

LOJAS RENNER S.A.

 RENNER

CMICADO

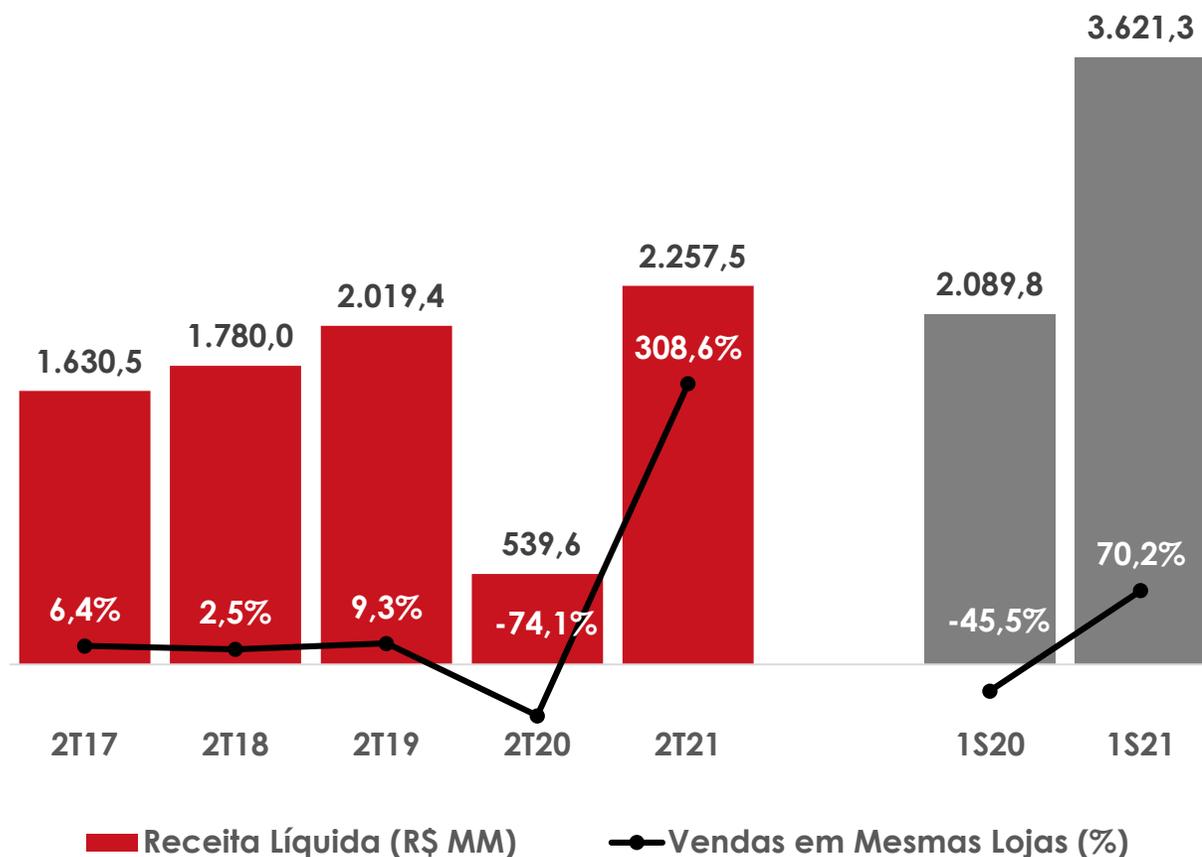
youcom

realize

RESULTADOS 2T21
RESULTADOS 2T21
RESULTADOS 2T21

Aumento relevante na **receita líquida de mercadorias** versus o **2T20** e **2T19**, com Dia das Mães recorde e crescimento médio superior a 20% desde maio até julho, versus 2019

Receita Líquida das Vendas de Mercadorias e Vendas em Mesmas Lojas



318,3%

de crescimento versus 2T20

11,8%

de crescimento versus 2T19

73,3%

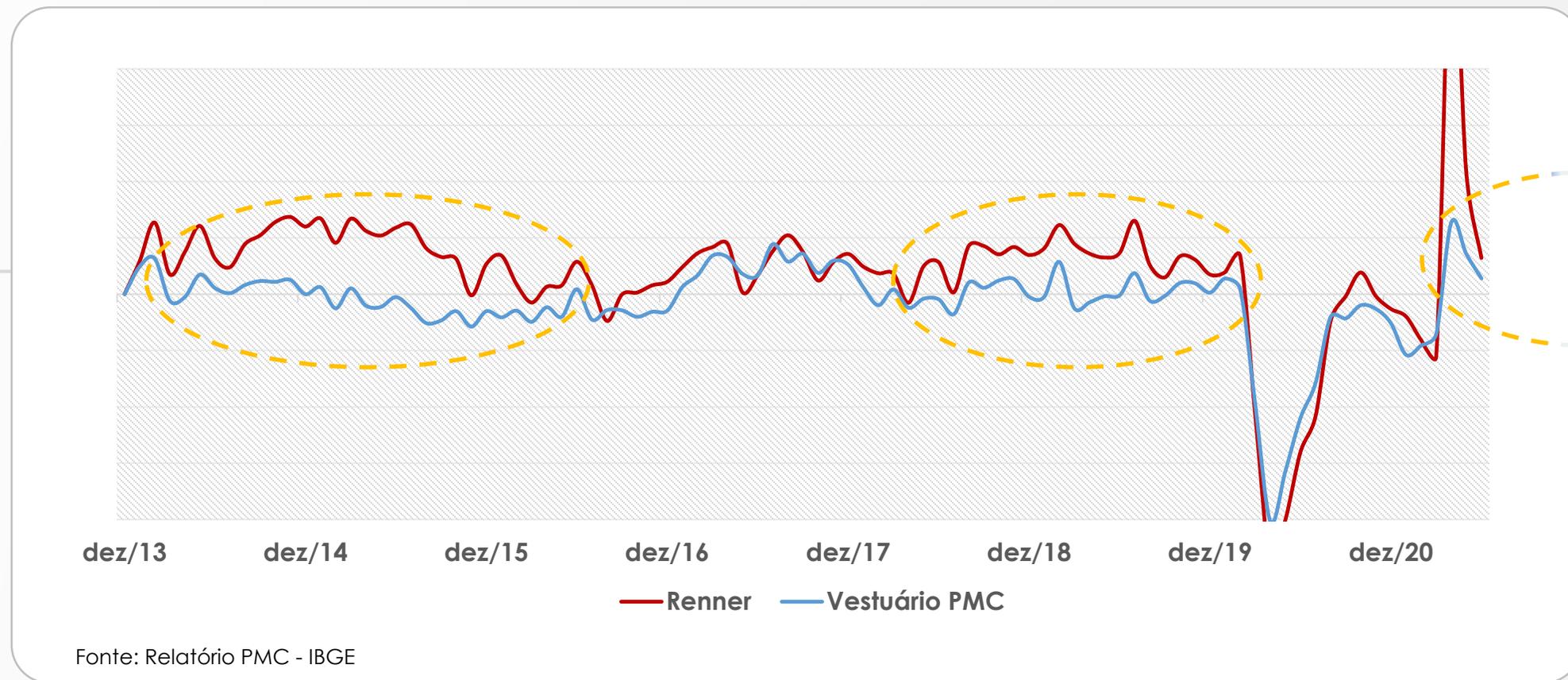
de crescimento no acumulado do ano versus 1S20

8,5%

de crescimento composto (CAGR) do 2T17 ao 2T21

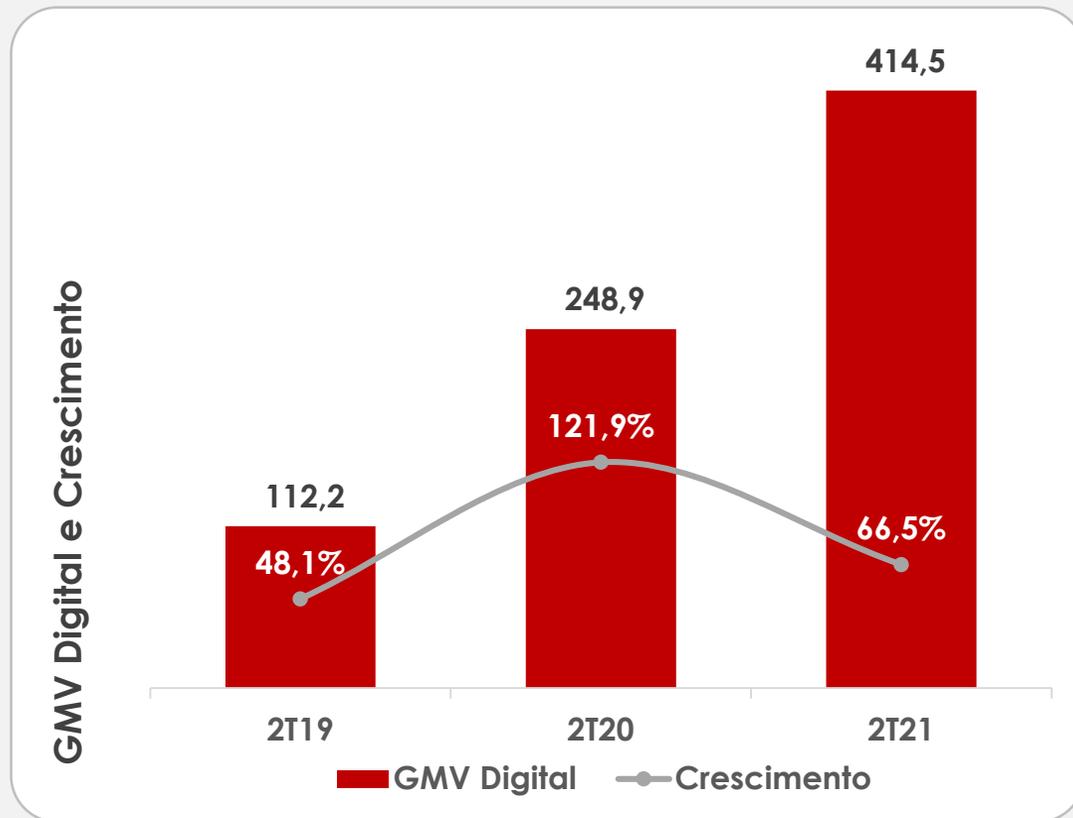
- Reabertura de lojas ao fim de abril
- Boa aceitação da coleção
- Maior conversão
- Sortimento adequado
- Mais peças por sacola
- Correta execução da operação

... com ganho consistente de **participação de mercado** no período.



Nota: Os picos de maio e junho foram amenizados, mantendo-se a devida proporção, para melhor visualização da escala do gráfico

GMV Digital seguiu em ritmo acelerado, com avanço de **66,5%** ante o 2T20 e crescimento em todos os meses



+ ações

- + avanços na UX
- + investimentos

- + integração dos estoques
- + canais de vendas

+ resultados

14,1%
de participação das
vendas digitais no
GMV total

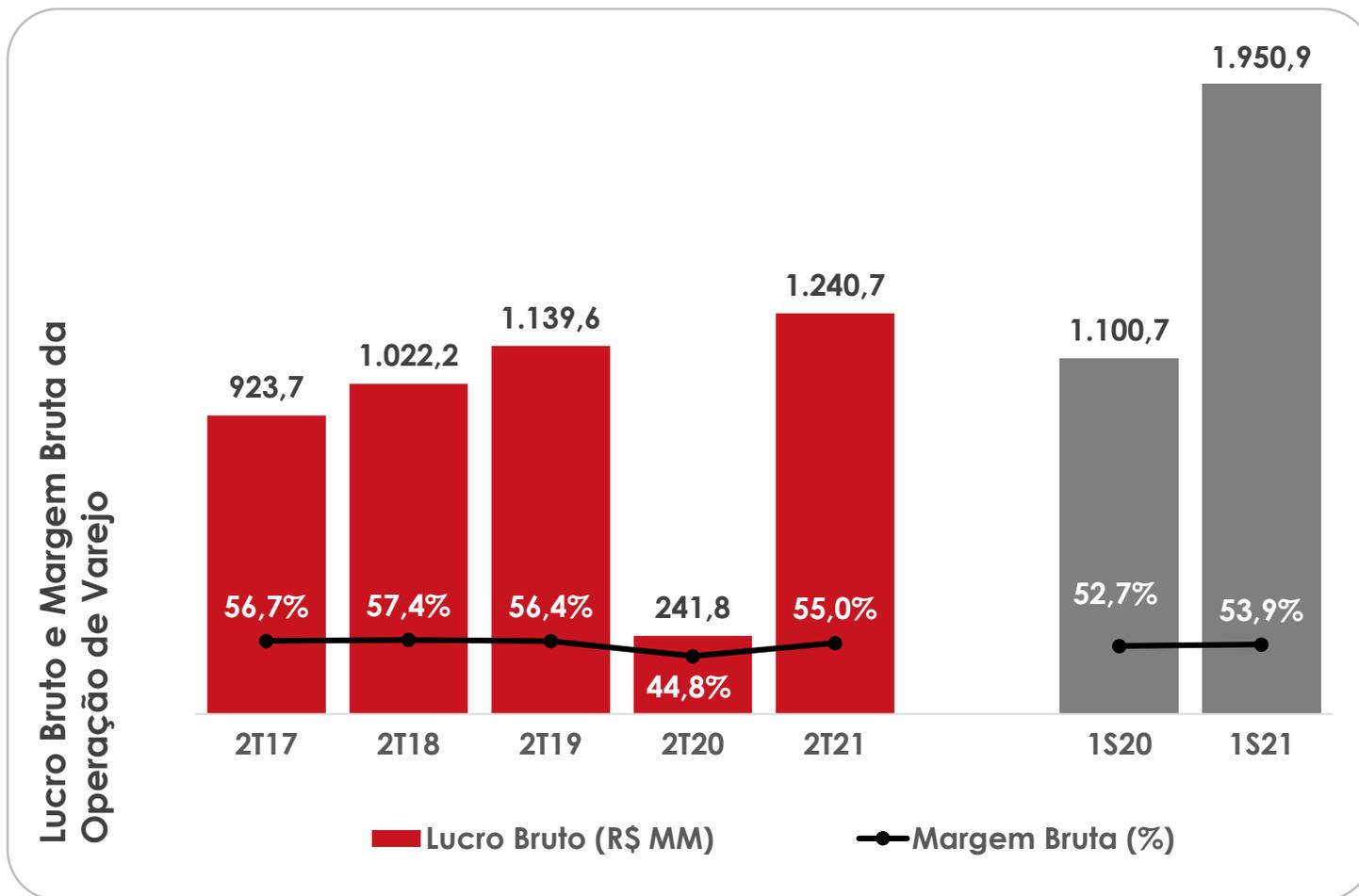
863 mil
novos clientes no
trimestre

+17%
no fluxo de usuários
nos canais digitais

60%
de participação do
app nas vendas
digitais

3MM
de clientes **ativos** no
trimestre

Níveis de remarcações saudáveis, **com performance** de margem bruta **superior ao esperado** para o período



413,1%

de crescimento
versus 2T20

8,9%

de crescimento
versus 2T19

10,2p.p.

de crescimento na
Margem versus 2T20

-1,4p.p.

de redução na
Margem versus 2T19

77,2%

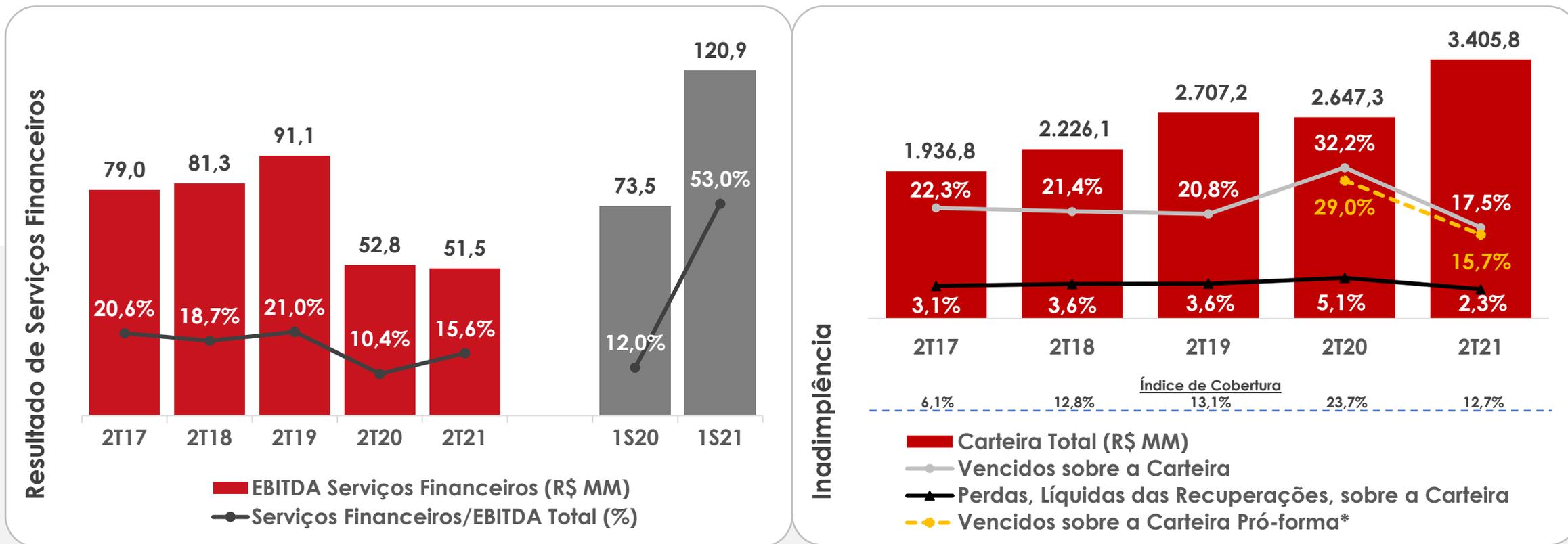
de crescimento no
acumulado do ano
versus 1S20

7,7%

de crescimento
composto (CAGR)
do 2T17 ao 2T21

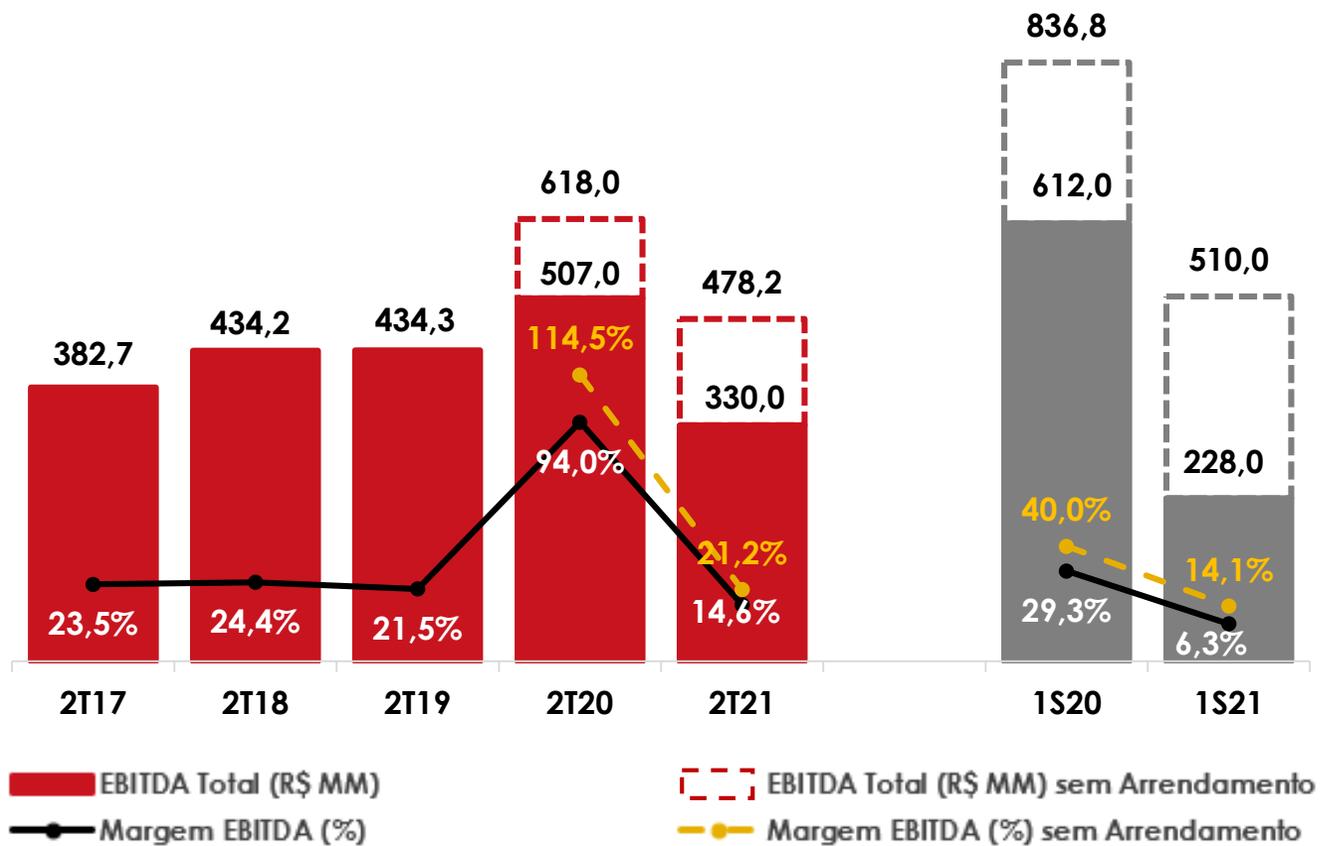
- Estoques equilibrados e bem compostos
- Desafios de câmbio e inflação de matérias-primas e fretes

Menor nível de inadimplência alcançado em um segundo trimestre, refletindo a consistência na qualidade de crédito

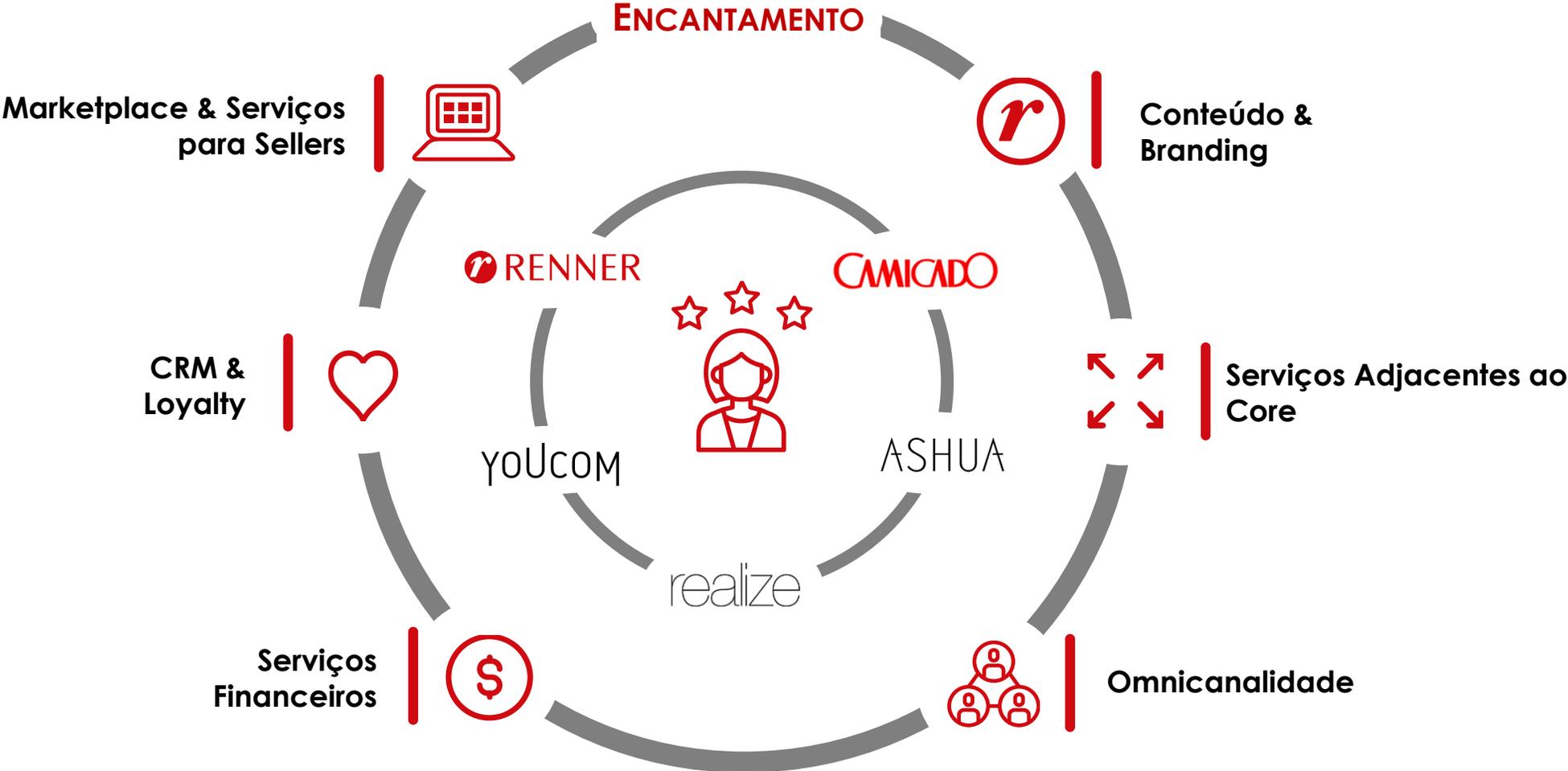


EBITDA Total Ajustado **2,5x maior** que o do 2T20 em bases comparáveis (ex-crédito fiscal)

EBITDA e Margem EBITDA Ajustada Total



Seguimos avançando na consolidação do nosso **Ecosistema de Moda e Lifestyle** para oferecer uma jornada cada vez mais completa



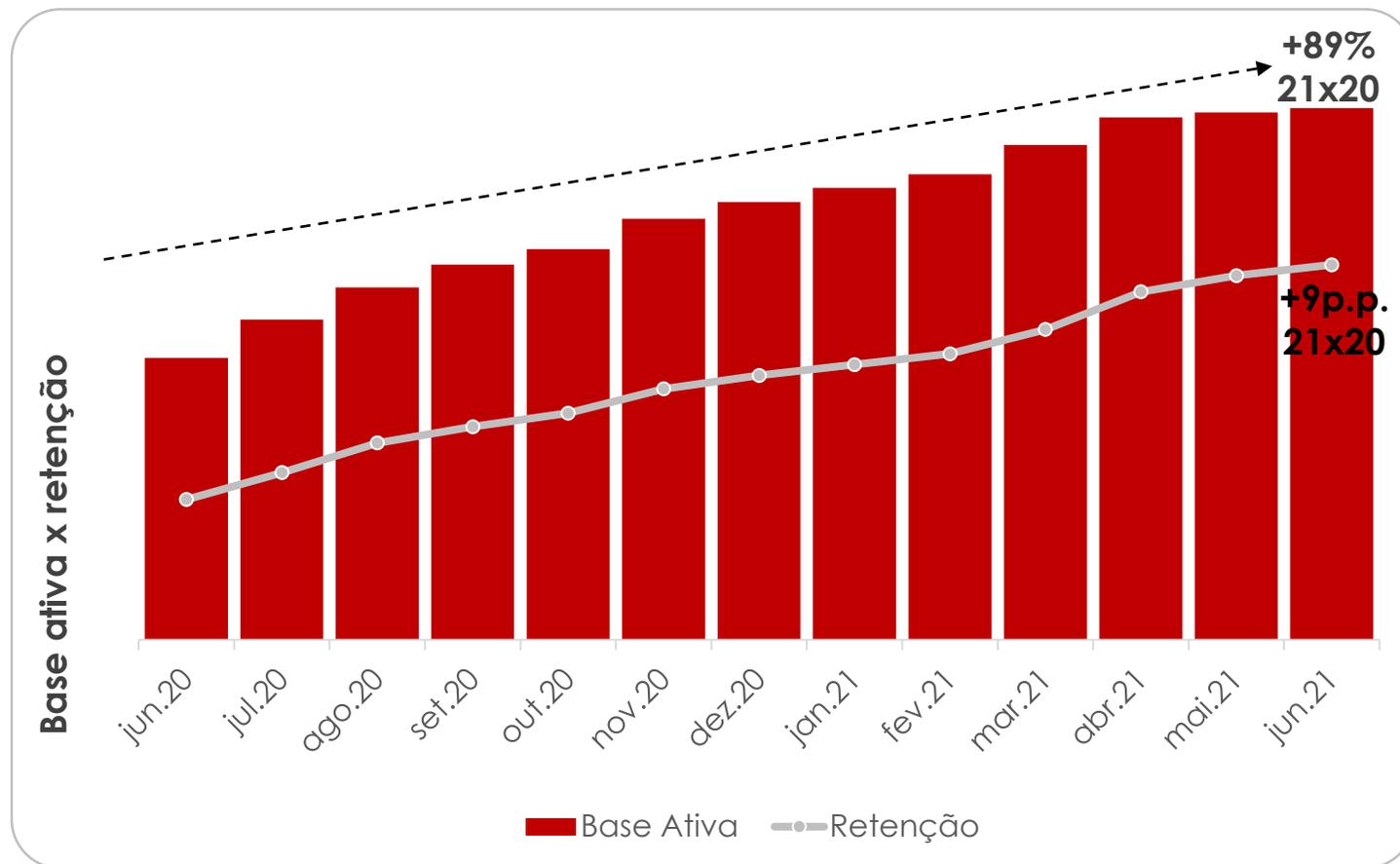


Omnicanalidade



App: Liderança absoluta em MAU (usuários ativos mensais) entre os players nacionais

Maior **qualificação** dos clientes online, com aumento de 89% na **base ativa** e 9 pp na **retenção** ante 2020





Omnicanalidade

Participação dos **clientes omni mais que dobrou** versus 2019



Vitrine Infinita **100% disponível** e itens exclusivos de lojas em cerca de **metade** dos pedidos online



Venda por Whatsapp com **crescimento de 289% nas vendas** versus o 1T21



Entregas Omni em D+2 **dobraram** versus o 2T20



Inauguração de 27 unidades no trimestre, construção do **CD Omni**, ampliação de **corners** da Ashua e **Guide Shop**



Pague Digital, realizado em loja, através do celular do cliente (carteira digital no app), representou 7% das vendas off-line



Checkout móvel: 32,6% das vendas das lojas têm o seu checkout realizado fora dos caixas tradicionais

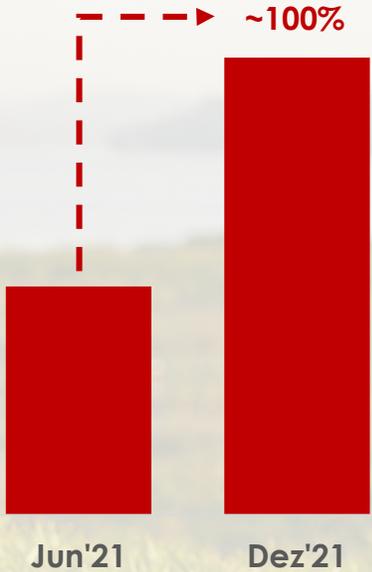


Clientes Omni compram com mais frequência, gerando um **spending cerca de 3x** superior aos demais canais



Marketplace & Serviços para Sellers

Início do **lab de marketplace** da Renner



Renner

- Plataforma conta com cerca de **50 sellers**

Camicado

- Plataforma conta com cerca de **120 sellers**
- Representou +17% do GMV digital do trimestre



Conteúdo e Branding

Aceleração na produção de conteúdo: realização de **16 lives** no trimestre e aumento de 8x na base de **influencers**



Rennata, persona digital e porta-voz da marca Renner

Intensificação da parceria com influencers, com diferentes perfis e focos de atuação



Aceleração da estratégia de lives com mais de 1 por semana, nas diferentes marcas.



Loja física no ambiente virtual do Fortnite, alcançando **5MM de pessoas**.

+41% nas receitas geradas por estas ações

+96% nas sessões e **+98%** de usuários para o online



CRM & Loyalty

Base de clientes ativos **aumentando** significativamente

CRM



15,6 MM de clientes ativos, uma evolução de **22,5%** versus o mesmo período de 2020



retenção, com redução de 60% no churn (taxa de rotatividade) na comparação anual



85% do faturamento **identificado**

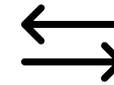


clientes cada vez mais integrados, tanto em canais de compra, quanto entre as marcas do ecossistema



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

LOYALTY



Cross marcas



Plataforma **contratada** e estrutura definida



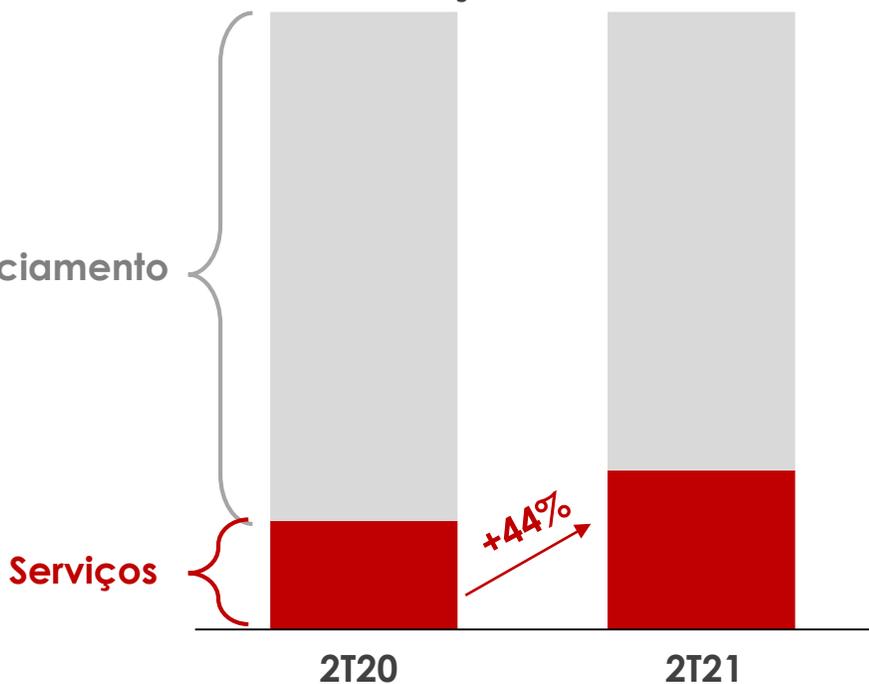
Benefícios qualitativos e **experiências diferenciadas**



Soluções Financeiras

Maior ocupação do ecossistema pela **Realize**, com novas soluções e **ampliação da base de clientes**, aumentando em 44% a participação de serviços na receita

Distribuição da receita

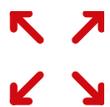


Base robusta de ~6 MM clientes ativos

TPV crescente: +32% versus 2019

90% dos clientes digitalizados





Serviços Adjacentes ao Core

- É uma combinação clara dos pilares: Digital + Inovação + ESG
- Plataforma online de **revenda** de moda de alta **recorrência** vs peers
- Startup **nativa digital** com **ESG no centro**
- Foco no **público feminino, B e C+**
- **Parceria** estabelecida em 2020 com Renner
- **Primeiro movimento inorgânico** na evolução do nosso ecossistema de moda e lifestyle, representando mais um passo, de outras relevantes etapas que ainda temos pela frente

Aquisição do Repassa, em linha com oferta de serviços adjacentes e estratégia ESG





Tecnologia e Dados

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



METODOLOGIA ÁGIL

Desde março foram criadas 9 tribos e 60 squads, com 600 pessoas dedicadas focadas em iniciativas chave do ecossistema



FORECAST DE VENDAS

Evolução no modelo de previsão de vendas e uso de IA na previsão de vendas de novas lojas



ABASTECIMENTO

100% do processo de alocação de itens básicos é orientado a dados



COMPRAS

Piloto de uso de IA no processo de compra de produtos de revenda



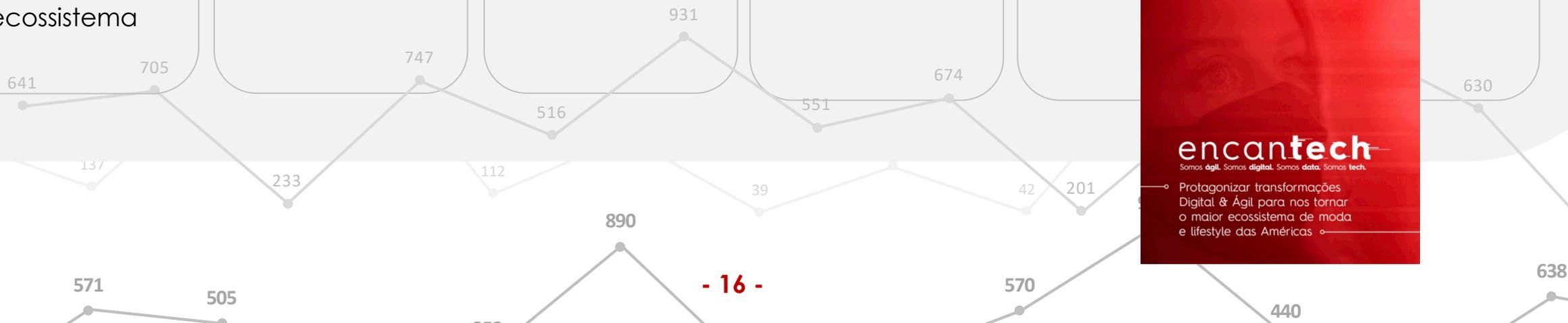
PREÇO E PROMOÇÃO

Motor de remarcações expandido para categorias que representam 13% das vendas



SORTIMENTO 3P

Uso de dados para identificação de sortimento 3P e seleção de sellers



encantech
Somos ágil. Somos digital. Somos data. Somos tech.

- Protagonizar transformações Digital & Ágil para nos tornar o maior ecossistema de moda e lifestyle das Américas



Ambiental, Social e Governança

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

Collab Renner-Insecta para coleção sustentável

Uma das duas empresas da América Latina com a certificação do Corporate Fiber & material Benchmark

Apoio ao Task Force on Climate related Financial Disclosure

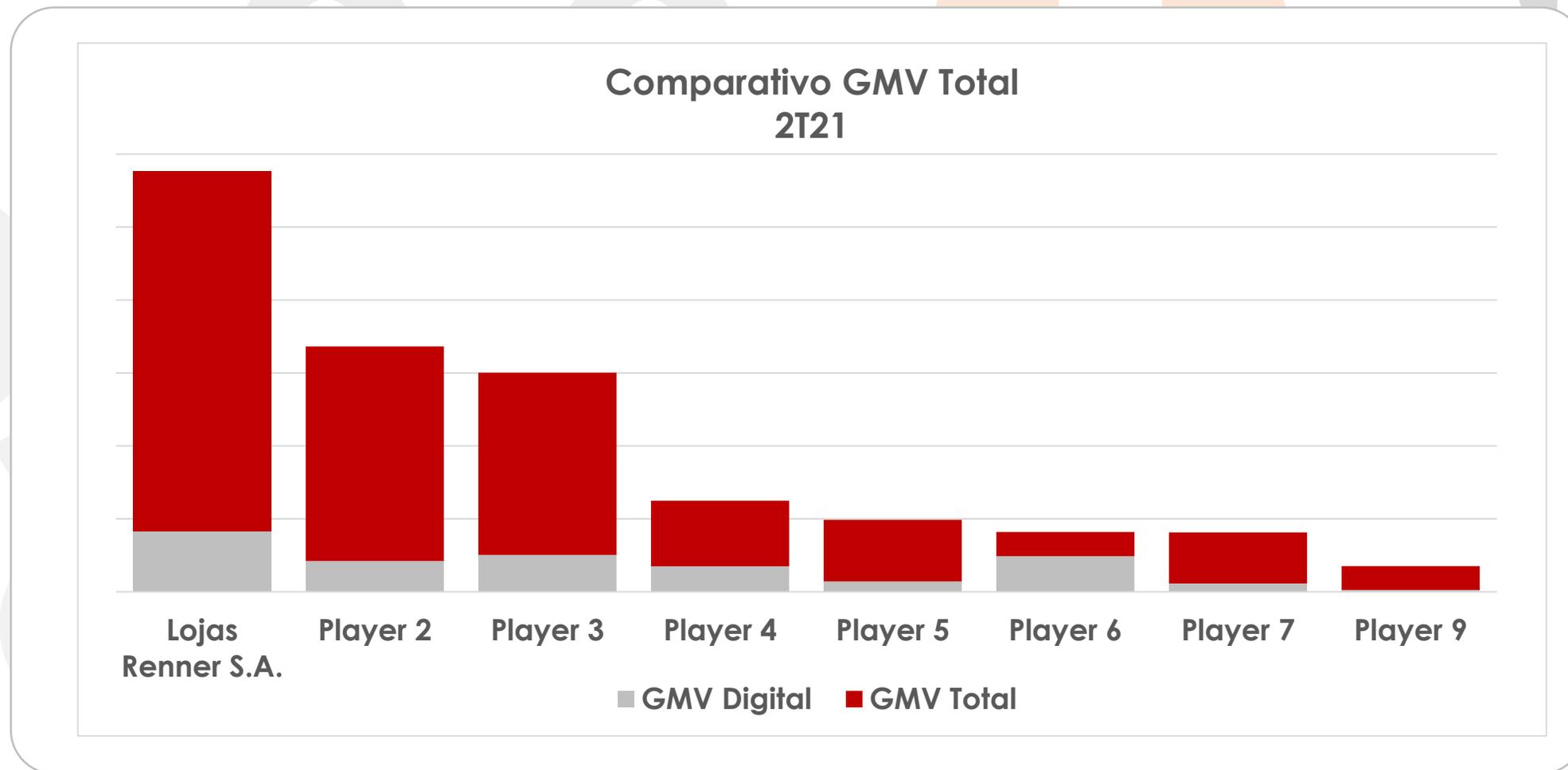
Campanha Todas Avançam Juntas com a participação de todas as marcas do ecossistema

Informe sobre o Código Brasileiro de Governança Corporativa 2021 com 98,1% de adesão

7º ano consecutivo no FTSE4Good

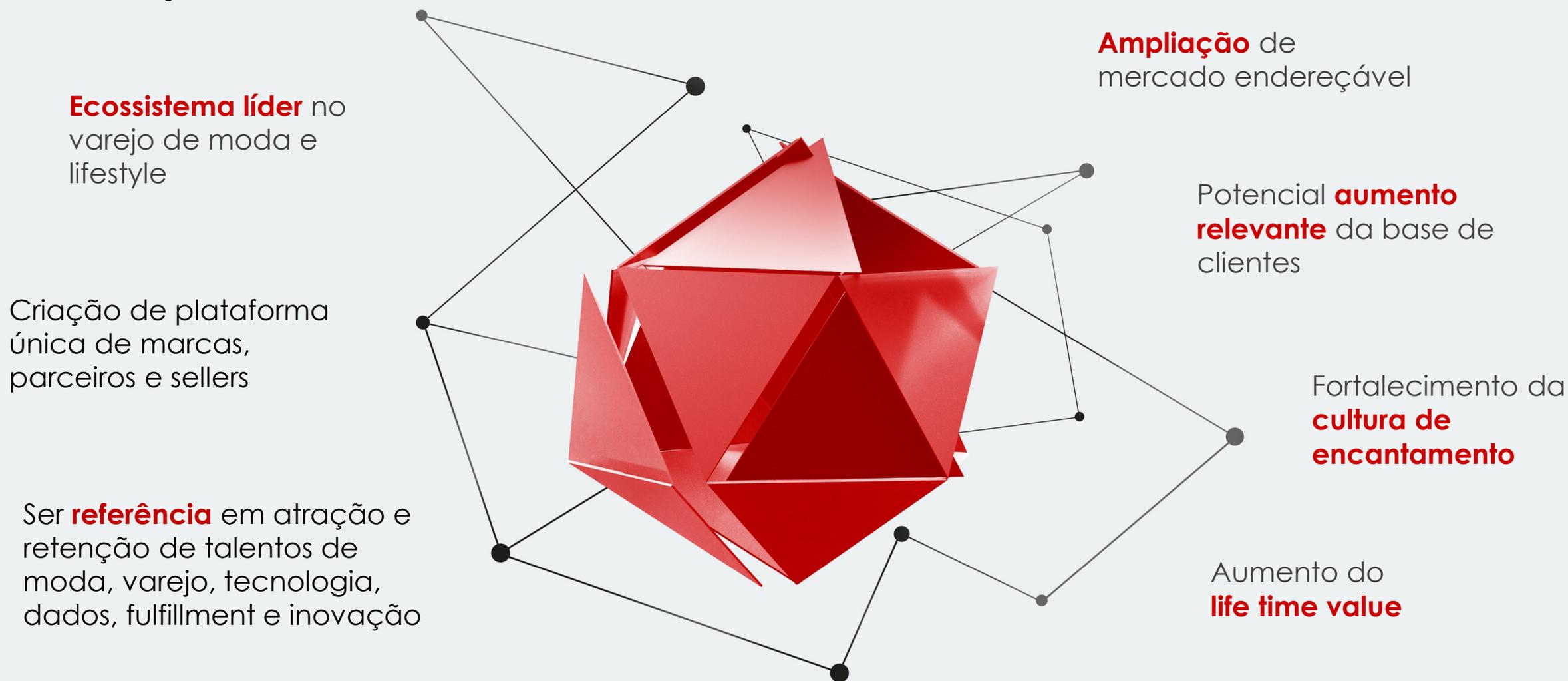


Somos o **maior player omni** de vestuário do Brasil...



Fonte: Inclui informação de players listados e dados com base nos relatórios de resultados divulgados, referentes ao 2T21.

E há mais por vir: nosso ecossistema tem um **potencial** muito grande sob exploração e continuaremos aliando investimentos **orgânicos** e **inorgânicos** para **acelerar** esta construção...



... e **encantar** cada vez mais os 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.



Raise Hand

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



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.