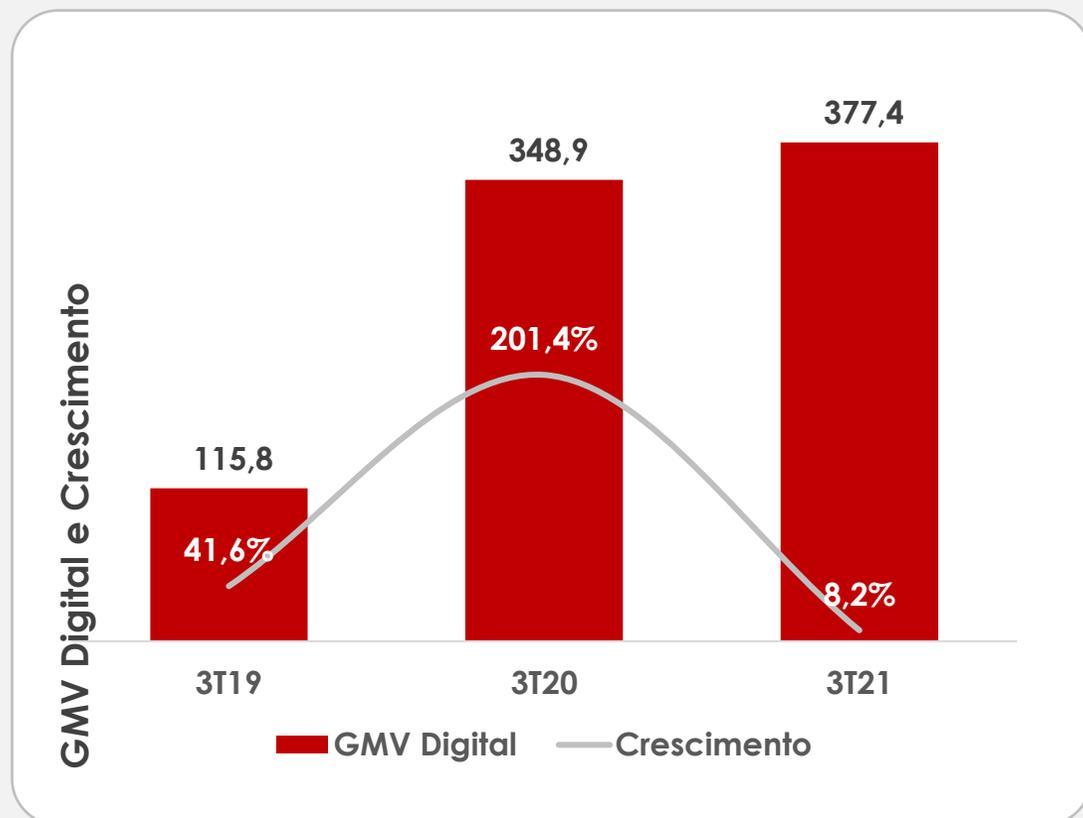


22,7%

de crescimento versus 3T19

- Fluxo menor, mas se recompondo
- Maior ticket, com mais peças por sacola
- Boa aceitação da coleção
- Correta execução das operações

Crescimento do **GMV Digital**, sobre base de comparação recorde e mesmo com efeitos do ataque cibernético e normalização da operação offline



+ de 30%
em outubro

12,2%
de penetração

**Marca mais
buscada** na
web

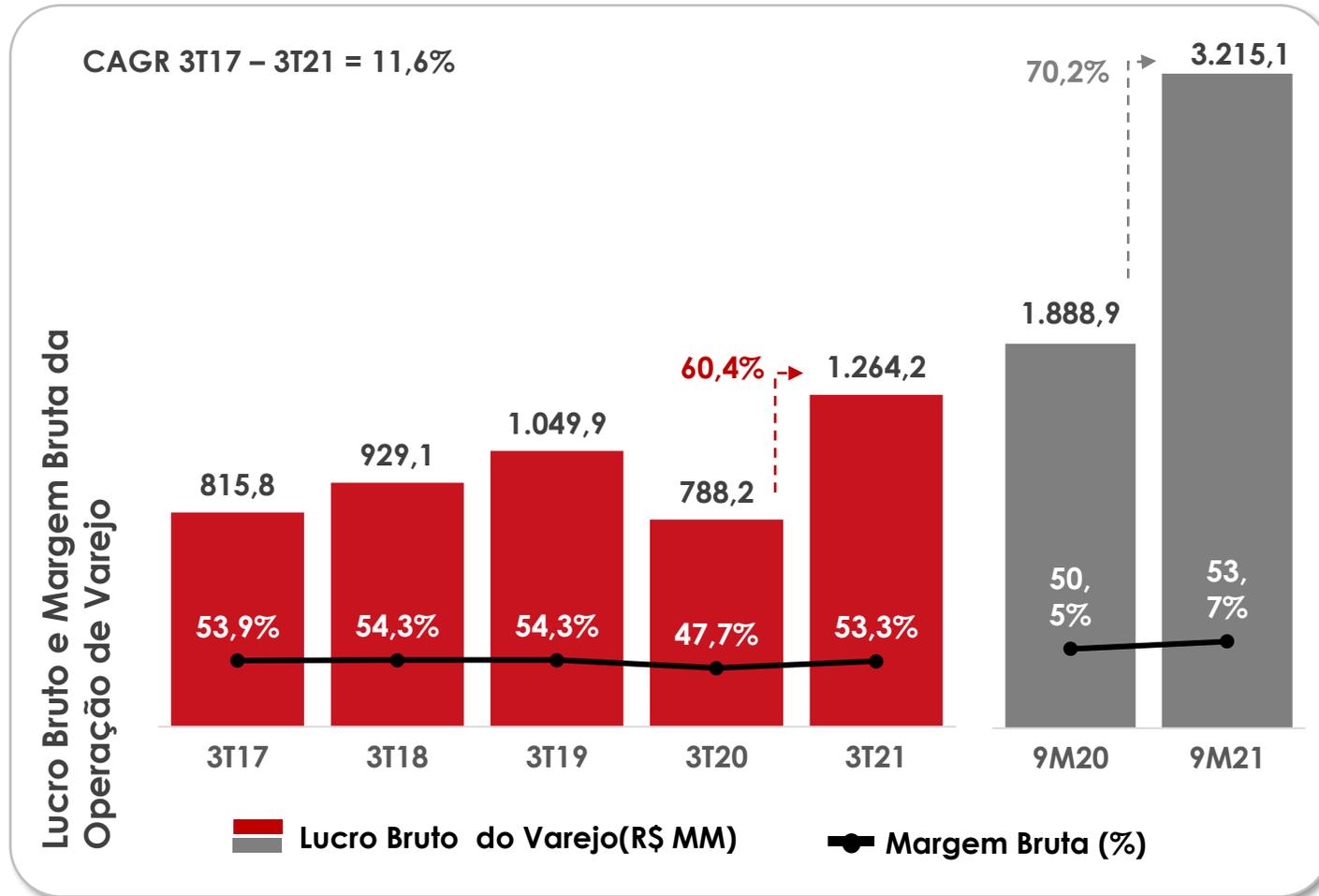
68%
de participação
do **app** nas
vendas

3MM
de clientes
ativos, **+40%**

Retenção
da base
online
5p.p.

**Liderança
absoluta em
MAU** entre os
players nacionais

Margem bruta saudável, **superior ao esperado** para o período

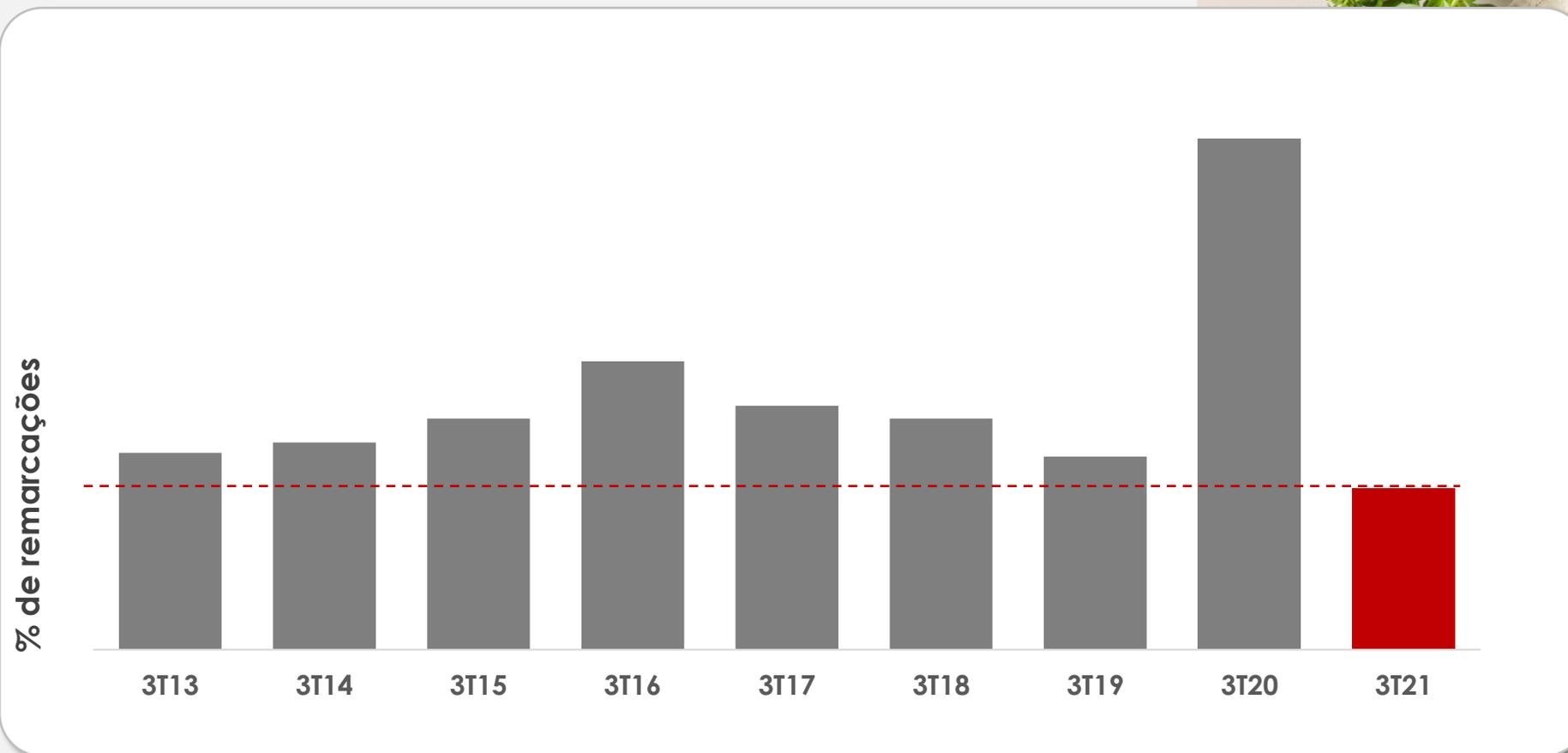


5,6p.p. de crescimento na Margem versus 3T20

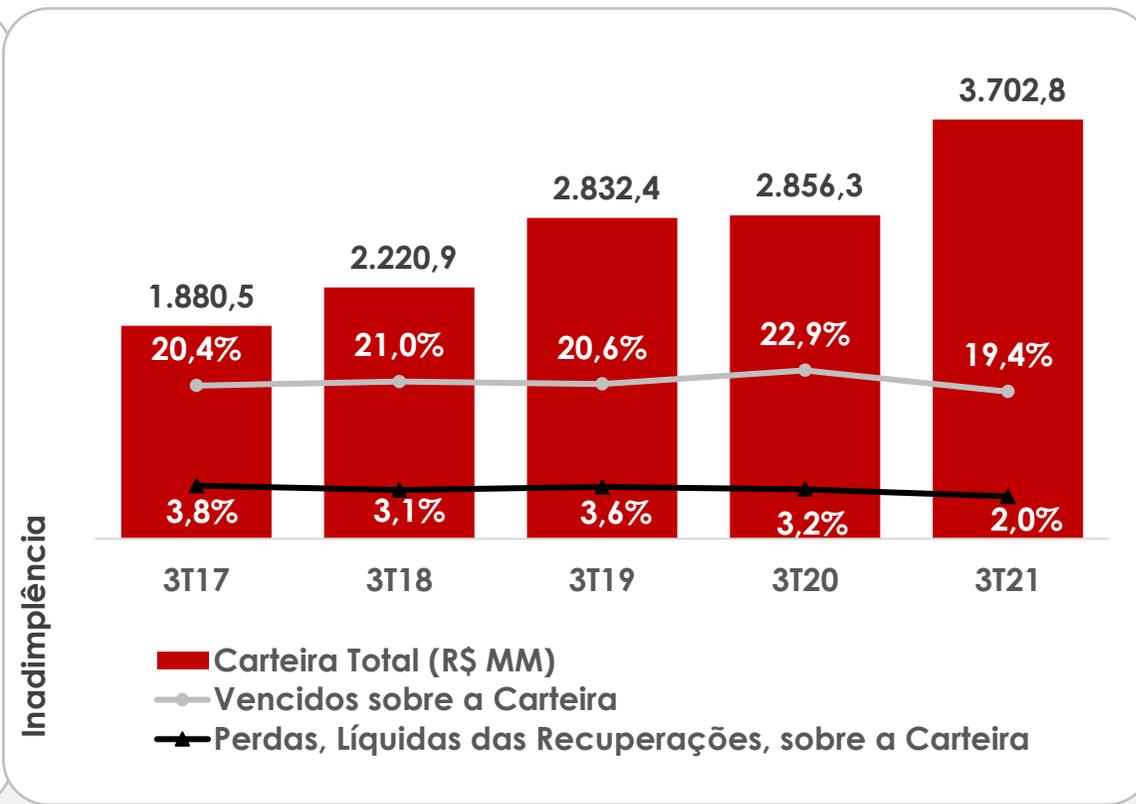
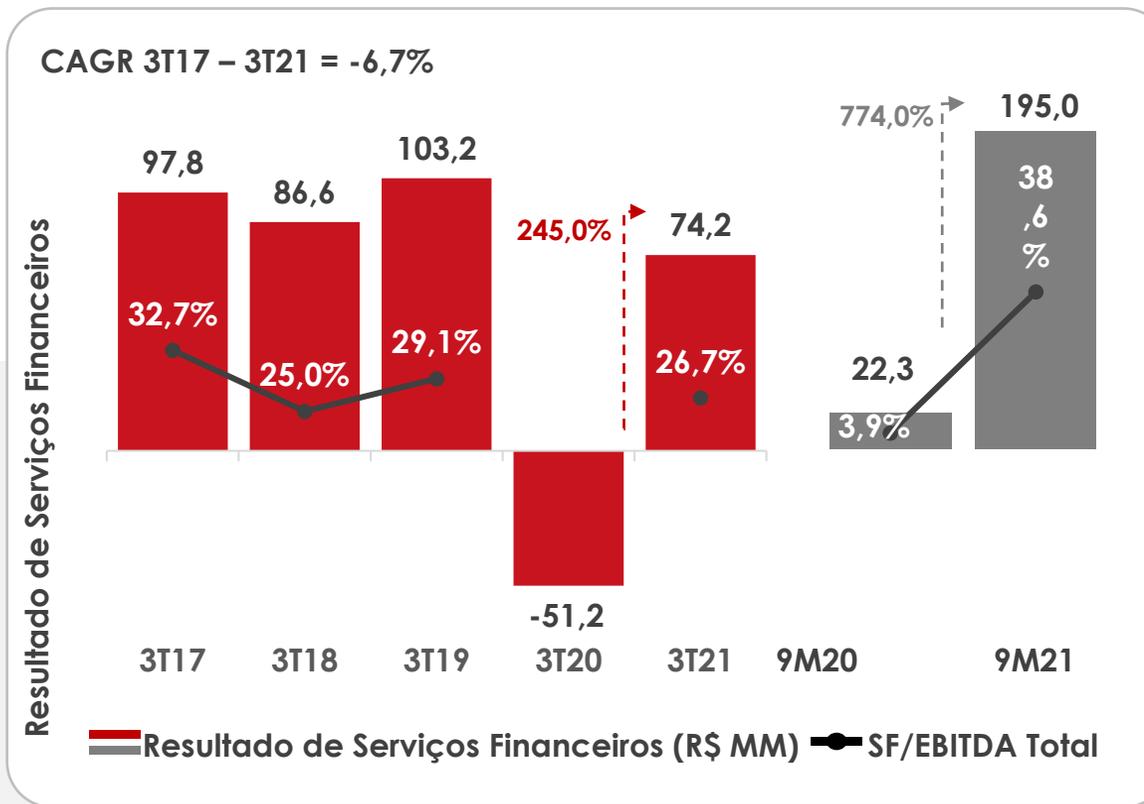
-1,0p.p. de redução na Margem versus 3T19

- Estoques equilibrados e bem compostos
- Desafios de câmbio, inflação de matérias-primas e fretes
- Maior integração de canais
- Uso de dados para alocação de produtos e motor de remarketing

Remarcações atingindo seus **menores patamares**



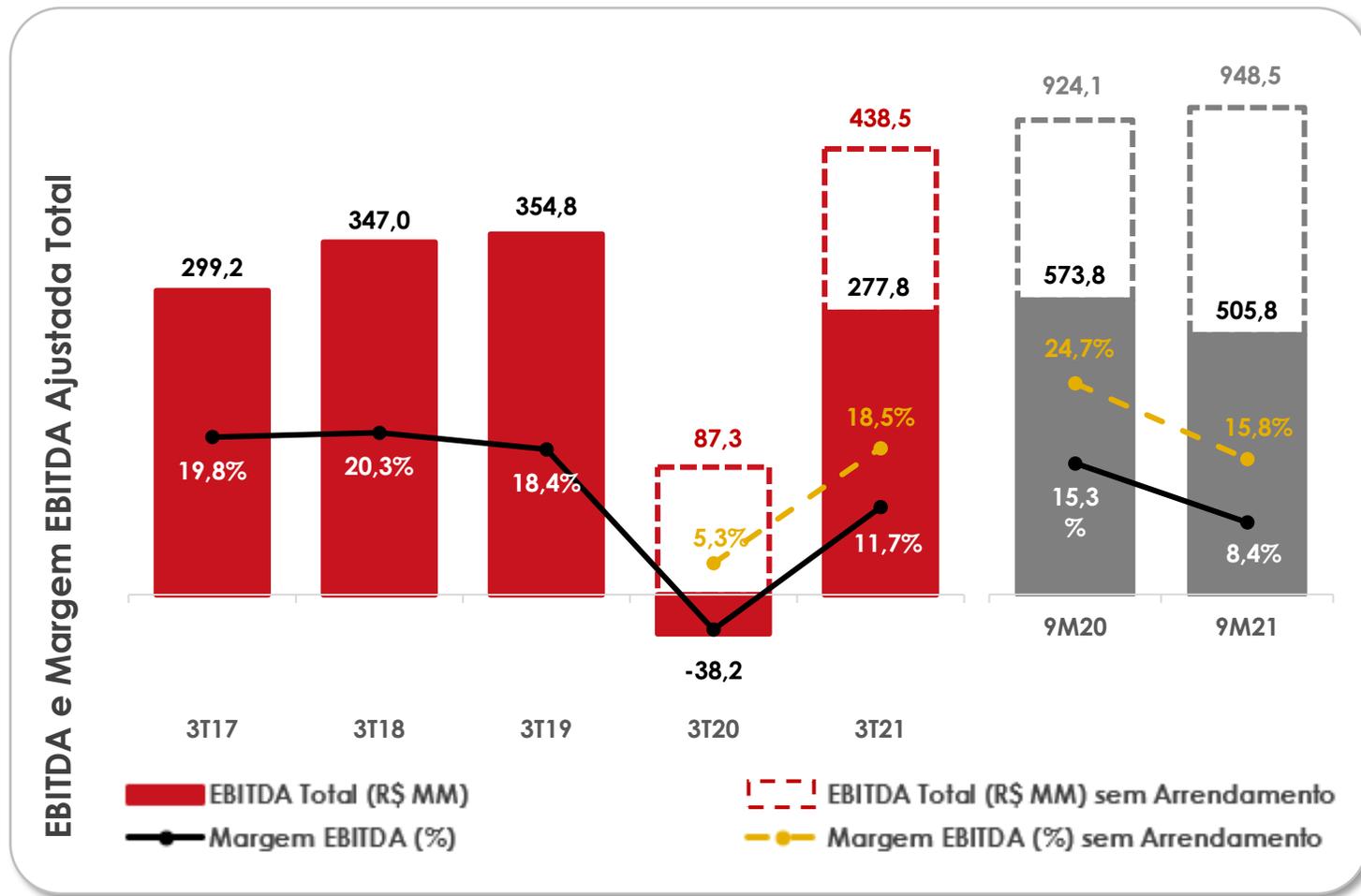
Inadimplência nos **menores níveis** históricos, refletindo a consistência na qualidade de crédito



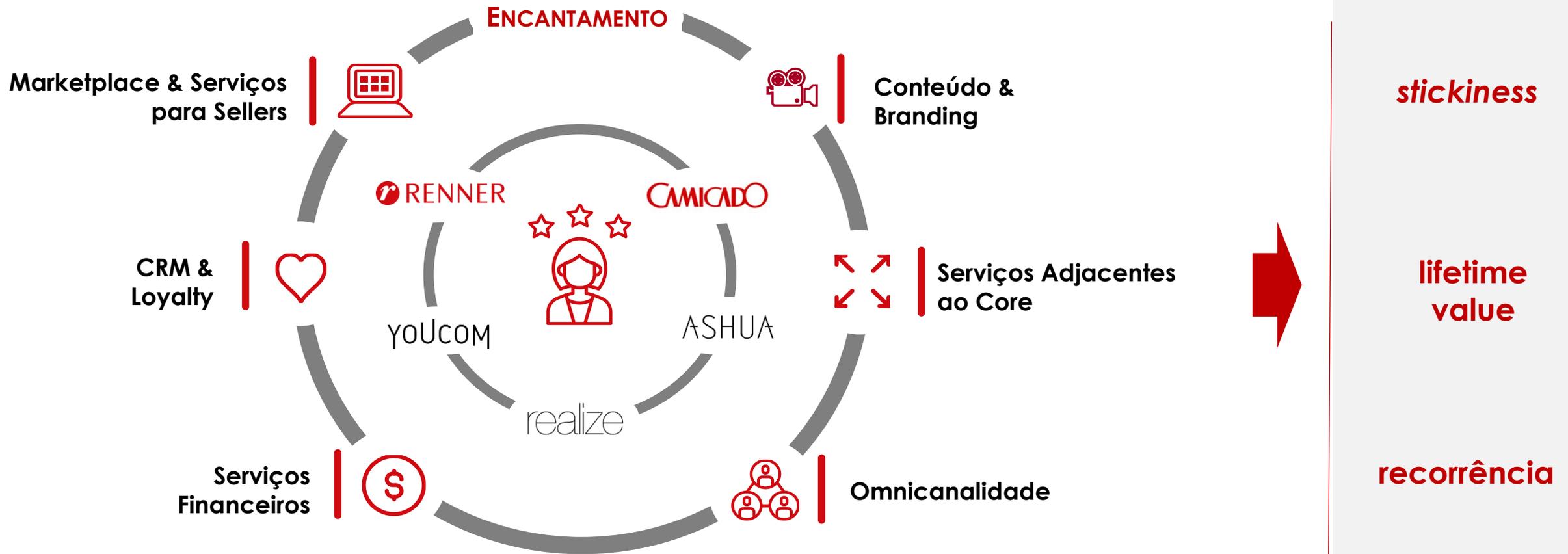
Receitas cresceram
 ↑ **89,2%**
 versus 3T20

Perdas líquidas reduziram
 ↓ **18,4%**
 versus 3T20

EBITDA Ajustado Total **+826% maior** que o do 3T20



Investimentos recordes, focados na consolidação do **Ecosistema de Moda e Lifestyle**, para uma jornada cada vez mais completa





Omnicanalidade



Entregas omni:
45% em até **D+2** na Renner
e **70%** na Youcom



Piloto de gestão direta de
transportes em Arujá, com **90%** das
entregas em **Same Day** ou **Next
Day** em SP



CD omni

finalização das edificações e
início da etapa de montagem de
equipamentos

Melhora significativa no **last mile**





Omnicanalidade

Contínuo aumento na **base de clientes omni**

Canais de Vendas



Venda por Whatsapp:

comunicação ativa com clientes e **+27%** nas vendas (versus o 2T21)

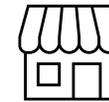


Minha Sacola (venda social) **creceu 6x** ante 3T20, com maior presença de influencers

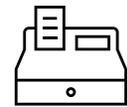
Digitalização de Lojas



checkouts com **RFID** em 79 lojas



Inauguração de duas lojas no trimestre



45% das vendas já passam fora dos caixas tradicionais em algumas unidades

clientes omni +47%
na participação versus o 3T20

maior
frequência

spending cerca de
3x superior

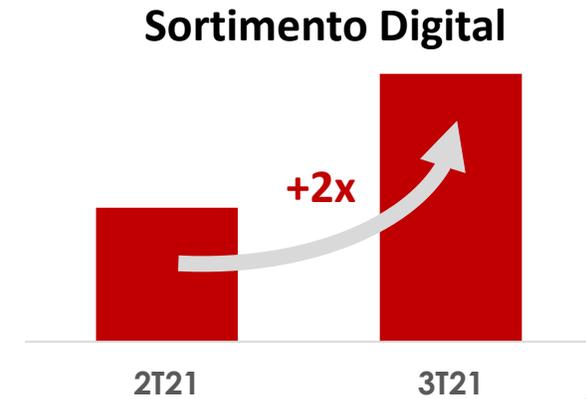


Marketplace & Serviços para Sellers

Lab do **marketplace** da Renner atingiu meta do ano, de +100 sellers e dobrou o sortimento do digital no trimestre

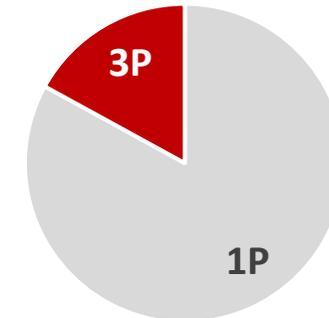
RENNER

- ~ **115 sellers**
- Ampliação de categorias e variedade de produtos
- **Camicado** e **Youcom** entraram em outubro
- Melhorias no desenvolvimento da **plataforma tecnológica**



CAMICADO

- ~ **150 sellers**
- Representou **+12% do GMV** digital do trimestre
- Avanços importantes na curadoria de parceiros e categorias complementares
- Geração de fluxo com **cross sell** entre 1P e 3P





Conteúdo e Branding

Aceleração na produção de conteúdo



The Masked Singer

37 MM de pessoas impactadas em cada episódio

+25% nas
ativações de
influenciadores
vs 2T21



Estratégia de Lives

12 eventos nos diferentes negócios



Coleção de roupas interativas com o jogo **League of Legends**

+88%
da receita assistida via
canais digitais vs 2T21

+25%
do engajamento
orgânico vs 2T21



CRM & Loyalty

Base de clientes ativos segue **aumentando** significativamente

CRM



16,3 MM de clientes ativos, **aumento de 23,9%** versus o ano anterior



Retenção foi 4pp superior ao 3T20



85% do faturamento **identificado**

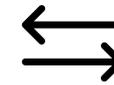


clientes cada vez mais integrados, tanto em marcas, quanto em canais



clientes **crossmarcas** do **ecossistema** chegam a gastar entre **6 a 7 x mais** que os que compram em apenas uma

LOYALTY



Cross marcas



Benefícios qualitativos e **experiências diferenciadas**



Provas de conceitos de benefícios em andamento



Soluções Financeiras

Maior ocupação do ecossistema pela Realize, com ampliação da base de clientes e **TPV recorde**



Captação de cartões em todo ecossistema

Avanço em serviços para sellers

Meu cartão representa 47% da base ativa

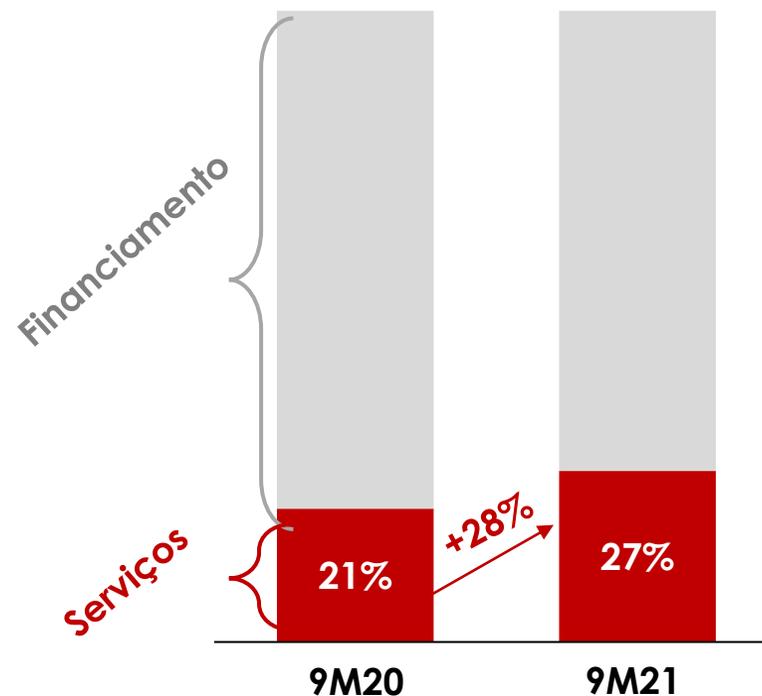
TPV recorde em +R\$ 11bi

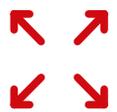
R\$150 MM captados no CDB

90% dos clientes digitalizados

Aumento de 7% da base ativa vs 2T21

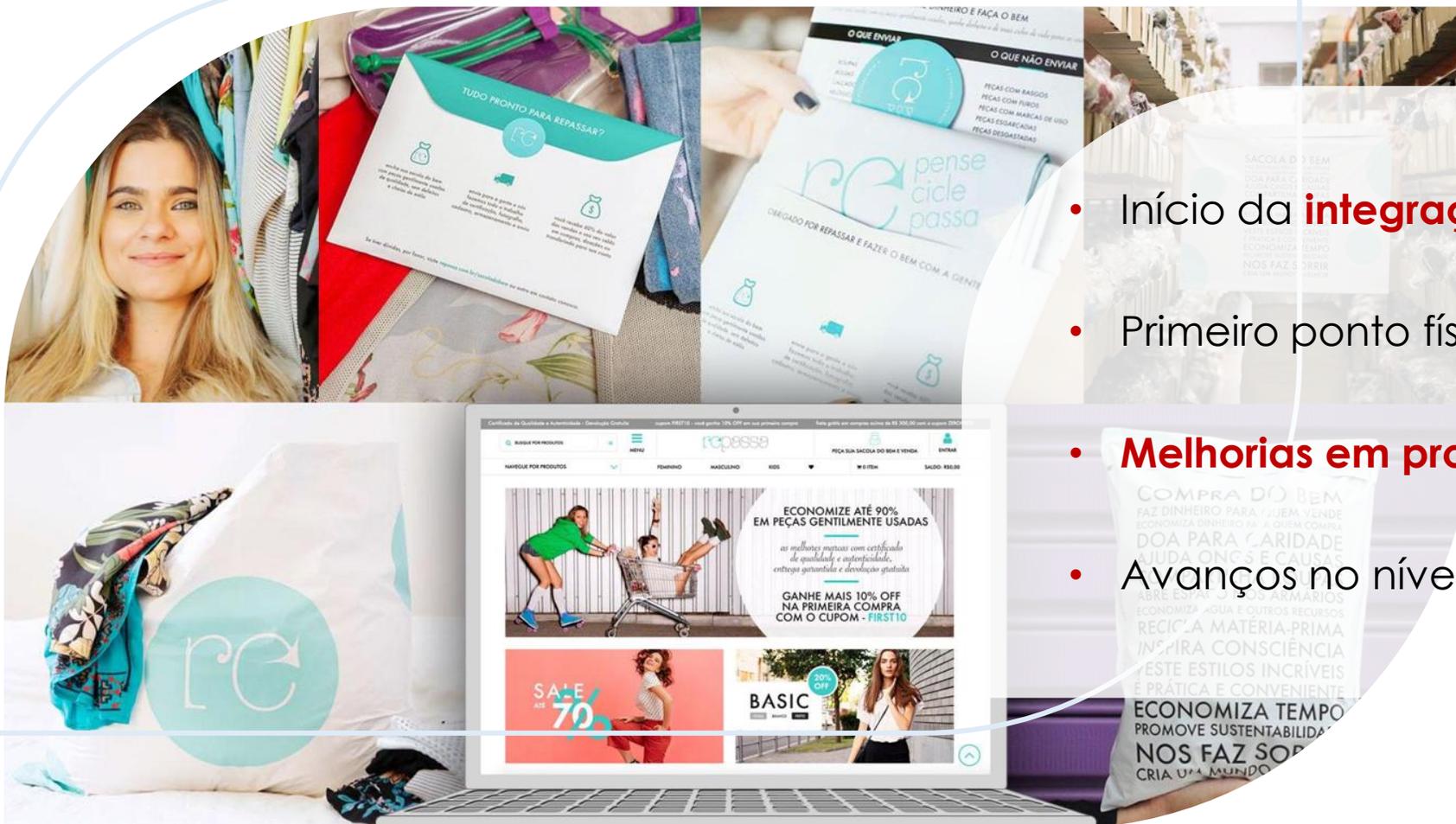
Distribuição da receita





Serviços Adjacentes ao Core

Conclusão da Aquisição do Repassa

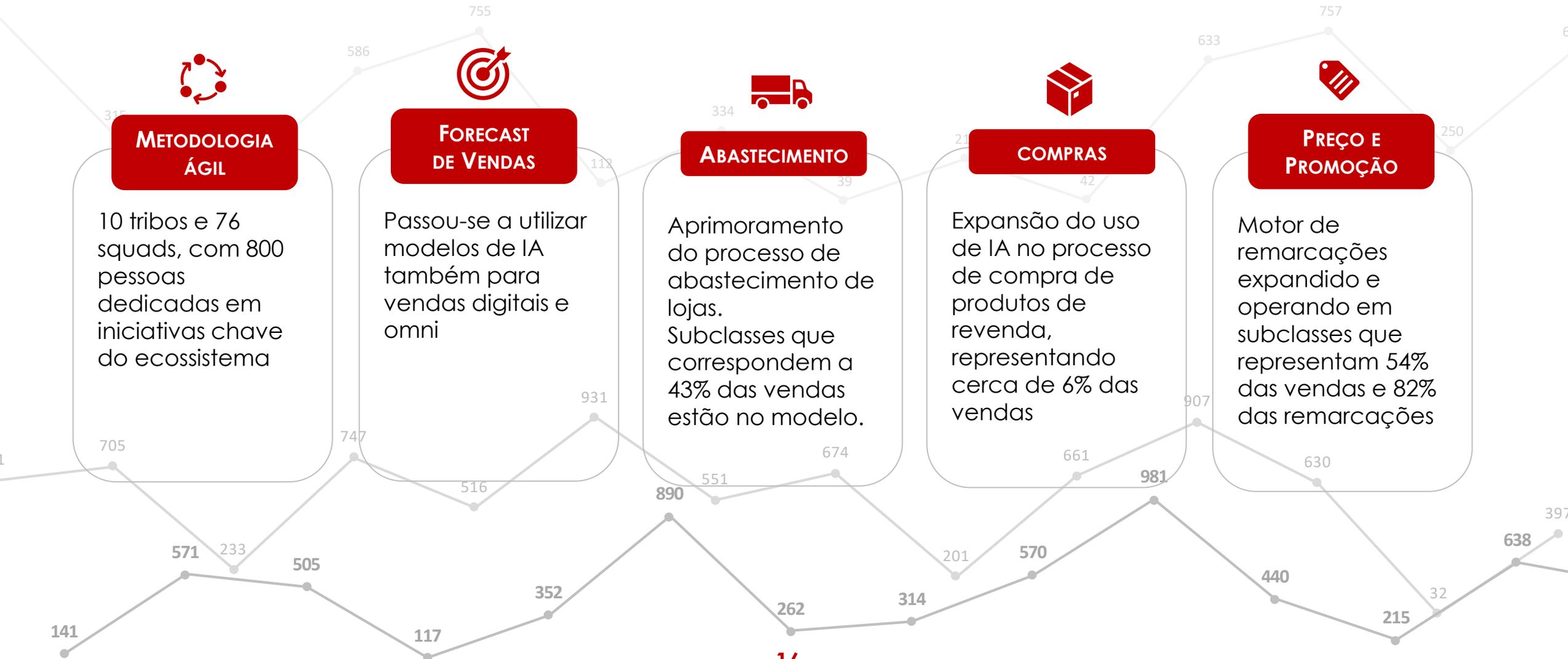


- Início da **integração ao ecossistema**
- Primeiro ponto físico, em BH
- **Melhorias em produtividade**
- Avanços no nível de serviço: **+4 p.p no NPS**



Tecnologia e Dados

Avanços em **TI** e **dados**, **habilitadores** importantes do ecossistema





Ambiental, Social e Governança

E tudo isso em linha com a construção de um **ecossistema durador e sustentável**

100% da cadeia de fornecimento com certificação socioambiental

Ampliação da oferta de produtos sustentáveis

Parceria para abastecer, com geração eólica, 170 lojas e novo CD

AGE exclusivamente digital

1º posição e nota máxima em ranking J.P. Morgan de GC

1ª loja circular do varejo Brasileiro



E assim avançamos ao último trimestre do ano, com otimismo em relação ao curto prazo...

Semana das crianças recorde, com **+35%** vs 2019

Consistência robusta de venda dos últimos meses

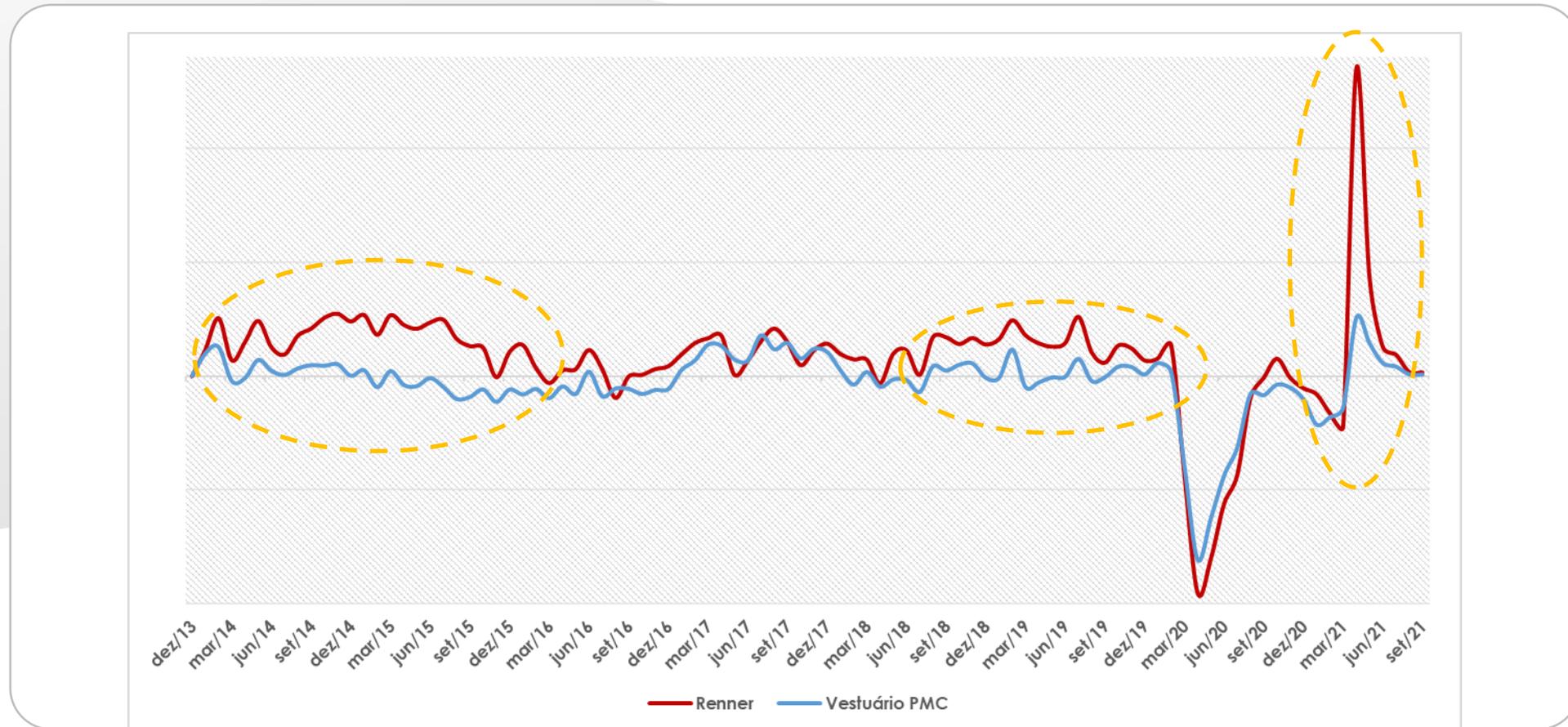
Black Friday totalmente **Omni**

Estoques bem compostos para o Natal

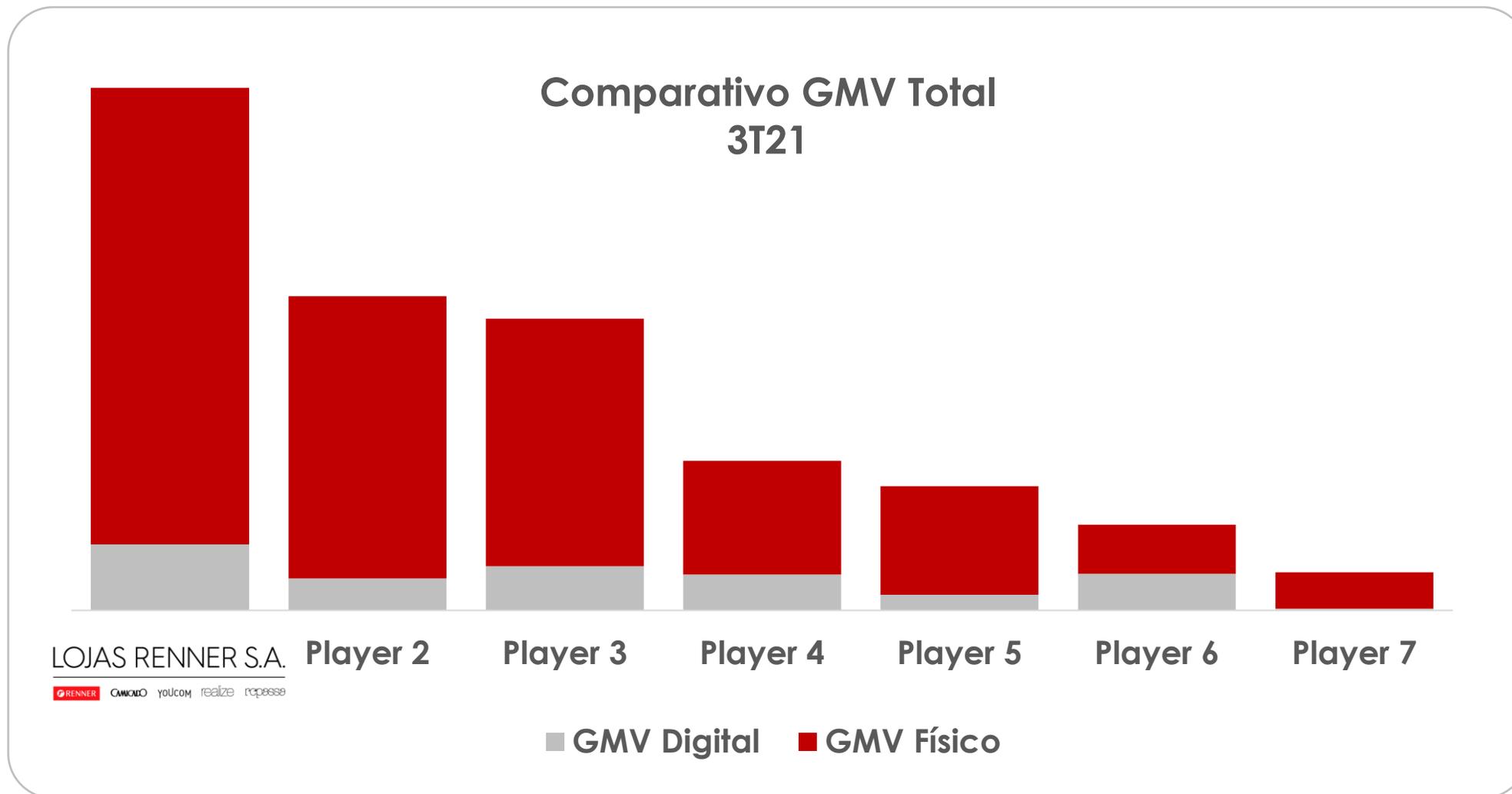
... e convictos quanto ao nosso futuro

Seguiremos priorizando **investimentos** para fortalecer nosso ecossistema

Acreditamos que **marcas com significado** e **proposta de valor clara** geram diferenciais competitivos e criam condições para **ganhos de market share**



Somos o **maior player omni** de vestuário do Brasil, com grande relevância no online



Fonte: Inclui informação de players listados e dados com base nos relatórios de resultados divulgados, referentes ao 3T21.

E continuamos comprometidos para nos consolidarmos, cada vez mais, como o **ecossistema líder** do segmento, aliando investimentos orgânicos e inorgânicos....

Ampliação de mercado endereçável

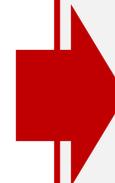
Potencial **aumento relevante** da base de clientes

Fortalecimento da **cultura de encantamento**

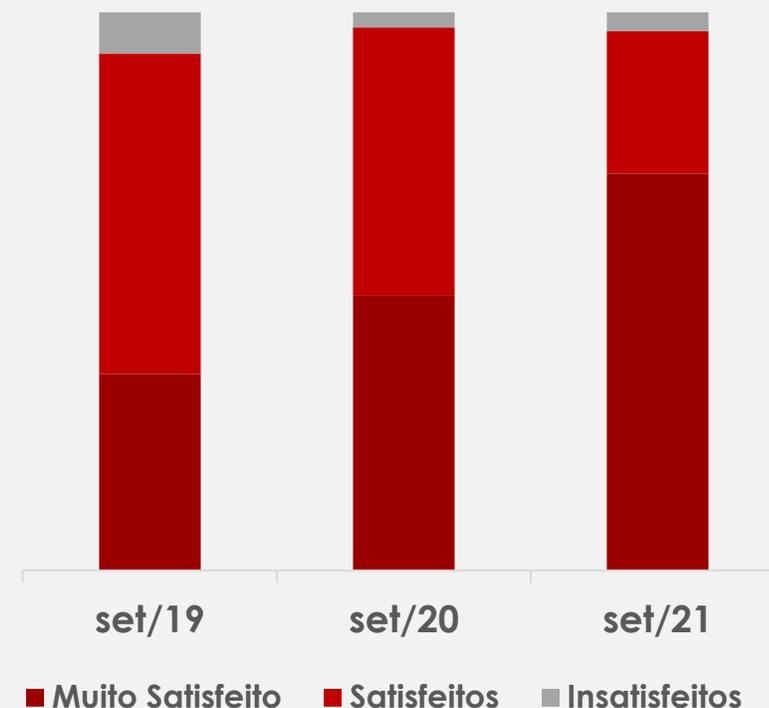
Ecossistema líder no varejo de moda e lifestyle

Criação de plataforma única de marcas, parceiros e sellers

Ser **referência** em atração e retenção de talentos de moda, varejo, tecnologia, dados, fulfillment e inovação



...e potencializando o **encantamento** de nossos clientes!





Perguntas e Respostas

Para perguntas ao vivo por **áudio**, levante a mão 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. Orientamos que as perguntas sejam feitas todas de uma única vez.

Ou se preferir, **escreva** sua pergunta diretamente no ícone de Q&A na parte inferior da tela.



Raise Hand



Q&A

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 Lojas Renner 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.

Todas as variações aqui apresentadas são calculadas com base nos números em milhares de reais, assim como os arredondamentos.