



# RESULTADOS 3T23

LOJAS RENNER S.A.

 RENNER

CAMICADO

youcom

realize

ASHUA

repassa

# Destaques

- Ao longo do 3T23, já foram percebidos avanços das medidas adotadas nos meses anteriores, com melhora de NPS em todos os negócios e crescimento de peças desde setembro até agora, não obstante o cenário macro desafiador e nossa forte base de comparação do 3T22, com alta de 10,3%, período em que crescemos em média o dobro do mercado (PMC).
- O fator preço perdeu relevância como detrator da jornada do cliente, reflexo dos ajustes pontuais na pirâmide de preços, fortalecendo nosso posicionamento e melhorando a competitividade, o que tem proporcionado nos meses mais recentes, maior sell through da nova coleção e, ao mesmo tempo, preservando as margens de entrada.
- Ao final do trimestre, foi iniciada uma série de campanhas de reforço e presença de marca, estimulando os clientes a visitarem nossas lojas, o que, combinado com uma proposta de valor mais competitiva, tem gradualmente contribuído na quantidade de peças.
- Superamos os níveis de reatividade da coleção pré-pandemia, estamos com maior parcela da coleção sendo desenvolvida e comprada *in season*, o que nos dá mais flexibilidade para atender os clientes, bem como com uma cadeia de fornecedores cada vez mais integrada, parceira e ágil. Isso tem contribuído para estoques ajustados e margem bruta saudável.
- As despesas estão equilibradas, reflexo dos ajustes de estruturas realizados no 1S23. Se excluídos os gastos adicionais da transição do novo CD, houve estabilidade e, em setembro, mesmo com estas despesas temporárias, houve alavancagem operacional. Nosso canal digital, mais uma vez, mostrou evolução de eficiência, com alavancagem de 6,6p.p., fruto das iniciativas para melhor gestão do canal e com melhor nível de serviço.
- Na Realize, apresentamos resultado positivo em setembro e outubro e a formação de saldo vencido acima de 90 dias desacelerou no trimestre, fruto das medidas adotadas para melhorar a qualidade de crédito, que têm contribuído para as novas safras.
- Quanto ao CD SP, a *ramp-up* dos negócios de vestuário seguiu em linha com o planejado, com mais de 90% do volume sendo comprado, armazenado e processado em SKU. Durante esta fase, existem custos adicionais e impactos na execução característicos de uma transição deste porte, porém, uma vez implementado, possibilitará novos patamares de produtividade, acuracidade e nível de serviço. Na Camicado, cuja migração foi iniciada no 1S22 e já está com operação estabilizada, houve redução relevante no *lead time* de abastecimento de lojas e em custos.
- Temos liquidez robusta (R\$ 3,3 bilhões), com geração de FCL relevante (~R\$ 600 milhões), atributos chave em um contexto desafiador como o atual, e estamos fazendo as ações e investimentos necessários para garantir a competitividade e crescimento com rentabilidade para os próximos períodos.



Posição robusta de caixa de R\$ 3,3 bilhões, com caixa líquido de R\$ 1,1 bilhão, R\$ 538MM superior ao 2T23



SSS Renner BR: +1,5% versus 3T22, acima do consolidado



Setembro positivo em peças, com crescimento versus set/22, tendência que seguiu posteriormente



Geração de FCL recorde para um 3T, de ~R\$ 600MM versus R\$ 84MM no 3T22 e menor Ciclo Financeiro



Despesas equilibradas ex. gastos adicionais CD no trimestre e alavancagem em setembro



Melhora de NPS em todos os negócios durante o trimestre



EBITDA da Realize positivo em setembro e outubro e menor formação de NPL nominal vs 2T23



Digitalização de lojas: totens de autoatendimento representaram 37,6% das vendas das lojas que possuem estes dispositivos (+11,6p.p.)



Camicado: SSS de lojas físicas +9,0% e ganho de 3,7p.p. na Margem Bruta (7º trimestre consecutivo de alta), com redução de 35% nos estoques



Estoques ajustados em valor (R\$): -3,3% versus 3T22 e níveis adequados para a entrada da coleção de Alto Verão



Participação das entregas em até 2 dias (SP e RJ) avançou 1,5p.p., atingindo mais de 79%



Eficiência do digital: redução de 6,6p.p. na participação das despesas sobre vendas digitais, pelo 9º trimestre consecutivo, com destaque para o CAC



Investimento minoritário da RX Ventures na Connectly, startup americana de Inteligência Artificial para comércio conversacional



Aprovação de R\$ 172MM de JSCP do 3T e pagamento de R\$ 346MM referentes ao 1T e 2T

## Videoconferência de Resultados

10 de novembro de 2023

11h (BRT) | 9h (US-EST)

Acesse o webcast [aqui](#) ou através do QR code.



## Referência em **moda e lifestyle**

- A marca Renner seguiu avançando em reatividade, resultado das iniciativas junto à cadeia de fornecedores, com cerca de 40% da coleção sendo desenvolvida e comprada *in season*, o que tem trazido mais flexibilidade e acuracidade às demandas dos clientes, bem como velocidade de atuação nas decisões das coleções. Ainda, o processo de dar maior representatividade aos produtos de preços mais acessíveis deixou a Companhia mais competitiva nos itens da nova coleção e fortalecendo o seu posicionamento.
- No decorrer do trimestre, foram também promovidas melhorias substanciais nas ferramentas de detecção de tendências de moda. As ferramentas, que se baseiam em dados do mercado de moda nacional e internacional, foram potencializadas para aumentar a precisão e a quantidade de recomendações que são passadas para os times de estilo, e incorporadas em rotinas de criação de peças de reatividade. Esta combinação permite maior chance de acerto, ao oferecer aos clientes produtos com maiores tendências de apelo.
- E, por fim, no 3T23 foi concluída a implementação do sistema de transferências de produtos entre lojas e CDs. Este avanço tem possibilitado a Companhia realizar ajustes de realocação de mercadorias, resultando em maior agilidade e precisão no atendimento da demanda.



## Referência em **moda responsável**

- Neste trimestre, a Companhia passou a fazer parte do IDIVERSA, primeiro índice de Diversidade e décimo da série de índices ESG da B3, sendo a Lojas Renner S.A. a quinta empresa com maior peso na carteira, na data de lançamento do índice.
- Ainda, a Lojas Renner S.A. recebeu a classificação AA do rating MSCI ESG, que abrange uma escala de CCC a AAA, reforçando o seu compromisso com pautas ambientais, sociais e de governança.
- No período, foi realizado também o Pitch Day do Desafio de Inovação em Sustentabilidade, que escolheu três startups (as brasileiras Aiper e ESG Now e a alemã Rittec) para desenvolverem projetos de inovação para apoiar o ecossistema no desenvolvimento de uma cadeia de fornecimento mais circular e regenerativa, a fim de alcançar a neutralidade climática.
- Por fim, a Companhia divulgou ao mercado o Informe sobre o Código Brasileiro de Governança Corporativa 2023, com 98,1% de adesão, percentual que mantém desde 2019, fazendo com que a Companhia seja uma das empresas com maior adesão ao Informe. Em linha com os principais códigos de Governança Corporativa no mundo, o Código segue a abordagem “aplique ou explique” e contém informações sobre as melhores práticas com Acionistas, Conselho de Administração, Diretoria, Órgãos de Fiscalização e Controle, e Ética e Conflito de Interesses.

# Referência em experiências encantadoras

## OMNICALIDADE

- Na marca Renner, o processo de digitalização das lojas, através da ampliação dos caixas de auto atendimento, seguiu trazendo benefícios à jornada do cliente, principalmente na redução das filas para pagamento, resultando em importante melhora de NPS nas lojas físicas (+7p.p.). Ao final do trimestre, 196 lojas possuíam esta tecnologia versus 65 no 3T22, e as transações através destes dispositivos representaram 37,6% das vendas destas lojas, crescimento de 12p.p. versus o mesmo período do ano anterior. Esta iniciativa, somada às demais modalidades de pagamento digital, como a Venda Móvel e o Pague Digital, representaram cerca de 40% das vendas totais (+11p.p.).
- Em relação ao nível de serviço, na Renner, as entregas em até 2 dias (Brasil) alcançaram 52% dos pedidos online, +1p.p. ante o 3T22. Por sua vez, nas regiões das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, as entregas em até 1 dia (*same day/next day*) representaram 51% dos pedidos, enquanto as em até 2 dias alcançaram 79% (+1,5p.p.).
- Ainda, o processo de *ramp-up* das operações de vestuário para o novo CD Omni seguiu conforme o cronograma e está em fase final de implementação, com mais de 90% do volume sendo comprado, armazenado e processado em SKU. Importante lembrar que durante esta fase, existem custos adicionais e ineficiências na execução característicos de uma transição deste porte, porém, uma vez implementado, possibilitará novos patamares de precisão no abastecimento de lojas, com uma operação totalmente omnicanal e muito mais ágil. A Camicado, cuja operação está estabilizada, apresentou redução relevante no *lead time* de abastecimento de lojas e em custos.

## CONTEÚDO E CLIENTES

- A frente de conteúdo seguiu com foco em aumentar o tráfego não pago para o e-commerce, através de uma ampla presença nos canais da Companhia, explorando tendências de moda e lifestyle. Como consequência, as visitas via redes sociais cresceram 43% no 3T23 versus o mesmo período do ano anterior.
- A campanha destaque do período foi o lançamento da coleção primavera-verão, que contou com ações integradas em todas as frentes de conteúdo, com influencers que geraram 35% das visitas para site/app dessa origem no 3T23, além de conteúdos veiculados nas redes sociais proprietárias e no blog Estilo Renner. Ainda, a live de lançamento da campanha alcançou uma audiência relevante e um ticket médio 110% superior à média do e-commerce.
- Estas ações são importantes catalizadores para criar vínculo e cumplicidade, através de uma estratégia de comunicação baseada no conhecimento do comportamento e ciclo de vida do cliente com cada uma das marcas.

**18,2MM**

CLIENTES  
ATIVOS

**31%**

PARTICIPAÇÃO  
CLIENTE OMNI  
SOBRE FATURAMENTO

**3X MAIS**

GASTO DO  
CLIENTE OMNI

**77%**

TRANSAÇÕES  
IDENTIFICADAS

**83%**

FATURAMENTO  
IDENTIFICADO

## SOLUÇÕES FINANCEIRAS – REALIZE CFI

- A Realize CFI seguiu trabalhando em seu propósito de proporcionar soluções financeiras conectadas ao varejo, com foco em incentivar frequência e média de gasto dos clientes. Com base nessa estratégia, no trimestre, foi lançado em 25 lojas da Renner, o piloto do 'Cashback Próxima Compra', que oferece 10% de cashback em compras futuras para clientes dos Cartões Renner (Private Label e Co-branded).
- Ainda, a receita de Serviços Financeiros totalizou R\$ 142MM no 3T23, crescimento de 6,7% versus o 3T22, e representou 26,6% das receitas. Já o TPV do Meu Cartão totalizou R\$ 3,9 bilhões, aumento de 1,1% versus o 3T22.





# PERFORMANCE FINANCEIRA

# Informações consolidadas

(R\$ MM)	3T23	3T22	Var.	9M23	9M22	Var.
Receita Líquida de Varejo <sup>1</sup>	2.636,1	2.615,5	0,8%	7.899,4	8.020,9	-1,5%
Vendas em Mesmas Lojas	0,6%	7,9%	-	-2,5%	31,0%	-
GMV Digital	529,9	496,7	6,7%	1.574,4	1.495,0	5,3%
Penetração das Vendas Digitais	15,3%	14,6%	0,7p.p.	15,1%	14,3%	0,8p.p.
(R\$ MM)	3T23	3T22	Var.	9M23	9M22	Var.
Lucro Bruto de Varejo	1.413,1	1.408,3	0,3%	4.256,0	4.417,9	-3,7%
Margem Bruta do Varejo	53,6%	53,8%	-0,2p.p.	53,9%	55,1%	-1,2p.p.
Despesas Operacionais (VG&A) <sup>2</sup>	(1.037,1)	(1.008,0)	2,9%	(3.139,5)	(2.993,5)	4,9%
% VG&A s/ Receita Líq. de Varejo	39,3%	38,5%	0,8p.p.	39,7%	37,3%	2,4p.p.
(R\$ MM)	3T23	3T22	Var.	9M23	9M22	Var.
EBITDA da Operação de Varejo Ajustado <sup>3</sup>	397,6	440,5	-9,7%	1.195,0	1.428,2	-16,3%
Margem EBITDA da Operação de Varejo Ajustada <sup>3</sup>	15,1%	16,8%	-1,7p.p.	15,1%	17,8%	-2,7p.p.
Resultado de Serviços Financeiros	(35,1)	19,0	NA	(99,1)	116,2	-185,3%
EBITDA Total Ajustado <sup>3</sup>	362,6	459,5	-21,1%	1.096,0	1.544,4	-29,0%
Margem EBITDA Total Ajustada <sup>3</sup>	13,8%	17,6%	-3,8p.p.	13,9%	19,3%	-5,4p.p.
(R\$ MM)	3T23	3T22	Var.	9M23	9M22	Var.
Lucro Líquido	172,9	257,9	-32,9%	449,4	809,9	-44,5%
Margem Líquida	6,6%	9,9%	-3,3p.p.	5,7%	10,1%	-4,4p.p.
Lucro por ação	0,18	0,26	-30,5%	0,47	0,82	-42,5%
ROIC <sup>LTM</sup>	9,8%	11,6%	-1,8p.p.	9,8%	11,6%	-1,8p.p.

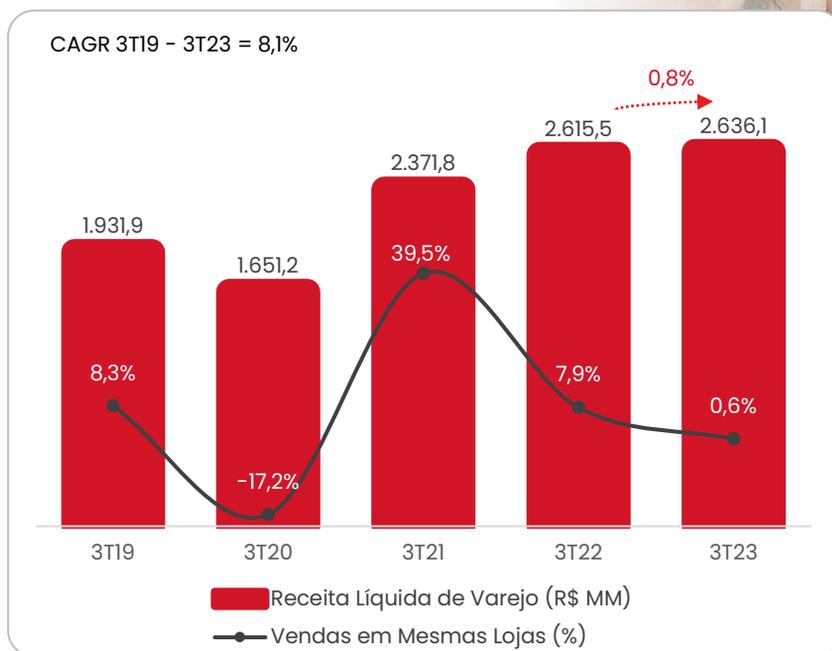
<sup>1</sup> A Operação de Varejo inclui a receita de venda de mercadorias, bem como as receitas líquidas de serviços e custos relacionados ao varejo.

<sup>2</sup> As Despesas Operacionais (VG&A) não consideram as despesas com Depreciação e Amortização.

<sup>3</sup> EBITDA Total Ajustado (pós IFRS 16), sem a despesa da depreciação e despesa financeira dos arrendamentos.



# Receita Líquida do Varejo



A Operação de Varejo inclui a receita líquida de venda de mercadorias, bem como receitas líquidas de serviços relacionados ao varejo.

As receitas de vendas de Ashua e receitas de serviços da Repassa são consolidadas na Renner.

- Durante o 3T23, observou-se um cenário de consumo ainda desafiador, especialmente em agosto. Esse impacto seguiu mais pronunciado nas lojas de perfil popular, que estão expostas a consumidores com poder de compra e situação de crédito mais pressionados no contexto atual. Contudo, em setembro, houve evolução das vendas, com crescimento do número de transações e de peças, tendência que se manteve em outubro. Considerando o desempenho apenas das operações de vestuário Brasil, a receita líquida do trimestre cresceu 2,0% versus o 3T22.
- Adicionalmente, é importante destacar a base de comparação do 3T22, quando a Companhia cresceu 10,3%, em média o dobro do PMC de Vestuário do IBGE, o que influenciou o desempenho até setembro de 2023.
- Os ajustes realizados para melhoria de percepção de preço, através de modificações no *visual merchandising* e execução, priorizando a exposição dos produtos de faixa de entrada, bem como melhora da oferta de itens mais acessíveis se refletiram em evolução nesta percepção pelo cliente e fortalecimento do posicionamento. Nesse sentido, a coleção primavera-verão apresentou proposta de valor mais competitiva e bom *sell-through* nos itens de preço de entrada.
- Complementarmente, ao final do trimestre, foi iniciada uma série de campanhas de marketing, com o objetivo de fortalecer o engajamento e presença da marca Renner, bem como estimular os clientes a visitarem as lojas.
- Por fim, o SSS atingiu 0,6% no trimestre e, considerando apenas as operações da Renner no Brasil, o crescimento foi de 1,5%, com destaque para setembro. Esta diferença deveu-se ao desempenho da Argentina, impactada por restrições à importação de produtos às unidades, bem como pela desvalorização cambial no período.

# Receita Líquida do Varejo (continuação)

## ABERTURA POR NEGÓCIO

(R\$ MM)	3T23	3T22	Var.	9M23	9M22	Var.
<b>Consolidado</b>	<b>2.636,1</b>	<b>2.615,5</b>	<b>0,8%</b>	<b>7.899,4</b>	<b>8.020,9</b>	<b>-1,5%</b>
(+) Vestuário	2.516,7	2.488,3	1,1%	7.549,3	7.624,8	-1,0%
Renner Brasil*	2.335,8	2.290,5	2,0%	7.017,0	7.056,3	-0,6%
Renner Latam e outros**	89,7	109,7	-18,2%	266,4	305,8	-12,9%
Youcom	91,2	88,1	3,5%	265,9	262,7	1,2%
(+) Camicado	119,3	127,2	-6,2%	350,2	396,2	-11,6%

\* Inclui as vendas da Ashua.

\*\* Operações no Uruguai e Argentina, Uello e Repassa.

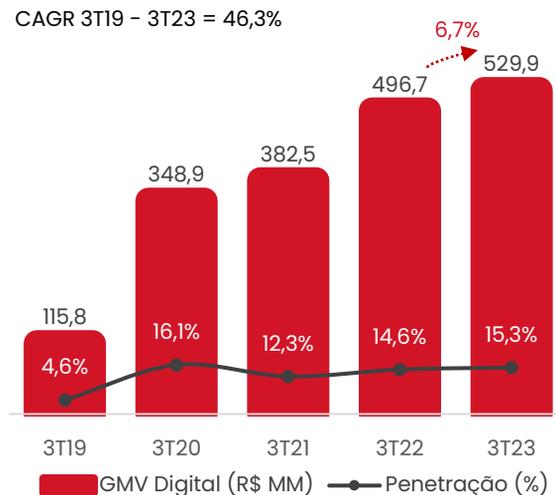
- A **Youcom** apresentou crescimento de vendas, resultado da assertividade da coleção e maior aposta em itens leves da coleção de verão, não obstante o cenário de consumo ainda desafiador. Ocorreram também alterações em *visual merchandising*, com maior exposição de produtos *best sellers*, como vestidos e saias.
- Já o canal digital cresceu 29% versus o 3T22 e seguiu sua trajetória de aumento de base de clientes ativos, bem como redução de CAC. No período, houve também expansão das modalidades omni, como o *retira em loja* e o *ship from store same day*.
- Por fim, destacou-se o NPS da marca, principalmente no mês de setembro (+5p.p.), sendo qualidade do produto e atendimento os principais promotores.

- A **Camicado** apresentou redução de receita, em função da menor metragem quadrada, reflexo dos fechamentos de unidades realizados ao longo do ano. Considerando a venda por m<sup>2</sup> houve aumento de 6,1%. Destaque para o crescimento de 9,0% das vendas em mesmas lojas da operação física.
- A receita proveniente dos novos canais de venda registrou alta de mais de 100% versus o mesmo período do ano anterior, com destaque ao Whatsapp, que alcançou 17% do total.
- Já a participação das vendas digitais cresceu 33% no trimestre, fruto dos investimentos no canal, como implementação de cashback omni e melhorias realizadas no site e no app da marca.
- A marca própria Home Style manteve trajetória de crescimento e registrou aumento de participação de 6p.p. (64% do total) versus o 3T22, oferecendo produtos exclusivos aos clientes.

## VENDAS DIGITAIS

- As vendas originadas pelos canais digitais apresentaram alta versus o 3T22, reflexo do aumento na base de clientes e na conversão.
- E com mais eficiência (queda de 6,6p.p. no SG&A/ROL) e nível de serviço ofertado.
- O app Renner continuou sendo líder em base instalada, visitas, downloads e MAU entre os players nacionais de moda.

CAGR 3T19 - 3T23 = 46,3%



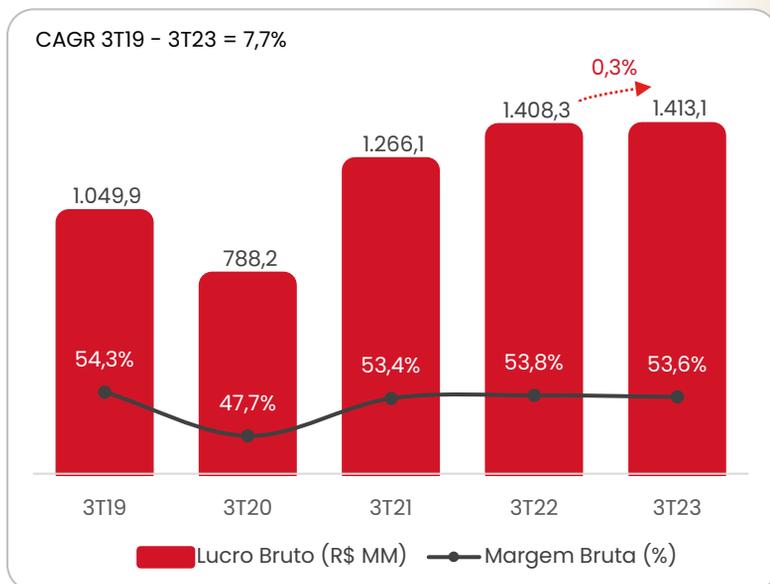
## App Renner

BASE INSTALADA **5,3 MM**

MONTHLY ACTIVE USERS (MAU) **6,3 MM**

FLUXO ONLINE (Acessos) **43,5 MM**

# Margem Bruta do Varejo



A Operação de Varejo inclui os custos de venda de mercadorias, bem como custos de serviços relacionados ao varejo. Os custos das vendas de Ashua e custos de serviços do Repassa são consolidadas na Renner.

- A margem bruta do varejo se manteve estável versus o mesmo trimestre do ano anterior, em linha com o esperado pela Companhia, reflexo da combinação entre equilíbrio de custos e câmbio, além do menor nível de remarcação versus o 3T22. Além disso, a intensificação das promoções durante o 2T23 foi importante para ajustar os estoques nas lojas e favorecer a transição para a coleção de primavera-verão, bem como a correta execução do *ramp-up* do novo CD.
- Importante mencionar que a margem bruta foi impactada negativamente em 0,5p.p. neste trimestre em função do Difal, cuja incidência passou a ocorrer nas operações interestaduais transacionadas com o consumidor final desde janeiro de 2023. Em bases comparáveis, houve evolução de 0,3p.p..
- Adicionalmente, os maiores níveis de reatividade alcançados, com maior parcela da coleção sendo desenvolvida e comprada *in season*, trouxe mais flexibilidade para a operação. Assim, o estoque da Companhia decresceu 3,3% em valor e o giro se manteve equilibrado, o que, combinado à dinâmica de menores custos, possibilitará maior competitividade, com manutenção de níveis saudáveis de margem bruta.

## ABERTURA POR NEGÓCIO

(R\$ MM)	3T23	3T22	Var.	9M23	9M22	Var.
<b>Consolidado</b>	<b>53,6%</b>	<b>53,8%</b>	<b>-0,2p.p.</b>	<b>53,9%</b>	<b>55,1%</b>	<b>-1,2p.p.</b>
Renner	53,4%	53,5%	-0,1p.p.	53,7%	54,9%	-1,2p.p.
Camicado	54,3%	50,6%	3,7p.p.	53,1%	50,6%	2,5p.p.
Youcom	59,3%	61,4%	-2,1p.p.	60,6%	61,0%	-0,4p.p.

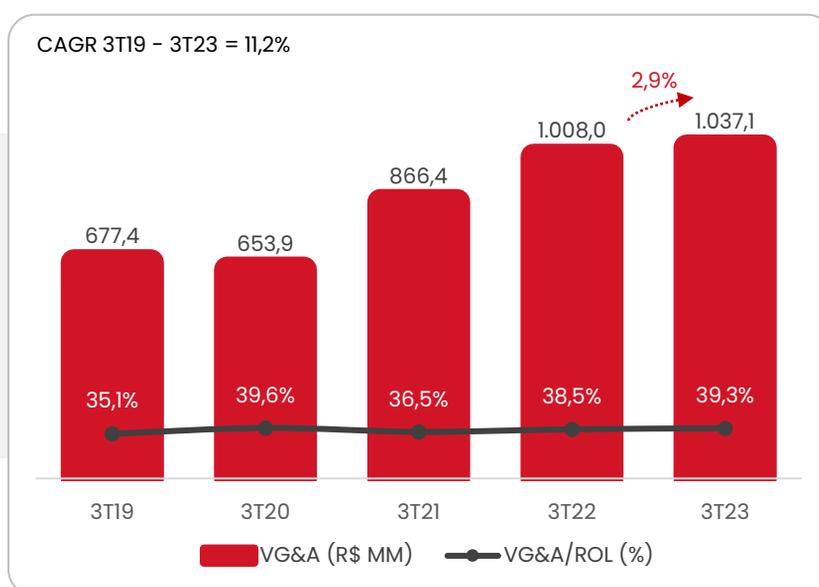
- A Camicado registrou, pelo sétimo trimestre consecutivo, melhorias na margem bruta, fruto de um contínuo aprimoramento na execução operacional e comercial do negócio, gestão mais eficiente de estoques, que reduziram 35% versus o 3T22, e maior participação da marca própria nas vendas, cuja margem é superior. Adicionalmente, a margem bruta do digital apresentou incremento de 2,1 p.p. versus o 3T22, resultado de uma eficiente gestão de custos.
- Por fim, a margem bruta da Youcom reduziu, em função do maior nível de remarcação no período, notadamente em julho e agosto, explicada pelas temperaturas de inverno acima do normal e maior concentração de lojas da marca nas regiões frias.



# Despesas Operacionais

(R\$ MM)	3T23	3T22	Var.	9M23	9M22	Var.
<b>Vendas, Gerais e Administrativas</b>	<b>(1.037,1)</b>	<b>(1.008,0)</b>	<b>2,9%</b>	<b>(3.139,5)</b>	<b>(2.993,4)</b>	<b>4,9%</b>
% s/Receita Líq. de Varejo	39,3%	38,5%	0,8p.p.	39,7%	37,3%	2,4p.p.
Vendas	(690,5)	(675,5)	2,2%	(2.103,4)	(2.034,9)	3,4%
% s/Receita Líq. de Varejo	26,2%	25,8%	0,4p.p.	26,6%	25,4%	1,2p.p.
Gerais e Administrativas	(346,6)	(332,5)	4,2%	(1.036,1)	(958,5)	8,1%
% s/Receita Líq. de Varejo	13,1%	12,7%	0,4p.p.	13,1%	12,0%	1,1p.p.
<b>Outros Resultados Operacionais</b>	<b>20,9</b>	<b>39,5</b>	<b>-47,1%</b>	<b>76,5</b>	<b>2,1</b>	<b>NA</b>
Programa de Participação nos Resultados	(0,1)	(0,5)	-80,9%	(1,5)	(57,7)	-97,4%
Recuperação de Créditos Fiscais	20,1	43,8	-54,1%	66,1	63,2	4,5%
Outras receitas/despesas operacionais	0,9	(3,8)	NA	11,9	(3,4)	NA
<b>Total das Despesas Operacionais, Líquidas</b>	<b>(1.016,2)</b>	<b>(968,5)</b>	<b>4,9%</b>	<b>(3.063,0)</b>	<b>(2.991,3)</b>	<b>2,4%</b>
% s/Receita Líq. de Varejo	38,5%	37,0%	1,5p.p.	38,8%	37,3%	1,5p.p.

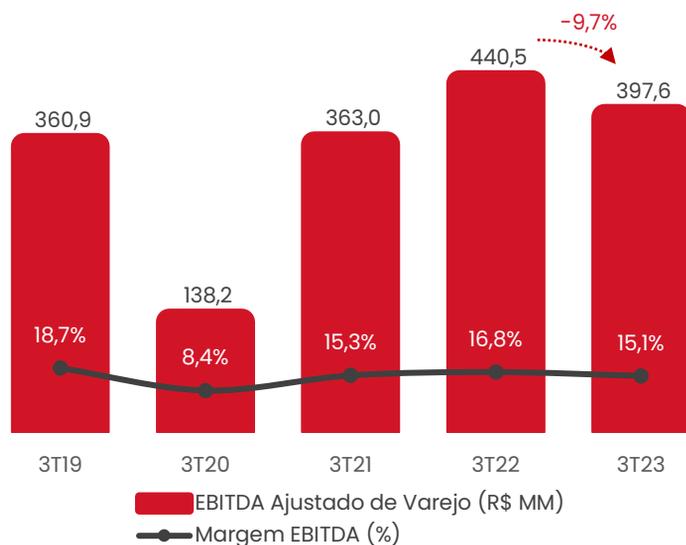
- A participação das Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas sobre a Receita Líquida de Varejo cresceu versus o 3T22, especialmente devido ao reduzido volume de vendas. Analisando o desempenho de setembro, quando os volumes cresceram, houve alavancagem operacional.
- O aumento nas Despesas Gerais e Administrativas refletiu, principalmente, os gastos adicionais relativos ao novo CD de Cabreúva, que impactaram cerca de 8% esta linha (R\$27,0 milhões). Excluindo este efeito, as despesas Gerais e Administrativas teriam decrescido cerca de 4% ante o mesmo trimestre do ano anterior. Ainda, os ajustes nas estruturas administrativas e de operação realizados no IS23 favoreceram a dinâmica de despesas.
- Excluindo estas despesas do CD, a participação do SG&A sobre a Receita Líquida do Varejo teria sido 38,3% no 3T23, estável ante o 3T22 (-0,2p.p.), reflexo das medidas adotadas pela Companhia para ajustes de estruturas ao longo do IS23.
- Já o canal digital seguiu alcançando maior eficiência, com redução de 6,6p.p. na participação das despesas sobre a receita online da Renner versus o 3T22, com destaque para a redução em publicidade.
- Por fim, os Outros Resultados Operacionais foram inferiores versus o mesmo período do ano anterior, em função, principalmente, da não comparabilidade de R\$ 43,8 milhões em Créditos Fiscais recuperados no 3T22.



As Despesas Operacionais não consideram as despesas com Depreciação e Amortização.

## EBITDA Ajustado do Varejo

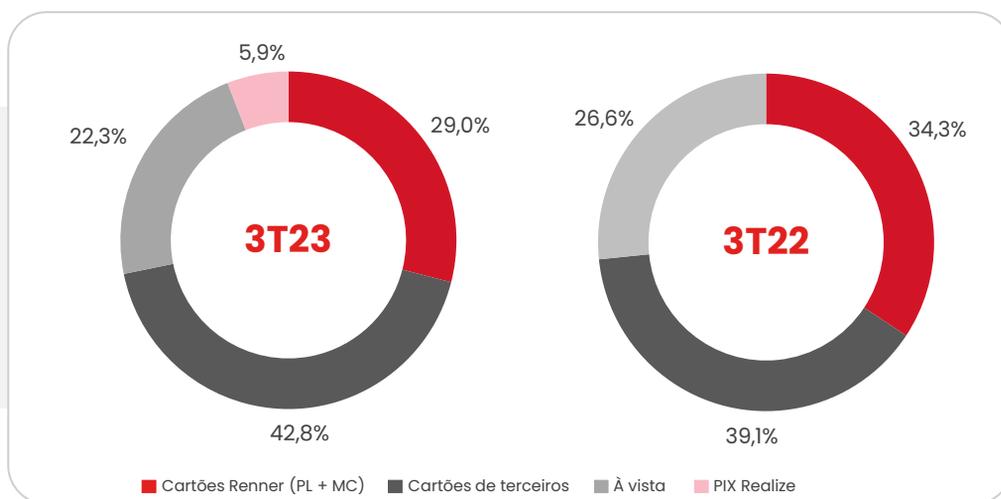
CAGR 3T19 - 3T23 = 2,5%



- O menor EBITDA Ajustado do Varejo deveu-se principalmente a menor alavancagem operacional e a não comparabilidade em Outros Resultados Operacionais.



## Condições de Pagamento

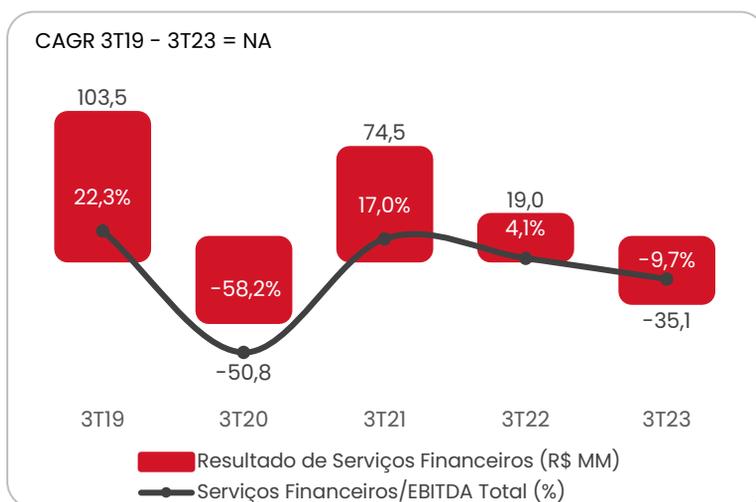


- A Companhia totalizou 5,2 milhões de cartões ativos no período, o que representou 29,0% das vendas no varejo, queda de 5,3 p.p. em relação ao 3T22. Essa redução foi principalmente devida a maior competição no segmento de crédito, bem como a maior restrição na concessão e originação. Adicionalmente, destacou-se o aumento de participação do pagamento via PIX viabilizado pela Realize CFI, reduzindo custos financeiros.

# Resultado de Serviços Financeiros

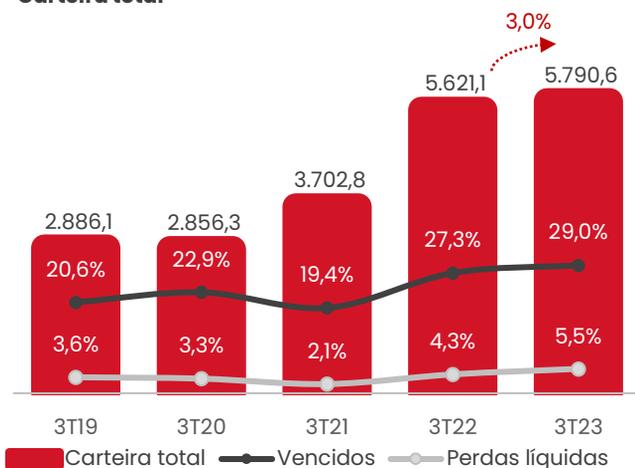
(R\$ MM)	3T23	3T22	Var.	9M23	9M22	Var.
<b>Receitas, líquidas de custo de funding</b>	<b>434,6</b>	<b>367,9</b>	<b>18,1%</b>	<b>1.392,0</b>	<b>1.157,9</b>	<b>20,2%</b>
Cartão Renner	31,2	8,2	281,2%	134,5	115,7	16,3%
% sobre carteira Cartão Renner	4,3%	0,9%	3,4p.p.	16,6%	11,8%	4,8p.p.
Cartão Bandeira	402,1	358,1	12,3%	1.255,0	1.036,3	21,1%
% sobre carteira Meu Cartão	7,7%	7,8%	-0,1p.p.	23,7%	24,6%	-0,9p.p.
Outras receitas operacionais	1,3	1,6	-18,8%	2,5	5,9	-58,0%
<b>Perdas em créditos, líquidas das recuperações</b>	<b>(329,5)</b>	<b>(236,9)</b>	<b>39,1%</b>	<b>(1.072,5)</b>	<b>(685,8)</b>	<b>56,4%</b>
Cartão Renner	(27,4)	(6,9)	299,4%	(104,9)	(71,7)	46,3%
% sobre carteira Cartão Renner	3,7%	0,7%	3,0p.p.	13,0%	7,3%	5,7p.p.
Cartão Bandeira	(302,1)	(230,0)	31,4%	(967,6)	(614,1)	57,5%
% sobre carteira Meu Cartão	5,8%	5,0%	0,8p.p.	18,3%	14,6%	3,7p.p.
<b>Despesas operacionais</b>	<b>(140,1)</b>	<b>(112,0)</b>	<b>25,1%</b>	<b>(418,5)</b>	<b>(355,8)</b>	<b>17,6%</b>
% sobre carteira total	2,4%	2,0%	0,4p.p.	7,2%	6,3%	0,9p.p.
<b>Resultado de serviços financeiros</b>	<b>(35,0)</b>	<b>19,0</b>	<b>NA</b>	<b>(99,0)</b>	<b>116,2</b>	<b>NA</b>
% sobre carteira total	-0,6%	0,3%	-0,9p.p.	-1,7%	2,1%	-3,8p.p.
% sobre o EBITDA Total Ajustado	-9,7%	4,1%	-13,8p.p.	-9,0%	7,5%	-16,6p.p.

- O crescimento das receitas foi superior ao da carteira de crédito, reflexo de uma melhor gestão do portfólio e ajustes na precificação dos riscos. Não obstante, no trimestre, houve alteração na data de corte da fatura, que trouxe um descasamento de fluxo de receitas, o qual impactou negativamente esta linha em ~R\$ 14 milhões e cujo valor será recomposto ao longo do 4T23.
- As Perdas Líquidas seguiram impactadas, em razão do contexto macroeconômico ainda difícil e do endividamento das famílias, que seguiu em patamares elevados, o que resultou em maior provisionamento de perdas do portfólio em atraso, garantindo as coberturas necessárias. Dados da Serasa Experian divulgados até o momento mostraram novamente um aumento da base de inadimplentes: de 71,5 milhões ao final do 2T23 para 71,8 milhões em setembro. Na Realize, este comportamento foi mais acentuado em safras com mais de 12 meses e, nas safras mais recentes, seguiu-se percebendo melhor comportamento em níveis de inadimplência. Importante lembrar que, no 3T22, foi realizada cessão de crédito de carteira baixada (vencida acima de 360 dias), que beneficiou esta linha naquele período em R\$ 23,8 milhões.
- Adicionalmente, no trimestre, houve melhora na formação de saldo acima de 90 dias nominal (NPL90 formation), que ficou 20,9% e 5,9% menor versus o 2T23 e 3T22, respectivamente.
- As despesas operacionais como percentual da carteira total cresceram em relação ao ano anterior e refletiram o baixo crescimento da carteira ante sua estrutura de despesas fixas e créditos não recorrentes ocorridos no 3T22.
- Assim, o Resultado de Serviços Financeiros foi menor que no 3T22, mas com evolução sequencial versus o 2T23, sendo que setembro apresentou resultado já em patamar positivo, tendência que seguiu em outubro.



# Carteira de Crédito

## Carteira total



- A carteira total apresentou leve crescimento em comparação com o 3T22, em função dos maiores volumes transacionados no Meu Cartão, bem como do aumento do volume de vencidos neste produto. Analisando apenas a carteira em dia, houve estabilidade. Já na comparação com o 2T23, a carteira total caiu 6,2%, sendo que a em dia caiu 6,8%.

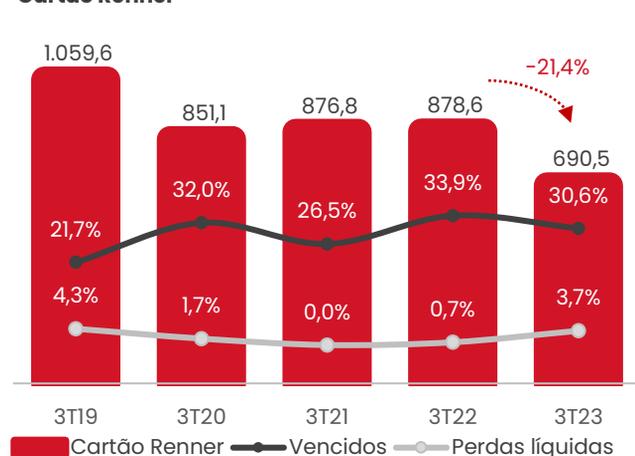
- O cenário macroeconômico ainda desafiador, com endividamento das famílias em patamares recordes tem afetado o poder de compra e hábito dos consumidores. Desta forma, o menor consumo no período, uma política de crédito mais conservadora, assim como uma menor base de cartões apta para consumo, levaram a uma menor renovação da carteira.

- Diante deste cenário, a Financeira manteve sua dinâmica de restrição de oferta de crédito, visando os melhores perfis de clientes, além da oferta equilibrada dos produtos. A taxa de aprovação de concessão de crédito (~30% em set/23), teve declínio de mais de 17p.p. ano contra ano e de 8,6p.p. versus jun/23. Em relação ao mix de risco dos clientes aprovados, os considerados com mínimo ou baixo, atingiram 94% do total (vs. 69% em set/22).

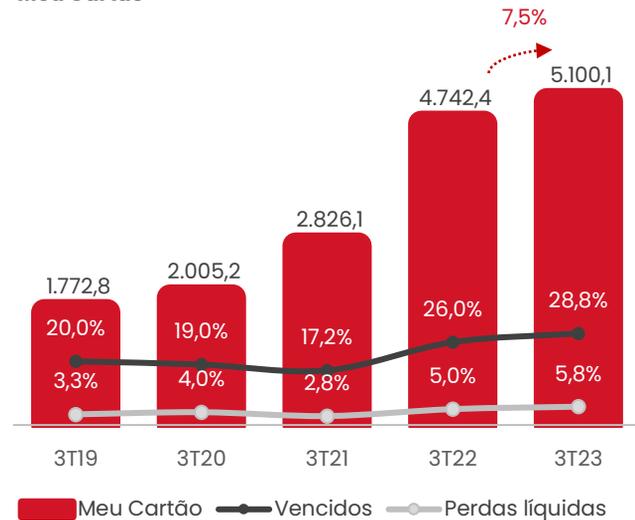
- Os vencidos totais aumentaram versus o mesmo trimestre do ano anterior, refletindo o cenário de inadimplência de mercado, que seguiu desafiador. Adicionalmente, no trimestre, houve melhora na formação de saldo acima de 90 dias nominal (NPL90 formation), que ficou 20,9% e 5,9% menor versus o 2T23 e 3T22, respectivamente. Já como proporção da carteira, houve aumento de 1,0p.p., sequencialmente versus o 2T23, consequência da baixa volumetria na formação de novos créditos. Ainda, o comportamento dos clientes das novas safras seguiu com boa qualidade, porém ainda com baixa representatividade sobre o total da base de clientes.

- O aumento nas perdas líquidas foi explicado pelo maior provisionamento do portfólio em atraso, garantindo as coberturas necessárias para possíveis perdas de crédito, além de maiores níveis de perda efetiva e menores recuperações. Lembrando que a cessão de créditos vencidos de R\$23,8 milhões no 3T22 impactou esta comparação, conforme já mencionado. Por fim, a cobertura total atingiu 21,1%, +3,5p.p. versus o 3T22 e +1,2p.p. acima do 2T23. A cobertura do over 90, por sua vez, aumentou de 94,4% no 3T22 para 96,4%.

## Cartão Renner



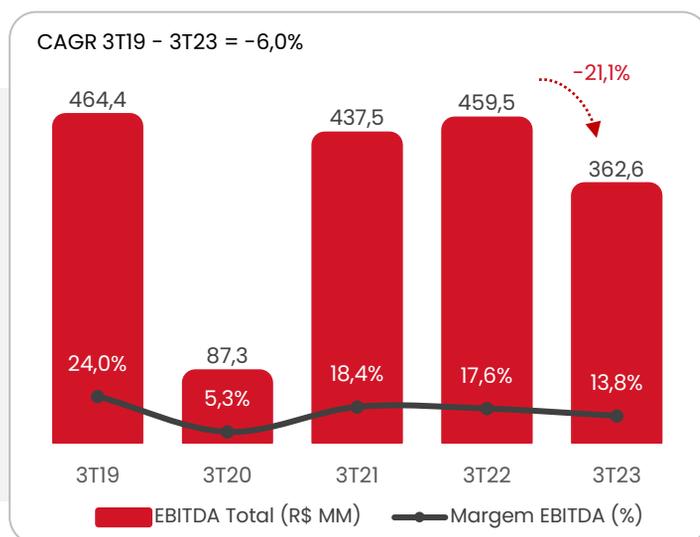
## Meu Cartão



## EBITDA Ajustado Total

(R\$ MM)	3T23	3T22	Var.	9M23	9M22	Var.
<b>Lucro Líquido do Período</b>	<b>172,9</b>	<b>257,9</b>	<b>-32,9%</b>	<b>449,4</b>	<b>809,9</b>	<b>-44,5%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(96,5)	(57,0)	69,3%	(218,9)	(17,0)	NA
Resultado Financeiro, Líquido	15,4	0,1	NA	59,1	(13,4)	NA
Depreciações e amortizações	264,3	251,2	5,2%	768,5	737,3	4,2%
<b>EBITDA Total</b>	<b>356,1</b>	<b>452,2</b>	<b>-21,3%</b>	<b>1.058,1</b>	<b>1.516,8</b>	<b>-30,2%</b>
Plano de Opção de Compra de Ações	6,5	6,5	0,2%	18,8	17,3	8,4%
Resultado da Venda ou Baixa de Ativos Fixos	-	0,8	NA	19,1	10,3	84,5%
<b>EBITDA Total Ajustado</b>	<b>362,6</b>	<b>459,5</b>	<b>-21,1%</b>	<b>1.096,0</b>	<b>1.544,4</b>	<b>-29,0%</b>

- O EBITDA Ajustado Total apresentou declínio em relação ao mesmo período do ano anterior, essencialmente em função do menor desempenho dos segmentos de varejo e serviços financeiros.
- Conforme já mencionado, existem efeitos não recorrentes que impactaram a comparabilidade deste desempenho em cerca de R\$ 88 milhões (venda de carteira, alteração de data de corte da fatura, recuperação de créditos fiscais e despesas adicionais CD SP).



## Resultado Financeiro Líquido

(R\$ MM)	3T23	3T22	Var.	9M23	9M22	Var.
<b>Receitas Financeiras</b>	<b>106,7</b>	<b>159,2</b>	<b>-33,0%</b>	<b>271,0</b>	<b>439,1</b>	<b>-38,3%</b>
Rendimentos de equivalentes de caixa e aplicações financeiras	85,9	135,6	-36,6%	236,5	389,7	-39,3%
Juros Selic sobre créditos tributários	20,8	23,6	-11,9%	34,5	49,4	-30,1%
<b>Despesas Financeiras</b>	<b>(100,6)</b>	<b>(145,7)</b>	<b>-31,0%</b>	<b>(293,2)</b>	<b>(418,1)</b>	<b>-29,9%</b>
Juros de empréstimos, financiamentos e debêntures	(41,5)	(89,0)	-53,4%	(122,0)	(252,8)	-51,7%
Juros sobre arrendamentos	(59,1)	(56,7)	4,3%	(171,2)	(165,3)	3,6%
<b>Variações cambiais e correções monetárias, líquidas</b>	<b>(28,3)</b>	<b>(13,1)</b>	<b>117,0%</b>	<b>(41,1)</b>	<b>(14,3)</b>	<b>187,2%</b>
<b>Outras receitas e despesas, líquidas</b>	<b>6,8</b>	<b>(0,6)</b>	<b>NA</b>	<b>4,1</b>	<b>6,7</b>	<b>-39,3%</b>
<b>Resultado Financeiro, Líquido</b>	<b>(15,4)</b>	<b>(0,1)</b>	<b>NA</b>	<b>(59,1)</b>	<b>13,4</b>	<b>542,0%</b>

- O Resultado Financeiro Líquido foi negativo em R\$ 15,4 milhões versus R\$ 0,1 milhão também negativos no 3T22, tendo como principal razão as correções monetárias da Argentina.

## Fluxo de Caixa Livre

(R\$ MM)	3T23	3T22	Var.	9M23	9M22	Var.
<b>EBITDA Total Ajustado (Pós IFRS 16)</b>	<b>362,6</b>	<b>459,5</b>	<b>(97,0)</b>	<b>1.096,0</b>	<b>1.544,4</b>	<b>(448,4)</b>
(+/-) IR, CSSL/Receitas Financeiras	76,1	118,0	(41,9)	198,9	320,0	(121,1)
<b>Fluxo de Caixa Operacional</b>	<b>438,7</b>	<b>577,5</b>	<b>(138,8)</b>	<b>1.294,9</b>	<b>1.864,4</b>	<b>(569,5)</b>
<b>(+/-) Variação Capital de Giro</b>	<b>415,4</b>	<b>(200,4)</b>	<b>615,8</b>	<b>(108,7)</b>	<b>(1.217,8)</b>	<b>1.109,1</b>
Contas a Receber	443,5	226,1	217,4	833,6	(76,7)	910,3
Obrigações com Adm de Cartões	(54,0)	67,9	(121,9)	(157,4)	309,4	(466,8)
Estoques	(40,7)	(180,1)	139,4	(142,7)	(437,5)	294,8
Fornecedores	177,6	(51,9)	229,6	(208,6)	(255,8)	47,2
Impostos	11,0	(45,7)	56,7	18,5	(76,4)	94,8
Outras Contas a Receber/Pagar	(122,0)	(216,7)	94,7	(452,0)	(680,7)	228,7
<b>(-) Capex</b>	<b>(255,0)</b>	<b>(281,2)</b>	<b>26,3</b>	<b>(533,8)</b>	<b>(674,9)</b>	<b>141,1</b>
<b>(-) Investimentos em controladas</b>	<b>-</b>	<b>(12,0)</b>	<b>12,0</b>	<b>(8,7)</b>	<b>(98,8)</b>	<b>90,1</b>
<b>(=) Fluxo de Caixa Livre</b>	<b>599,1</b>	<b>83,8</b>	<b>515,3</b>	<b>643,8</b>	<b>(127,0)</b>	<b>770,8</b>

- A melhor geração de fluxo de caixa livre, no 3T23, em comparação com o ano anterior, foi principalmente em razão da melhor gestão do capital de giro, bem como da maior reatividade, o que também se refletiu no Ciclo Financeiro, que reduziu de 134 para 130 dias.

## (Caixa) Endividamento Líquido

(R\$ MM)	30/09/2023	30/09/2022
<b>Empréstimos e Financiamentos</b>	<b>1.131,3</b>	<b>2.296,2</b>
Circulante	631,5	1.195,2
Não Circulante	499,8	1.101,0
<b>Financiamentos de Operações de Crédito ao Cliente</b>	<b>1.029,5</b>	<b>1.111,5</b>
Circulante	365,1	764,3
Não Circulante	664,4	347,2
<b>Endividamento Bruto</b>	<b>2.160,8</b>	<b>3.407,7</b>
<b>Caixa e Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras</b>	<b>(3.273,8)</b>	<b>(4.406,3)</b>
<b>(Caixa) Endividamento Líquido</b>	<b>(1.113,0)</b>	<b>(998,6)</b>
(Caixa) Endividamento Líquido/EBITDA Ajustado Total (Pós IFRS 16) (LTM)	-0,55x	-0,43x
(Caixa) Endividamento Líquido/EBITDA Ajustado Total (Ex IFRS 16) (LTM)	-0,83x	-0,62x

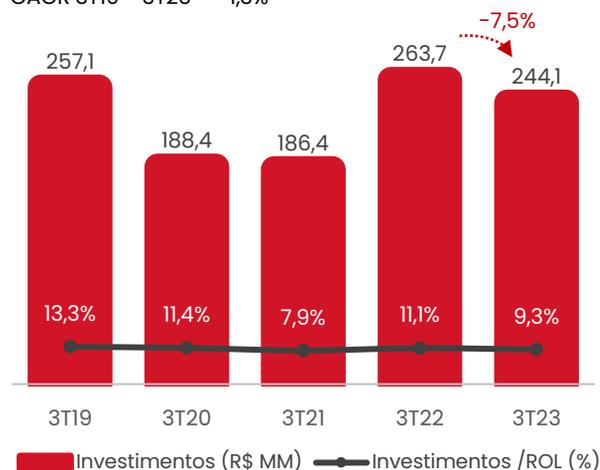
- A Companhia apresentou novamente posição líquida de caixa, não obstante a utilização de recursos para pagamento de JSCP e para a execução do Programa de Recompra de ações, no montante de R\$ 288 milhões, encerrado em março de 2023.

# Investimentos

(R\$ MM)	3T23	3T22	9M23	9M22
Novas lojas	52,8	59,0	119,3	169,1
Remodelação de instalações e outros	85,5	52,1	169,4	92,2
Sistemas e equip. de tecnologia	98,4	133,2	257,2	259,5
Centros de distribuição e outros	7,4	19,5	15,5	65,7
<b>Total dos investimentos</b>	<b>244,1</b>	<b>263,7</b>	<b>561,4</b>	<b>586,5</b>

- No 3T23, os investimentos foram menores versus o 3T22, em função, principalmente, do menor CAPEX nas frentes tecnológicas e logística (CD de SP), não obstante os maiores gastos em remodelações, que contribuirão para a produtividade destas unidades. No período, 12 lojas tiveram sua remodelação finalizada.
- No trimestre, houve a inauguração de 6 unidades da Renner, além de 3 da Youcom e 2 da Ashua. No acumulado até setembro, foram abertas 21 lojas, das quais 10 Renner, sendo 90% em municípios onde a Companhia ainda não estava presente, além de 7 Youcom e 4 Ashua, em linha com o plano de expansão previsto para 2023. No acumulado do ano, as lojas em novos municípios apresentaram margem EBITDA superior às demais de safras comparáveis.
- As Depreciações e Amortizações relacionadas ao imobilizado e intangível totalizaram R\$ 146,1 milhões no trimestre, 15,3% maior versus o 3T22, em função do aumento nos ativos fixos. Já a Depreciação do Direito de Uso (IFRS 16) totalizou R\$ 118,1 milhões, redução de 5,1%, em razão de reavaliações contratuais de aluguel junto aos operadores de shoppings, bem como menor efeito inflacionário sobre custos de ocupação.

CAGR 3T19 - 3T23 = -1,3%

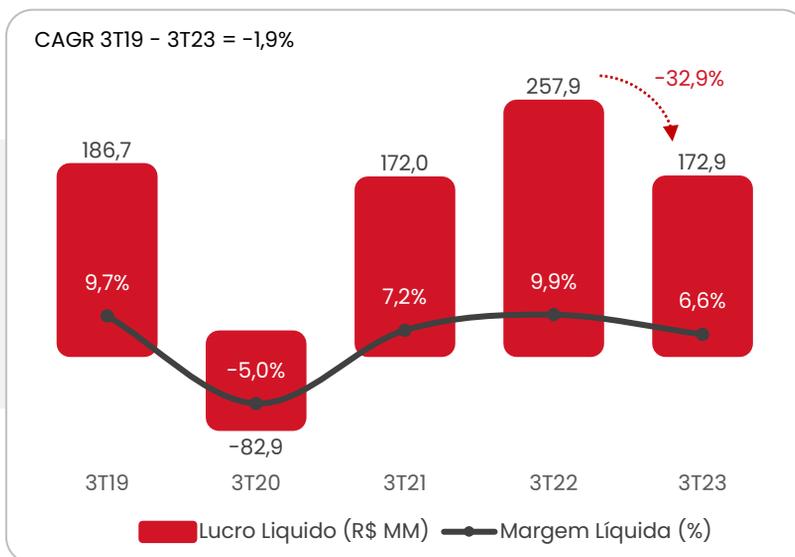


	3T23	3T22	Var.	9M23	9M22	Var.
<b>RENNER</b>						
Número de Lojas	438	427	11	438	427	11
Inaugurações, líquidas	7	8	N/A	3	14	N/A
Área de Vendas (mil m <sup>2</sup> )	724,2	729,6	-0,7%	724,2	729,6	-0,7%
<b>CAMICADO</b>						
Número de Lojas	107	123	-16	107	123	-16
Inaugurações, líquidas	-3	3	N/A	-16	4	N/A
Área de Vendas (mil m <sup>2</sup> )	45,7	51,6	-11,6%	45,7	51,6	-11,6%
<b>YOUCOM</b>						
Número de Lojas	118	113	5	118	113	5
Inaugurações, líquidas	7	1	N/A	4	9	N/A
Área de Vendas (mil m <sup>2</sup> )	20,9	19,5	7,7%	20,9	19,5	7,7%

As unidades da Ashua são consolidadas na marca Renner.  
 Área de vendas não considera estoque, retaguarda e administrativo.  
 Fechamento de 1 Renner e 2 Camicado no 3T23.

## Lucro Líquido e Eventos Societários

- O Lucro Líquido do trimestre foi inferior ao 3T22, em razão da menor geração operacional dos segmentos de varejo e serviços financeiros, não obstante a menor alíquota efetiva de IRCS, em função da maior representatividade do JSCP sobre o Resultado antes do IRCS.
- No trimestre, a Lojas Renner S.A. destinou aos seus acionistas Juros sobre Capital Próprio (JSCP), no montante de R\$ 171,7 milhões, correspondentes a R\$ 0,179690 por ação. Também foi aprovado o pagamento do JSCP do 1T23 e 2T23 realizado a partir de 05/10/2023, que totalizou R\$ 346,4 milhões.



# Resultados Consolidados

R\$ mil	3T23	3T22	Var	9M23	9M22	Var
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>3.097.096</b>	<b>3.017.632</b>	<b>2,6%</b>	<b>9.376.471</b>	<b>9.256.993</b>	<b>1,3%</b>
Receita Líquida das Vendas de Mercadorias	2.620.943	2.602.783	0,7%	7.853.590	7.990.439	-1,7%
Receita Líquida de Serviços	476.153	414.849	14,8%	1.522.881	1.266.554	20,2%
<b>Custo das Vendas</b>	<b>(1.249.415)</b>	<b>(1.241.428)</b>	<b>0,6%</b>	<b>(3.728.539)</b>	<b>(3.681.228)</b>	<b>1,3%</b>
Custo das Mercadorias Vendidas	(1.217.112)	(1.201.983)	1,3%	(3.624.697)	(3.592.022)	0,9%
Custos dos Serviços	(32.303)	(39.445)	-18,1%	(103.842)	(89.206)	16,4%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1.847.681</b>	<b>1.776.204</b>	<b>4,0%</b>	<b>5.647.932</b>	<b>5.575.765</b>	<b>1,3%</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(1.755.853)</b>	<b>(1.575.209)</b>	<b>11,5%</b>	<b>(5.358.335)</b>	<b>(4.796.288)</b>	<b>11,7%</b>
Vendas	(690.457)	(675.481)	2,2%	(2.103.399)	(2.034.934)	3,4%
Gerais e Administrativas	(346.603)	(332.496)	4,2%	(1.036.123)	(958.516)	8,1%
Depreciações e Amortizações	(264.253)	(251.178)	5,2%	(768.489)	(737.261)	4,2%
Perdas em Crédito, Líquidas	(329.561)	(236.888)	39,1%	(1.072.481)	(685.863)	56,4%
Outros Resultados Operacionais	(124.979)	(79.166)	57,9%	(377.843)	(379.714)	-0,5%
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional antes do Resultado Financeiro</b>	<b>91.828</b>	<b>200.995</b>	<b>-54,3%</b>	<b>289.597</b>	<b>779.477</b>	<b>-62,8%</b>
Resultado Financeiro, Líquido	(15.452)	(130)	NA	(59.148)	13.382	NA
Imposto de Renda e Contribuição Social	96.526	56.997	69,4%	218.919	17.022	NA
<b>Lucro Líquido do Período</b>	<b>172.902</b>	<b>257.862</b>	<b>-32,9%</b>	<b>449.368</b>	<b>809.881</b>	<b>-44,5%</b>
Lucro líquido por ação - R\$	0,1809	0,2605	-30,5%	0,4702	0,8180	-42,5%
Quantidade, líquida das ações em tesouraria, ao final do período (milhares)	955.601	990.063		955.601	990.063	

# Balanços Patrimoniais Consolidados

R\$ mil	30/09/2023	31/12/2022
<b>ATIVO TOTAL</b>	<b>19.959.761</b>	<b>21.148.892</b>
<b>Ativo Circulante</b>	<b>11.701.873</b>	<b>13.053.770</b>
Caixa e Equivalentes de Caixa	2.647.874	2.848.351
Aplicações Financeiras	625.935	655.131
Contas a Receber	5.691.095	6.524.832
Estoques	1.979.654	1.836.947
Tributos a Recuperar	587.445	1.003.849
Instrumentos financeiros derivativos	15.917	8.204
Outros ativos	153.953	176.456
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>8.257.888</b>	<b>8.095.122</b>
Tributos a Recuperar	311.525	234.726
Imposto de renda e contribuição social diferidos	729.301	555.595
Outros ativos	192.705	225.345
Imobilizado	2.844.936	2.830.784
Direito de Uso	2.440.966	2.609.505
Intangível	1.738.455	1.639.167
<b>PASSIVO TOTAL E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>19.959.761</b>	<b>21.148.892</b>
<b>Passivo Circulante</b>	<b>6.901.670</b>	<b>7.005.579</b>
Empréstimos, financiamentos e debêntures	631.512	122.824
Financiamentos - Operações Serviços Financeiros	365.112	581.351
Arrendamentos a pagar	731.263	719.829
Fornecedores	1.529.702	1.624.082
Obrigações - Risco Sacado	6.606	78.848
Obrigações com Administradora de Cartões	2.307.571	2.464.968
Obrigações fiscais	178.584	566.891
Obrigações sociais e trabalhistas	336.286	305.062
Obrigações Estatutárias	458.342	160.966
Provisão para Riscos	98.348	85.079
Instrumentos financeiros derivativos	5.604	6.940
Outras Obrigações	252.740	288.739
<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>3.293.000</b>	<b>4.055.798</b>
Empréstimos, financiamentos e debêntures	499.804	1.046.319
Financiamentos - Operações Serviços Financeiros	664.389	654.881
Arrendamentos a pagar	2.011.770	2.190.081
Imposto de renda e contribuição social diferidos	620	3.618
Fornecedores	25.074	17.304
Provisão para Riscos	49.005	49.245
Outras Obrigações	42.338	94.350
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>9.765.091</b>	<b>10.087.515</b>
Capital Social	9.022.277	9.022.277
Ações em Tesouraria	(165.652)	(552.812)
Reservas de Capital	122.518	119.375
Reservas de Lucros	740.301	1.382.939
Outros resultados abrangentes	114.397	115.736
Prejuízos Acumulados	(68.750)	-

# Fluxos de Caixa Consolidados

R\$ mil	3T23	3T22	9M23	9M22
<b>Fluxos de caixa das atividades operacionais</b>				
<b>Lucro líquido do período</b>	<b>172.902</b>	<b>257.862</b>	<b>449.368</b>	<b>809.881</b>
<b>Ajustes para conciliar o resultado ao caixa e equivalentes de caixa gerados pelas atividades operacionais:</b>				
Depreciações e amortizações	276.070	262.914	804.852	772.238
Juros e custos de estruturação sobre empréstimos, financiamentos e arrendamento	144.628	191.643	442.882	530.405
Imposto de renda e contribuição social	(96.526)	(56.997)	(218.919)	(17.022)
(Reversões) Perdas estimadas em ativos, líquidas	(18.452)	168.458	66.322	403.698
Descontos - arrendamentos a pagar	-	-	-	(25.905)
Outros ajustes do lucro líquido	43.690	28.022	104.563	119.906
<b>Lucro líquido ajustado</b>	<b>522.312</b>	<b>851.902</b>	<b>1.649.068</b>	<b>2.593.201</b>
<b>(Aumento) Redução nos Ativos</b>				
Contas a receber de clientes	461.561	60.720	765.410	(482.333)
Estoques	(42.271)	(191.598)	(131.483)	(454.010)
Tributos a recuperar	18.655	(70.491)	280.328	131.325
Outros ativos	16.298	(56.090)	58.058	(214.990)
<b>Aumento (Redução) nos Passivos</b>				
Fornecedores	175.965	(97.096)	(127.254)	(273.932)
Obrigações - risco sacado	(855)	23.919	(72.981)	9.460
Obrigações com administradoras de cartões	(54.017)	67.854	(157.397)	309.397
Obrigações fiscais	(28.806)	6.141	(315.987)	(240.797)
Outras obrigações	14.215	(4.017)	(61.413)	(98.562)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(6.328)	(28.630)	(34.021)	(113.717)
Juros pagos sobre empréstimos, financiamentos e debêntures	(100.083)	(144.605)	(249.342)	(298.388)
<b>Fluxos de caixa das atividades operacionais, antes das aplicações financeiras</b>	<b>976.646</b>	<b>418.009</b>	<b>1.602.986</b>	<b>866.654</b>
Aplicações financeiras	(44.456)	(111.429)	29.196	(8.023)
<b>Fluxos de caixa das atividades operacionais</b>	<b>932.190</b>	<b>306.580</b>	<b>1.632.182</b>	<b>858.631</b>
<b>Fluxos de caixa das atividades de investimentos</b>				
Aquisições de imobilizado e intangível	(254.954)	(281.221)	(533.769)	(674.871)
Aporte de capital em controladas e aquisição de controladas, líquida de caixa adquirido	-	1.562	(30)	(85.215)
<b>Caixa líquido consumido pelas atividades de investimentos</b>	<b>(254.954)</b>	<b>(279.659)</b>	<b>(533.799)</b>	<b>(760.086)</b>
<b>Fluxos de caixa das atividades de financiamentos</b>				
Aumento do capital social, líquido das custas de emissão	-	13.628	-	23.039
Recompra de ações	-	-	(288.180)	(453.943)
Captações e amortizações de empréstimos e debêntures	(147.496)	(20.909)	(249.656)	(110.745)
Contraprestação de arrendamentos a pagar	(193.011)	(176.473)	(568.766)	(493.716)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	-	(267.871)	(157.502)	(614.187)
<b>Fluxos de caixa das atividades de financiamentos</b>	<b>(340.507)</b>	<b>(451.625)</b>	<b>(1.264.104)</b>	<b>(1.649.552)</b>
<b>Efeito da variação cambial sobre o saldo de caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>(8.816)</b>	<b>(705)</b>	<b>(34.756)</b>	<b>1.798</b>
<b>Variação no caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>327.913</b>	<b>(425.409)</b>	<b>(200.477)</b>	<b>(1.549.209)</b>
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	2.319.961	4.365.617	2.848.351	5.489.417
<b>Caixa e equivalentes de caixa no fim do período</b>	<b>2.647.874</b>	<b>3.940.208</b>	<b>2.647.874</b>	<b>3.940.208</b>

# Glossário

1P (first party): Estoque próprio, a empresa compra e vende diretamente os produtos para os clientes.

3P (third-party seller): Estoque de terceiros que é gerenciado pelos sellers.

B2B (Business-to-Business): Comércio estabelecido entre empresas.

BRANDING: Estratégia de gestão da marca que visa torná-la mais reconhecida pelo seu público e presente no mercado.

CAC (Customer Acquisition Cost): Custo de Aquisição de Clientes.

CAGR (Compound Annual Growth Rate): Taxa Composta de Crescimento Anual.

CAPEX: Recursos destinados para os investimentos em bens de capital da Companhia (Exemplos: ativos fixos e ativos intangíveis).

CDB: Certificado de Depósito Bancário, é um título de renda fixa emitido por bancos para captar dinheiro e financiar suas atividades. Em troca deste empréstimo de recursos ao banco, o mesmo irá devolver ao investidor a quantia aplicada mais o juro acordado no momento do investimento.

CHURN: Taxa de rotatividade. É uma métrica utilizada na gestão de clientes que mostra a taxa de consumidores que uma empresa perdeu em determinado período e o total de receitas envolvidas nesse processo.

CHECKOUT MÓVEL: Processo de finalização de compra realizado fora dos caixas tradicionais. A finalização pode ser realizada através da *Venda Móvel*, feita por colaboradores utilizando dispositivos móveis de lojas; do *Self Checkout*, totens de autoatendimento; e através do *Pague Digital*, onde o cliente compra com o seu próprio celular no aplicativo da Renner.

CRM (Customer Relationship Management): Software que proporciona uma gestão completa do processo de vendas, tornando a abordagem e os contatos com clientes mais assertivos.

CROSS SELL (Venda Cruzada): Venda de produtos ou serviços complementares com base nos interesses do clientes dentro do ecossistema da Renner.

EBITDA: significa "Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization" ou em português, LAJIDA, (Lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização). Indicador de desempenho e geração operacional de caixa. O cálculo do EBITDA poderá ser ajustado por itens não recorrentes, que contribuam para a informação sobre o potencial de geração bruta de caixa nas operações da Companhia. O EBITDA Ajustado não possui significado padronizado e nossa definição pode não ser comparável àquelas utilizadas por outras empresas.

ESG (Environmental, Social and Governance): Melhores práticas ambientais, sociais e de governança.

FOLLOW ON: Oferta subsequente de ações de uma Companhia de capital aberto.

FREE FLOAT: É o percentual das ações de uma empresa que está em circulação na Bolsa de Valores.

GMV (Gross Merchandise Volume): Volume bruto de mercadoria é um termo usado no varejo online para indicar o valor monetário total de vendas nesse canal.

IDIVERSA: O índice da bolsa Brasileira (B3) tem por objetivo tornar os indicadores de diversidade visíveis e tangíveis para o mercado e gerar comparabilidade no desempenho das empresas, induzindo-as a adotarem as melhores práticas em relação à diversidade.

INFLUENCER: São profissionais que, por meio de conteúdos publicados nas mídias sociais, conseguem influenciar e causar um efeito em milhares de pessoas sobre determinado produto. Por conta de seus seguidores e engajamento, eles são vistos como pessoas de credibilidade e bem-sucedidas em seu meio.

IN SEASON: decisões de compras de itens feitas dentro da estação (ex. primavera-verão).

IFRS: International Financial Reporting Standards, correspondente às normas internacionais de contabilidade.

LAST MILE: Última milha em português, é um conceito que se refere à etapa final da entrega do produto, partindo de um centro de distribuição até o destinatário final.

LIFE TIME VALUE: É uma métrica que define o valor do ciclo de vida do cliente. Trata-se da soma de todos os valores gastos por um consumidor enquanto ele é, de fato, um cliente da marca.

MARKETPLACE: Plataforma de venda online que reúne diferentes empresas vendendo produtos, como se fosse uma vitrine virtual.

MAU (Monthly Active Users): Número de usuários ativos em um mês, a métrica diz respeito à frequência de envolvimento de usuários em sites e aplicativos.

OMNICHANNEL: Estratégia que utiliza todos os canais de comunicação da empresa de modo integrado e simultâneo. Tem como objetivo estreitar a relação entre online e offline e fortalecer a relação do cliente com a empresa, aprimorando assim, a sua experiência.

PAGUE DIGITAL: Modalidade de compra onde o cliente pode pagar suas compras dentro da loja com o seu próprio celular, através do aplicativo da Renner.

p.p: Pontos percentuais.

ROIC LTM (Return On Invested Capital – Last Twelve Months): Retorno Sobre o Capital Investido nos últimos doze meses.

SELLER: É o nome dado a todos aqueles que vendem seus produtos no marketplace.

SEO (Search Engine Optimization): é o conjunto de estratégias para potencializar e melhorar o posicionamento de sites nas páginas de resultados orgânicos.

SPENDING: Gasto total do cliente em determinado período.

SSS (Vendas Mesmas Lojas): Relação entre as vendas realizadas nas mesmas lojas (mais de 12 meses de operação) no período atual comparado as vendas nestas mesmas lojas no período do ano anterior.

STAKEHOLDERS: Indivíduos ou entidades que possuem relacionamento com a Companhia. Além dos acionistas, são stakeholders os colaboradores, clientes, fornecedores, credores, governos e comunidade em geral.

STARTUP: Empresas jovens ou recém-criadas que apresentam grandes possibilidades de crescimento. É caracterizada por ser um negócio escalável e que cresce de uma forma muito mais rápida e eficiente em comparação a uma pequena ou média empresa tradicional.

STICKINESS: É a propensão dos clientes a retornar ao produto ou usá-lo com mais frequência, possui características que aprofundam o relacionamento com o cliente ao longo do tempo.

TPV (Total Payment Volume): Volume Total de Pagamentos.

UX (User Experience): Experiência do Usuário é o conjunto de elementos e fatores relativos à interação do usuário com um determinado produto, sistema ou serviço, responsável por projetar experiências de uso encantadoras para fidelizar e conquistar clientes.

VITRINE INFINITA: É a disponibilização dos estoques das lojas físicas no e-commerce, dessa forma, os clientes podem comprar os produtos do estoque da loja física através do e-commerce.



# Sobre a Lojas Renner S.A.

Companhia constituída em 1965 e de capital aberto desde 1967. De capital totalmente pulverizado desde 2005, com 100% de free float, sendo considerada a primeira corporação brasileira. Negociada na B3 sob o código LREN3, no Novo Mercado, mais alto nível de Governança Corporativa, e, via ADRs, no OTC US, sob o código LRENY. **A Lojas Renner S.A.** é um **ecossistema de moda e lifestyle** conectado aos clientes por meio de canais digitais e suas lojas físicas no Brasil, Argentina e Uruguai e é hoje, o ecossistema líder no varejo de moda *omnichannel* no país, através dos negócios **Renner, Camicado, Youcom, Realize CFI e Repassa.**

A **Renner** tem como propósito entregar a melhor experiência *omni* em moda com diferentes estilos para o segmento médio/alto, encantando seus clientes com produtos e serviços de qualidade a preços competitivos, sempre inovando de forma sustentável. A Renner desenvolve e vende roupas, calçados e moda íntima de qualidade sob marcas próprias no conceito de *lifestyle*. Além disso, conta com marcas próprias de acessórios e cosméticos e oferece mercadorias em determinadas categorias sob marcas de terceiros, além do sortimento adicional disponibilizado pelo seu marketplace.

A **Camicado**, adquirida em 2011, é uma rede de lojas com mais de 35 anos de especialização no mercado de *Home & Decor*. A empresa oferece uma grande variedade de produtos para decoração, utensílios de cozinha e domésticos, eletroportáteis, organização, cama, mesa e banho. Além disso, é especialista em lista de presentes para qualquer celebração. Tudo para levar ao cliente soluções completas com qualidade e muito estilo.

A **Youcom** é uma marca de moda com um estilo de vida inspirado no jovem urbano. Oferece uma experiência *omnichannel* para seus clientes, que permite a compra no site e a retirada na loja física. A marca segue crescendo e cumprindo seu propósito de encantar e conectar pessoas de *lifestyle* jovem com a moda.

A **Ashua**, criada em 2016, é uma marca *fashion plus size* que inspira o empoderamento feminino e celebra a diversidade, oferecendo coleções com muita informação de moda, priorizando o corte, o conforto e o estilo de cada mulher, em uma experiência de compra *omnichannel*.

A **Realize** é uma instituição financeira que apoia a fidelização e a conveniência dos clientes do ecossistema dando suporte à operação de varejo da Companhia. Com a oferta de um conjunto de serviços financeiros, entre eles o Cartão Renner e o Meu Cartão (cartão de crédito internacional), além de linhas de crédito para fornecedores da Companhia, do Saque Rápido e um portfólio de seguros.

A Companhia conta também com a **Uello**, uma logtech nativa digital, focada em soluções para entregas urbanas e a **Repassa**, plataforma online de revenda de vestuário, calçados e acessórios.

## Relações com Investidores e Governança Corporativa

### CFO e DRI

Daniel Martins dos Santos

### Relações com Investidores

[www.lojasrenner.mzweb.com.br](http://www.lojasrenner.mzweb.com.br)  
[ri@lojasrenner.com.br](mailto:ri@lojasrenner.com.br)

Carla Sffair  
Caroline Luccarini  
Maurício Töller  
Luciana Moura

### Governança Corporativa

[gc@lojasrenner.com.br](mailto:gc@lojasrenner.com.br)  
Informações sobre assembleias:  
[acionistas@lojasrenner.com.br](mailto:acionistas@lojasrenner.com.br)

Diva Freire  
Bruna Miranda

# LREN3

**B3 LISTED NM**  
**USTOC: LRENY**

Preço da ação: **R\$ 13,40**  
Valor de mercado: **R\$ 12,9 bilhões**  
em 30 de setembro de 2023

### AVISO LEGAL

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da Lojas Renner S.A. são meramente expectativas 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.



# LOJAS RENNER S.A.

 RENNER

CMICADO

youcom

realize

ASHUA

repassa