



RESULTADOS 1T23

LOJAS RENNER S.A.

 RENNER

CMICADO

youcom

realize

repassa

Destques do trimestre

3 de maio de 2023 - A Lojas Renner S.A. (B3: LREN3; USOTC: LRENY), maior varejista de moda no Brasil, anuncia seus resultados do primeiro trimestre de 2023 (1T23).

Excepcionalmente neste trimestre, a Companhia apresentará neste documento apenas as informações relativas a performance financeira. Demais informações referentes aos avanços do ecossistema serão apresentadas no evento Investor Day, que ocorrerá no dia 4 de maio, após a videoconferência de resultados.

Vídeoconferência de Resultados

4 de maio de 2023
9h (BRT) | 8am (US-EST)



ROICTM de 11,8% (+2,4 p.p.), com avanços na estrutura de capital



Posição robusta de caixa de R\$ 2,8 bilhões, com caixa líquido de cerca de R\$ 370 MM



Youcom foi destaque em vendas, com +8,5% vs 1T22 e +1,7p.p. na margem bruta



Maior eficiência no digital: redução de 2,1p.p. na despesa de frete e de 0,3p.p. no CAC sobre vendas digitais



Participação das entregas em até 2 dias no Brasil avançou 3p.p., atingindo 48%



Marketplaces Renner e Camicado contam com +1 mil sellers, com participação de ~11% no GMV digital



Camicado: melhor gestão operacional resultou em redução de 25% dos estoques e ganho de 1,8p.p. na margem bruta



11ª marca mais valiosa do Brasil e 1ª em moda pela Interbrand (maior crescimento no ranking)



Execução de Programa de Recompra de Ações de R\$ 288 MM e cancelamento de 28 MM de ações



Digitalização de lojas: totens de autoatendimento representaram 17% das vendas das lojas que possuem estes dispositivos



RX Ventures fez seu primeiro investimento fora do Brasil, na *retailtech* Radar, dos EUA



Produção de conteúdo, com +25% de influencers ativados e tráfego oriundo destas ações 70% maior



Aprovação de JSCP de R\$ 174,2 MM

Informações consolidadas

(R\$ MM)	1T23	1T22	Var.
Receita Líquida de Varejo ¹	2.278,0	2.229,7	2,2%
Vendas em Mesmas Lojas	0,8%	59,5%	-
GMV Digital	448,2	441,8	1,4%
Penetração das Vendas Digitais	15,2%	15,3%	-0,1p.p.
(R\$ MM)	1T23	1T22	Var.
Lucro Bruto de Varejo	1.233,5	1.227,9	0,5%
Margem Bruta do Varejo	54,1%	55,1%	-1,0p.p.
Despesas Operacionais (VG&A) ²	(1.009,4)	(928,0)	8,8%
% VG&A s/ Receita Líq. de Varejo	44,3%	41,6%	2,7p.p.
(R\$ MM)	1T23	1T22	Var.
EBITDA da Operação de Varejo Ajustado ³	262,1	298,0	-12,1%
Margem EBITDA da Operação de Varejo Ajustada ³	11,5%	13,4%	-1,9p.p.
Resultado de Serviços Financeiros	(10,3)	85,2	NA
EBITDA Total Ajustado ³	251,8	383,2	-34,3%
Margem EBITDA Total Ajustada ³	11,1%	17,2%	-6,1p.p.
(R\$ MM)	1T23	1T22	Var.
Lucro Líquido	46,8	191,6	-75,6%
Margem Líquida	2,1%	8,6%	-6,5p.p.
Lucro por ação	0,05	0,19	-74,9%
ROIC ^{LTM}	11,8%	9,4%	2,4p.p.

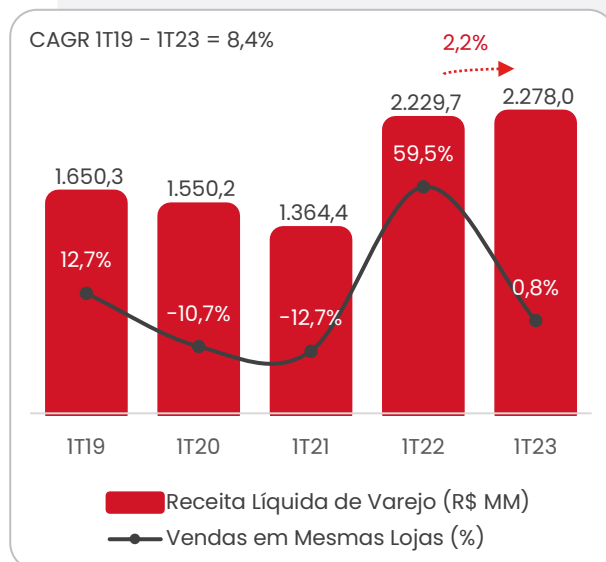
¹ A Operação de Varejo inclui a receita de venda de mercadorias, bem como as receitas líquidas de serviços e custos relacionados ao varejo.

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

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

Receita Líquida do Varejo

- A performance do varejo neste primeiro trimestre de 2023 apresentou leve melhora em comparação com o mesmo período do ano passado. O cenário macroeconômico ainda desafiador, com pressão inflacionária acumulada, além de endividamento das famílias em patamares recordes têm afetado o poder de compra e hábito dos consumidores.
- Adicionalmente, as vendas foram impactadas por temperaturas médias ainda em patamares elevados e superiores ao esperado pela Companhia, especialmente no mês de março, período em que a coleção de outono-inverno já estava disponível nas lojas. Neste mesmo período do ano passado, as temperaturas estavam baixas, que somadas à retomada de atividades sociais pós pandemia, favoreceram as vendas, gerando uma base de comparação mais forte.
- Ainda, em função das menores vendas do 4T22 e receio de atrasos na cadeia de fornecimento, a Companhia decidiu reduzir a coleção de transição com itens de meia estação e antecipar a entrada de itens de inverno, buscando um melhor equilíbrio de estoque. Esse ajuste acabou afetando ainda mais as vendas, pela falta dos produtos de meia estação, que tiveram demanda maior no período, dada a extensão das temperaturas mais elevadas ao longo de todo o mês de março.
- Em comparação com o PMC de Vestuário do IBGE, divulgado até fevereiro, a Companhia apresentou performance levemente abaixo da média de mercado, com influência de uma base de comparação mais forte no ano anterior, período em que a Companhia performou cerca de 2x acima do mercado. Importante mencionar que, se considerados apenas os negócios de vestuário no Brasil (excluindo Camicado), o crescimento no 1T23 foi de 3,5%.



ABERTURA POR NEGÓCIO

(R\$ MM)	1T23	1T22	Var.
Consolidado	2.278,0	2.229,7	2,2%
Renner	2.082,6	2.020,0	3,1%
Youcom	77,0	71,0	8,5%
Camicado	118,4	138,7	-14,6%

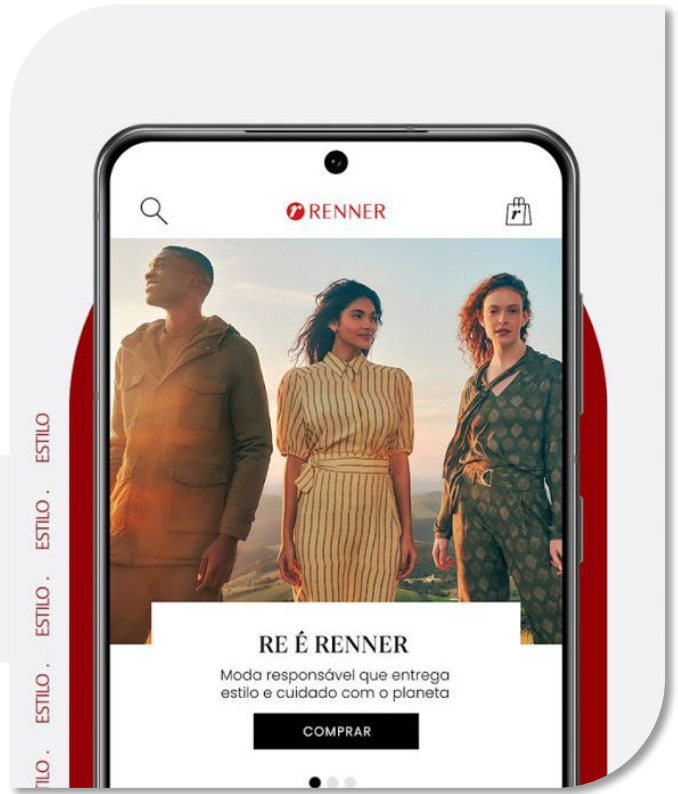
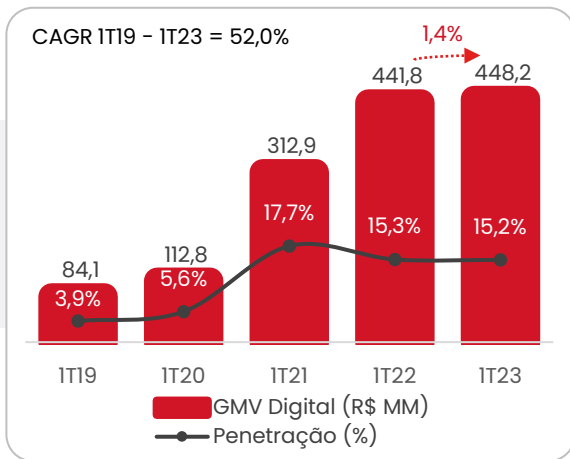
- A Youcom manteve trajetória diferenciada de vendas, com crescimento superior ao do segmento, não obstante o cenário macro ainda desafiador. Destacou-se a entrada de coleções cápsula com foco no público da geração Z, em cores e modelagens que traduzem o espírito jovem. Estas e outras ações, executadas em parcerias com influencers de moda, contribuíram para o crescimento da sua base ativa de clientes digitais em 16% versus o 1T22, reduzindo o CAC em cerca de 14%.
- Para a Camicado, o segmento de *Home & Decor* seguiu enfrentando um cenário desafiador, que tem sido intensificado por um ambiente macro mais difícil, caracterizado por inflação e endividamento das famílias em níveis elevados. No trimestre, em linha com o processo de avaliação da rentabilidade das suas operações, a Camicado fechou 13 unidades, as quais resultam, inicialmente, em efeitos negativos nas vendas. No entanto, posteriormente, as demais lojas poderão absorver essas vendas com maior rentabilidade.

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.

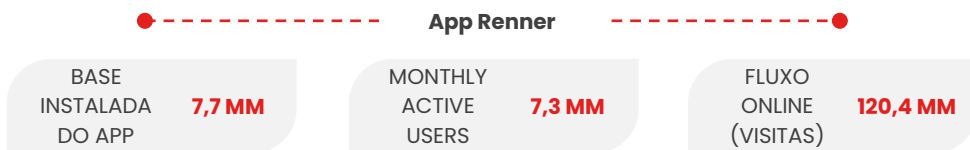
Receita Líquida do Varejo (continuação)

VENDAS DIGITAIS

- As vendas dos canais digitais também apresentaram leve crescimento versus o mesmo trimestre do ano anterior, impactadas pelos efeitos comentados anteriormente, porém com aumento de rentabilidade.
- Vale mencionar os avanços contínuos em nível de serviço nas entregas em até 2 dias, que atingiram 48% (+3p.p. vs 1T22), com redução de despesas de frete. Aliado a isso, a maior eficiência dos custos de publicidade contribuiu para melhora sequencial da margem do canal.



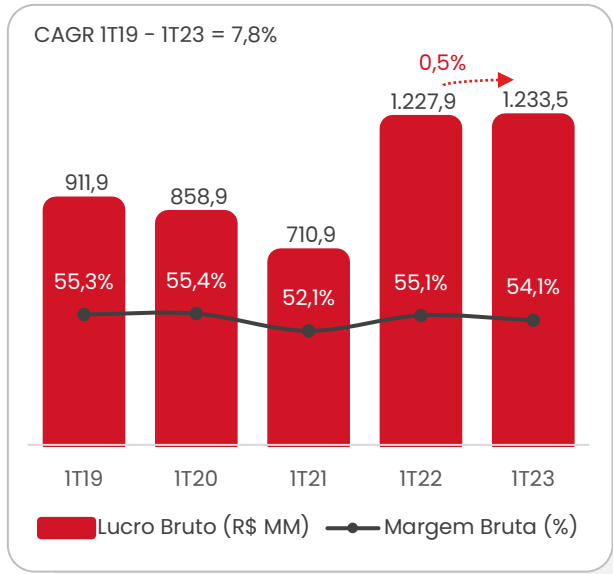
- O app Renner continua sendo um grande catalizador para as vendas digitais, representando mais da metade do fluxo e das vendas online, mantendo a liderança em base instalada, downloads e MAU (monthly active users) entre os players nacionais de moda.



- A Companhia seguiu avançando nos demais canais de vendas do ecossistema, com destaque para os marketplaces. Ao fim do trimestre, o Alameda Renner, marketplace que traz complementaridade de sortimento ao online, através de parceiros, alcançou ~460 sellers (~210 no 1T22). Possui sortimento de mais de 180 mil itens (~70 mil no 1T22) e atingiu participação de ~9% do GMV digital da marca (~4% no 1T22).
- Já o marketplace da Camicado encerrou o trimestre com ~570 sellers (~230 no 1T22), com relevante aumento no sortimento disponível, sendo ~350 mil produtos (~90 mil no 1T22) e representou em torno de 26% do GMV digital da marca.

Margem Bruta do Varejo

- A menor Margem Bruta do Varejo deveu-se, em parte, aos maiores níveis de remarcações ante o mesmo período do ano anterior, consequência dos menores volumes vendidos no 4T22. Importante mencionar que no 1T22, os níveis de remarcações foram bastante abaixo do histórico, o que levou a Margem Bruta a alcançar níveis similares a 2019, naquele período.
- As temperaturas mais elevadas que o habitual ao longo de março levaram a uma menor venda de itens de outono-inverno, o que também impactou esta margem.
- Adicionalmente, o volume dos estoques, impactado por uma menor venda, apresentou ligeira redução de giro versus o ano anterior.
- Quanto aos movimentos mais recentes da indústria têxtil, em relação a redução dos custos de matéria-prima e efeitos do câmbio, os benefícios deverão ser percebidos gradualmente ao longo dos próximos meses.



ABERTURA POR NEGÓCIO

(R\$ MM)

	1T23	1T22	Var.
Consolidado	54,1%	55,1%	-1,0p.p.
Renner	54,1%	55,4%	-1,3p.p.
Camicado	50,3%	48,5%	1,8p.p.
Youcom	60,2%	58,5%	1,7p.p.



- A Camicado apresentou evolução na Margem Bruta, resultado da contínua readequação na gestão operacional e comercial do negócio, bem como melhor gestão de estoques, que reduziram ~25% versus o 1T22. Destacou-se também os avanços no canal digital, contribuindo com a melhora de rentabilidade, não obstante os fechamentos de lojas já mencionados anteriormente.
- Por fim, a Youcom manteve sua trajetória positiva, com importantes avanços na Margem Bruta, fruto da boa gestão de sortimento, permitindo melhor equilíbrio dos estoques, bem como de renegociações com fornecedores, refletindo redução de custo médio de determinados produtos.

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 da Repassa são consolidadas na Renner.

Despesas Operacionais

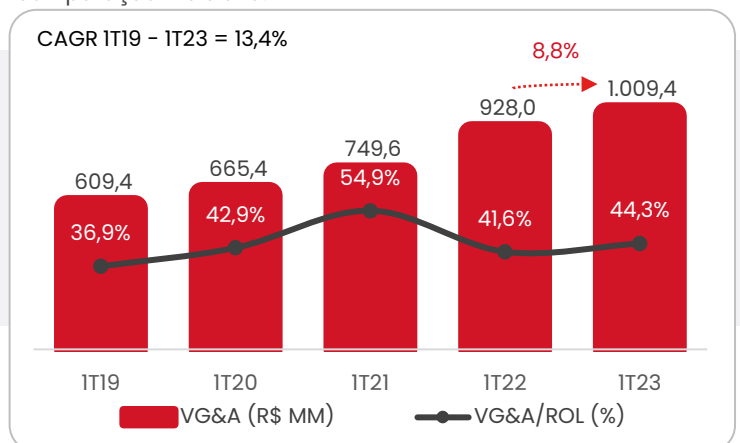
(R\$ MM)	1T23	1T22	Var.
Vendas, Gerais e Administrativas	(1.009,4)	(928,0)	8,8%
% s/Receita Líq. de Varejo	44,3%	41,6%	2,7p.p.
Vendas	(674,0)	(629,8)	7,0%
% s/Receita Líq. de Varejo	29,6%	28,2%	1,4p.p.
Gerais e Administrativas	(335,4)	(298,2)	12,5%
% s/Receita Líq. de Varejo	14,7%	13,4%	1,3p.p.
Outros Resultados Operacionais	37,3	(2,3)	NA
Programa de Participação nos Resultados	(2,0)	(17,0)	-88,5%
Recuperação de Créditos Fiscais	36,0	14,6	147,4%
Outras receitas/despesas operacionais	3,2	0,1	NA
Total das Despesas Operacionais, Líquidas	(972,1)	(930,3)	4,5%
% s/Receita Líq. de Varejo	42,7%	41,7%	1,0p.p.

- A participação das Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas sobre a Receita Líquida de Varejo cresceu ante o mesmo trimestre do ano anterior, principalmente em razão dos menores volumes vendidos.
- As Despesas Gerais e Administrativas, por sua vez, refletiram essencialmente os gastos adicionais atrelados ao *ramp-up* operacional do novo CD de Cabreúva, inaugurado em abril de 2022, compreendendo basicamente redundâncias operacionais temporárias durante a implementação desta nova operação, tais como reprocessamento, pessoas, fretes, embalagens, dentre outros. Estas despesas relativas ao CD impactaram em cerca de 5% esta linha.
- Com o cenário de vendas mais pressionado, a Companhia intensificou ações para ajustes nas despesas das operações, as quais em um primeiro momento resultaram em despesas adicionais, no montante de cerca de R\$ 12 milhões, e cujos resultados positivos deverão se refletir nos meses seguintes. Adicionalmente, a maior quantidade de lojas novas em um cenário desafiador de vendas, geraram proporcionalmente maior desalavancagem.
- Importante mencionar que, não obstante o aumento relativo das despesas com vendas, o canal digital seguiu com melhora de eficiência, principalmente com relação à **redução dos custos logísticos e de publicidade, sobre a receita do digital.**

Fretes e Publicidade
-2,4p.p.
sobre o digital

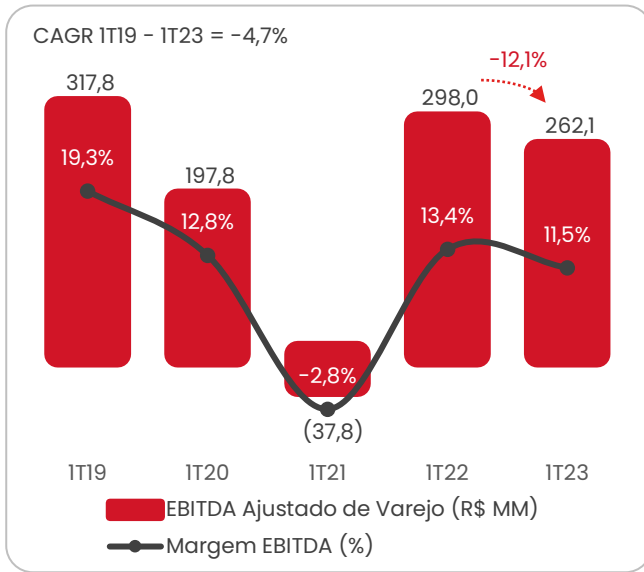


- Por fim, os Outros Resultados Operacionais foram superiores em comparação ao mesmo trimestre do ano anterior, devido à maior Recuperação de Créditos Fiscais e à menor provisão de despesas relacionadas ao Programa de Participação nos Resultados (PPR), em razão do desempenho alcançado, que trazem uma base de comparação mais alta.



As Despesas Operacionais (VG&A) não consideram as despesas com Depreciação e Amortização.

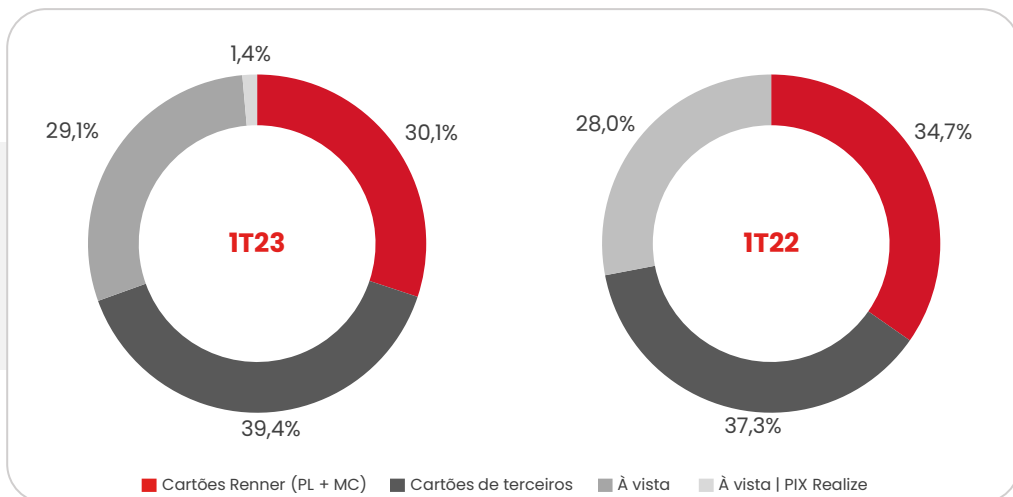
EBITDA Ajustado de Varejo



- O EBITDA Ajustado de Varejo apresentou retração versus o primeiro trimestre de 2022, basicamente em razão da menor alavancagem operacional e da menor Margem Bruta.



Condições de Pagamento

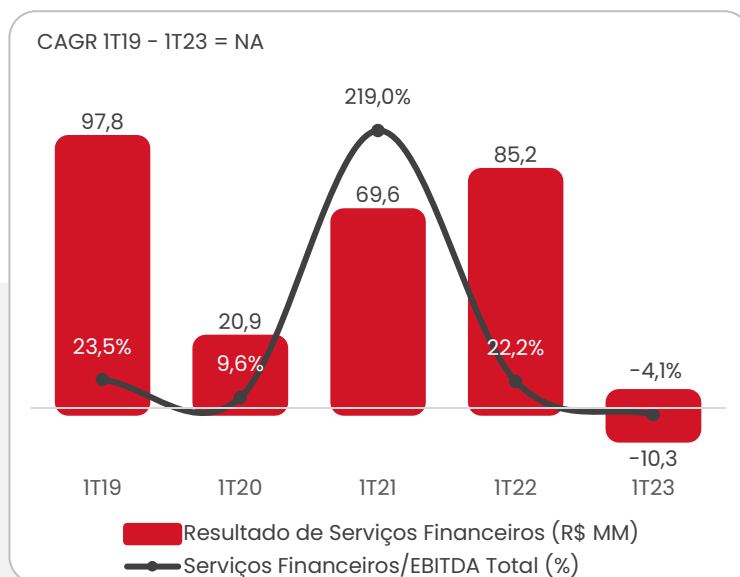


- No 1T23, a Companhia totalizava 5,6 milhões de cartões ativos, que representaram 30,1% das vendas de varejo, queda de 4,6p.p. A redução versus o 1T22 deveu-se, principalmente, à maior competitividade do segmento de crédito, bem como a maior restrição na concessão e originação.

Resultado de Serviços Financeiros

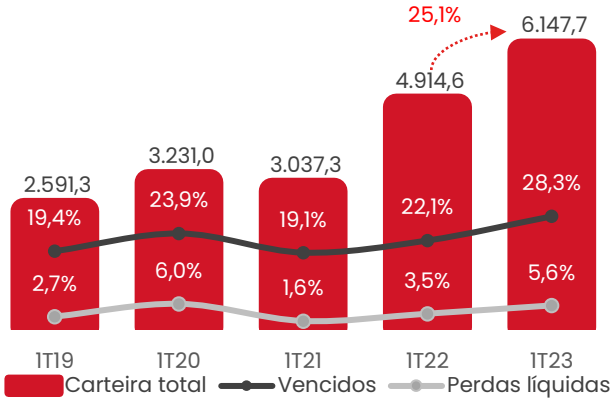
(R\$ MM)	1T23	1T22	Var.
Receitas, líquidas de custo de funding	468,9	366,7	27,9%
Cartão Renner	60,1	50,4	19,3%
<i>% sobre carteira Cartão Renner</i>	<i>6,8%</i>	<i>4,9%</i>	<i>1,9p.p.</i>
Cartão Bandeira	408,7	315,0	29,7%
<i>% sobre carteira Meu Cartão</i>	<i>7,6%</i>	<i>8,2%</i>	<i>-0,6p.p.</i>
Outras receitas operacionais	0,2	1,3	-87,4%
Perdas em créditos, líquidas das recuperações	(346,8)	(167,5)	107,1%
Cartão Renner	(35,8)	(19,0)	88,1%
<i>% sobre carteira Cartão Renner</i>	<i>4,0%</i>	<i>1,9%</i>	<i>2,1p.p.</i>
Cartão Bandeira	(311,0)	(148,4)	109,5%
<i>% sobre carteira Meu Cartão</i>	<i>5,8%</i>	<i>3,9%</i>	<i>1,9p.p.</i>
Despesas operacionais	(132,4)	(114,1)	16,1%
<i>% sobre carteira total</i>	<i>2,2%</i>	<i>2,3%</i>	<i>-0,1p.p.</i>
Resultado de serviços financeiros	(10,3)	85,2	NA
<i>% sobre carteira total</i>	<i>-0,2%</i>	<i>1,7%</i>	<i>-1,9p.p.</i>
<i>% sobre o EBITDA Total Ajustado</i>	<i>-4,1%</i>	<i>22,2%</i>	<i>-26,3p.p.</i>

- O crescimento das receitas foi superior ao crescimento da carteira de crédito, reflexo de uma melhor gestão do portfólio e ajustes na precificação dos discos.
- As Perdas Líquidas, por sua vez, seguiram impactadas, em razão da continuidade do contexto macroeconômico mais difícil e do alto endividamento das famílias, resultando em maior provisionamento de perdas do portfólio em atraso, garantindo as coberturas necessárias.
- Por último, as despesas operacionais como percentual da carteira total se mostraram estáveis em relação ao ano anterior e com crescimento nominal abaixo do crescimento das receitas.

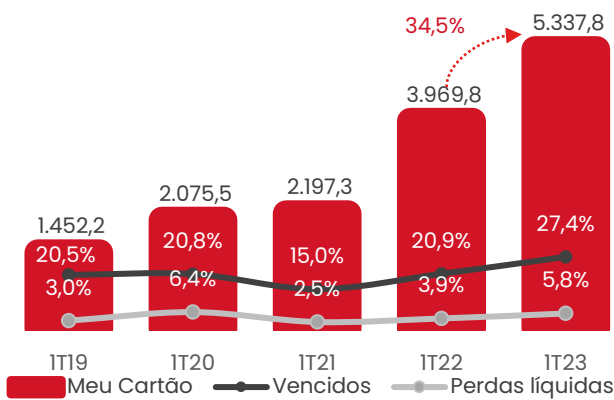


Carteira de Crédito

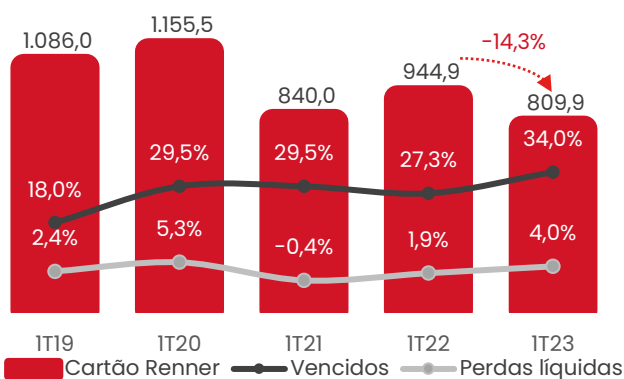
Carteira total



Meu Cartão



Cartão Renner



- A carteira total cresceu em comparação com o 1T22, em função basicamente dos maiores volumes transacionados no Meu Cartão. Sequencialmente, versus o 4T22, a carteira reduziu ~3%. Analisando apenas a carteira em dia, o crescimento foi de 15,3% ante o 1T22.
- Os vencidos totais aumentaram versus o mesmo trimestre do ano anterior, refletindo o cenário de inadimplência de mercado, que seguiu desafiador.
- O Over 90 como proporção da carteira cresceu 0,8p.p. sequencialmente ante o 4T22, consequência principalmente da volumetria menor do que o esperado na formação de novos créditos.
- Vale destacar que as novas safras mantiveram a boa qualidade, ainda que em volumes menores.
- O menor consumo no período, dado o cenário macro mais desafiador, uma política de crédito mais conservadora, assim como uma menor base de cartões apta para consumo, levaram a uma menor renovação da carteira.
- O aumento nas perdas líquidas decorreu de um maior provisionamento do portfólio em atraso, garantindo as coberturas necessárias para possíveis perdas de crédito, assim como maiores níveis de perda efetiva e menores recuperações. A cobertura total atingiu 19,0%, +6,0p.p. versus o 1T22 e +1,2p.p. acima do 4T22.

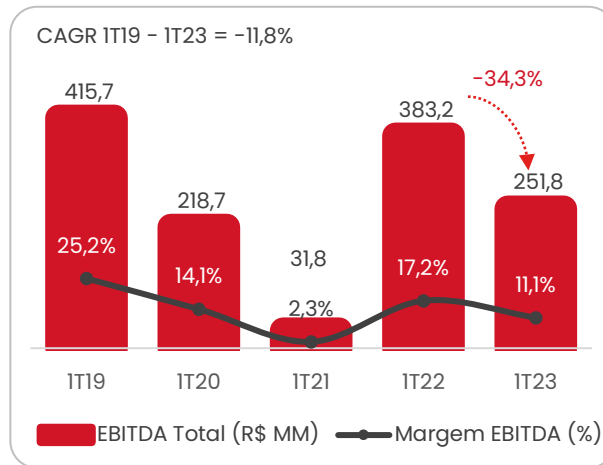


EBITDA Ajustado Total

(R\$ MM)

	1T23	1T22	Var.
Lucro Líquido do Período	46,8	191,6	-75,6%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(88,5)	(30,8)	187,2%
Resultado Financeiro, Líquido	15,0	(17,0)	NA
Depreciações e amortizações	256,6	235,0	9,2%
EBITDA Total	229,9	378,9	-39,3%
Plano de Opção de Compra de Ações	5,8	4,4	32,7%
Resultado da Venda ou Baixa de Ativos Fixos	16,0	(0,0)	NA
EBITDA Total Ajustado	251,8	383,2	-34,3%

- O EBITDA Ajustado Total apresentou retração versus o primeiro trimestre de 2022, basicamente pelo menor desempenho dos segmentos de varejo e serviços financeiros.



Resultado Financeiro Líquido

(R\$ MM)

	1T23	1T22	Var.
Receitas Financeiras	88,6	136,8	-35,3%
Rendimentos de equivalentes de caixa e aplicações financeiras	78,2	124,5	-37,2%
Juros Selic sobre créditos tributários	10,3	12,3	-16,1%
Despesas Financeiras	(93,0)	(129,9)	-28,4%
Juros de empréstimos, financiamentos e debêntures	(40,8)	(79,8)	-48,9%
Juros sobre arrendamentos	(52,2)	(50,1)	4,2%
Variações cambiais e correções monetárias, líquidas	(7,8)	0,4	<-1000%
Outras receitas e despesas, líquidas	(2,8)	9,7	NA
Resultado Financeiro, Líquido	(15,0)	17,0	188,5%

- O Resultado Financeiro Líquido foi negativo em R\$ 15,0 milhões versus R\$ 17,0 milhões positivos no 1T22, tendo como principal razão os menores rendimentos de equivalentes de caixa e aplicações financeiras, dado o menor saldo de caixa médio no período, bem como as correções monetárias ativas e passivas, relacionadas principalmente aos efeitos da inflação nas Demonstrações Financeiras da subsidiária na Argentina.

Fluxo de Caixa Livre

(R\$ MM)	1T23	1T22	Var.
EBITDA Total Ajustado (Pós IFRS 16)	251,8	383,2	(131,5)
(+/-) IR, CSLL/Receitas Financeiras	63,8	88,4	(24,6)
Fluxo de Caixa Operacional	315,6	471,7	(156,1)
(+/-) Variação Capital de Giro	(441,4)	(634,7)	193,2
Contas a Receber	734,7	371,5	363,3
Obrigações com Adm de Cartões	(110,1)	66,5	(176,7)
Estoques	(338,6)	(366,9)	28,3
Fornecedores	(358,8)	(339,7)	(19,2)
Impostos	(191,9)	(183,5)	(8,4)
Outras Contas a Receber/Pagar	(176,6)	(182,6)	6,0
(-) Capex	(92,3)	(132,5)	40,1
(=) Fluxo de Caixa Livre	(218,2)	(295,5)	77,3

- O menor fluxo de caixa operacional no trimestre foi compensado, principalmente, pela menor necessidade de capital de giro, em razão da boa execução da gestão comercial, que resultou em patamares de estoques mais saudáveis, e dos menores volumes vendidos. Os menores investimentos em Capex também contribuíram para a melhora no fluxo de caixa livre.

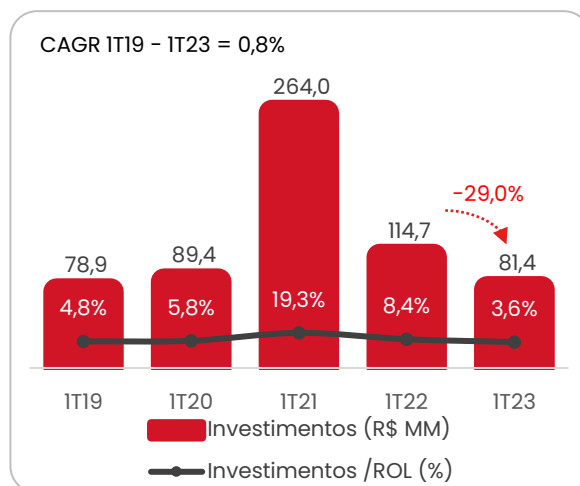
(Caixa) Endividamento Líquido

(R\$ MM)	31/03/2023	31/12/2022
Empréstimos e Financiamentos	1.130,4	1.169,1
Circulante	585,5	122,8
Não Circulante	545,0	1.046,3
Financiamentos de Operações de Crédito ao Cliente	1.260,9	1.236,2
Circulante	645,1	581,4
Não Circulante	615,8	654,9
Endividamento Bruto	2.391,3	2.405,4
Caixa e Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras	(2.763,5)	(3.503,5)
(Caixa) Endividamento Líquido	(372,2)	(1.098,1)
(Caixa) Endividamento Líquido/EBITDA Ajustado Total (Pós IFRS 16) (LTM)	-0,16x	-0,53x
(Caixa) Endividamento Líquido/EBITDA Ajustado Total (Ex IFRS 16) (LTM)	-0,23x	-0,77x

- Neste trimestre, a Companhia apresentou novamente uma posição de Caixa Líquido, não obstante a utilização de recursos para pagamento do JSCP, aprovado no 4T22, no montante de R\$ 174,2 milhões, e para execução de Programa de Recompra de 15 milhões de ações, no montante de R\$ 288 milhões.

Investimentos

(R\$ MM)	1T23	1T22
Novas lojas	17,1	38,0
Remodelação de instalações e outros	24,3	9,0
Sistemas e equip. de tecnologia	36,8	48,7
Centros de distribuição e outros	3,2	19,0
Total dos investimentos	81,4	114,7



- No 1T23, os investimentos foram menores versus o 1T22, em razão da calendarização de instalação de novas lojas, que em 2022 se concentrou mais no primeiro semestre, além dos menores gastos em logística, dado que no 1T22 o CD de Cabreúva estava em fase final de construção.
- As Depreciações e Amortizações, relacionadas ao imobilizado e intangível, totalizaram R\$ 137,5 milhões no trimestre, 20,1% maior ante o 1T22, em função do aumento nos ativos fixos. Já a Depreciação do Direito de Uso (IFRS 16) totalizou R\$ 119,1 milhões, redução de 1,2%, em razão de reavaliações contratuais de aluguel junto aos operadores de shoppings.
- No ano, a Companhia tem prevista a inauguração de cerca de 15 a 20 lojas Renner, sendo 75% em novas praças, 10 a 15 Youcom e 5 Ashua. Além disso, passado o período da pandemia, que impactou o fluxo e custos de algumas localidades, a Companhia retomou de forma mais dinâmica o processo de avaliação da rentabilidade das suas operações e decidiu fechar algumas unidades, principalmente aquelas que poderiam ser absorvidas pelo parque de lojas, resultando em maior eficiência, com aumento de venda por m² e redução de custos. Com isso, foram fechadas 20 unidades no trimestre, das quais 13 da Camicado, 4 da Renner e 3 da Youcom. Ainda, especificamente no segmento de *Home & Decor*, a maior participação das vendas através do digital também é fator na avaliação de rentabilidade das unidades.
- Importante mencionar que as ações de avaliação contínua de rentabilidade em lojas impactaram o trimestre em despesas não recorrentes na ordem de R\$ 16 milhões.

ABERTURA POR NEGÓCIO

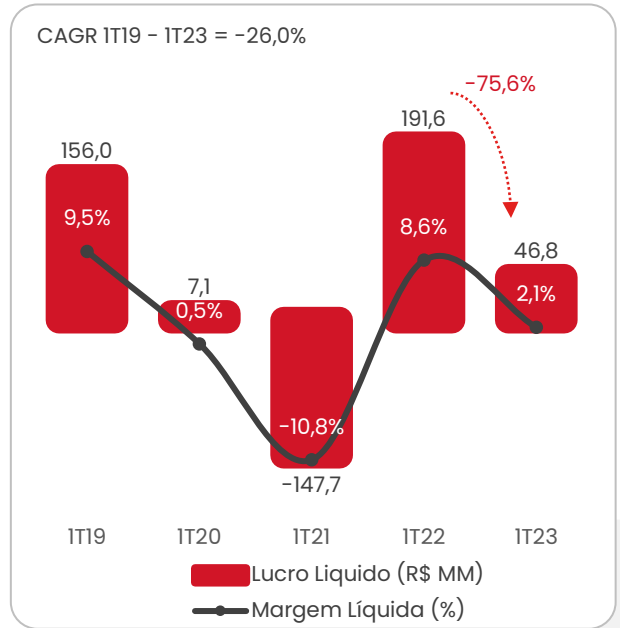
	1T23	1T22	Var.	
RENNER	Número de Lojas	431	414	17
	Inaugurações, líquidas	-4	1	N/A
	Área de Vendas (mil m ²)	728,2	713,7	2,0%
CAMICADO	Número de Lojas	110	120	-10
	Inaugurações, líquidas	-13	1	N/A
	Área de Vendas (mil m ²)	49,7	50,0	-0,4%
YOUCOM	Número de Lojas	111	104	7
	Inaugurações, líquidas	-3	0	N/A
	Área de Vendas (mil m ²)	19,4	17,7	9,6%

Notas

As unidades da Ashua são consolidadas na marca Renner.
Área de vendas não considera estoque, retaguarda e administrativo.

Lucro Líquido e Eventos Societários

- O Lucro Líquido do trimestre foi inferior ao 1T22, em função da menor geração operacional dos segmentos de varejo e serviços financeiros. Como já mencionado anteriormente, as despesas adicionais de baixa de ativos de R\$ 16 milhões (R\$ 10,6 milhões líquidos de impostos) também impactaram este resultado.
- No trimestre, a Lojas Renner creditou aos seus acionistas, JSCP, no montante de R\$ 174,2 milhões, correspondentes a R\$ 0,182327 por ação, considerando a quantidade de 955.590.761 ações ordinárias, das quais já foram excluídas as ações em tesouraria. O pagamento do JSCP será efetuado até a Assembleia Geral Ordinária de 2024.
- No trimestre, o Conselho de Administração autorizou o cancelamento de 28 milhões de ações ordinárias de emissão da própria Companhia, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal, sem redução do capital social. O Conselho também autorizou a recompra de 15 milhões de ações ordinárias de emissão da própria Companhia, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal, com base no Programa de Recompra de Ações aberto em janeiro e concluído em março de 2023.



Resultados Consolidados

R\$ mil	1T23	1T22	Var
Receita Operacional Líquida	2.775.292	2.613.024	6,2%
Receita Líquida das Vendas de Mercadorias	2.265.224	2.224.639	1,8%
Receita Líquida de Serviços	510.068	388.385	31,3%
Custo das Vendas	(1.072.827)	(1.018.384)	5,3%
Custo das Mercadorias Vendidas	(1.037.844)	(1.001.569)	3,6%
Custos dos Serviços	(34.983)	(16.815)	108,0%
Lucro Bruto	1.702.465	1.594.640	6,8%
Despesas Operacionais	(1.729.126)	(1.450.798)	19,2%
Vendas	(673.994)	(629.768)	7,0%
Gerais e Administrativas	(335.435)	(298.222)	12,5%
Depreciações e Amortizações	(256.590)	(235.030)	9,2%
Perdas em Crédito, Líquidas	(346.812)	(167.454)	107,1%
Outros Resultados Operacionais	(116.295)	(120.324)	-3,3%
Lucro (Prejuízo) Operacional antes do Resultado Financeiro	(26.661)	143.842	-118,5%
Resultado Financeiro, Líquido	(15.034)	16.985	188,5%
Imposto de Renda e Contribuição Social	88.461	30.803	187,2%
Lucro Líquido do Período	46.766	191.630	-75,6%
Lucro líquido por ação - R\$	0,0485	0,1938	-74,9%
Quantidade de ações ao final do exercício (milhares)	963.227	988.779	



Balanços Patrimoniais Consolidados

R\$ mil

31/03/2023

31/12/2022

ATIVO TOTAL	19.691.820	21.148.892
Ativo Circulante	11.681.244	13.053.770
Caixa e Equivalentes de Caixa	2.209.804	2.848.351
Aplicações Financeiras	553.724	655.131
Contas a Receber	5.790.083	6.524.832
Estoques	2.175.568	1.836.947
Tributos a Recuperar	791.490	1.003.849
Instrumentos financeiros derivativos	164	8.204
Outros ativos	160.411	176.456
Ativo Não Circulante	8.010.576	8.095.122
Tributos a Recuperar	233.074	234.726
Imposto de renda e contribuição social diferidos	658.805	555.595
Outros ativos	217.974	225.345
Imobilizado	2.768.896	2.830.784
Direito de Uso	2.504.986	2.609.505
Intangível	1.626.841	1.639.167
PASSIVO TOTAL E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	19.691.820	21.148.892
Passivo Circulante	6.660.665	7.005.579
Empréstimos, financiamentos e debêntures	585.450	122.824
Financiamentos - Operações Serviços Financeiros	645.123	581.351
Arrendamentos a pagar	722.791	719.829
Fornecedores	1.324.093	1.624.082
Obrigações - Risco Sacado	28.880	78.848
Obrigações com Administradora de Cartões	2.354.825	2.464.968
Obrigações fiscais	132.176	566.891
Obrigações sociais e trabalhistas	306.921	305.062
Obrigações Estatutárias	156.537	160.966
Provisão para Riscos	93.383	85.079
Instrumentos financeiros derivativos	24.481	6.940
Outras Obrigações	286.005	288.739
Passivo Não Circulante	3.365.373	4.055.798
Empréstimos, financiamentos e debêntures	544.994	1.046.319
Financiamentos - Operações Serviços Financeiros	615.752	654.881
Arrendamentos a pagar	2.079.567	2.190.081
Imposto de renda e contribuição social diferidos	5.494	3.618
Fornecedores	8.408	17.304
Provisão para Riscos	42.228	49.245
Outras Obrigações	68.930	94.350
Patrimônio Líquido	9.665.782	10.087.515
Capital Social	9.022.277	9.022.277
Ações em Tesouraria	(165.875)	(552.812)
Reservas de Capital	98.182	119.375
Reservas de Lucros	740.301	1.382.939
Outros resultados abrangentes	98.361	115.736
Prejuízos Acumulados	(127.464)	-

Fluxos de Caixa Consolidados

R\$ mil

1T23

1T22

Fluxos de caixa das atividades operacionais

Lucro líquido do período	46.766	191.630
Ajustes para conciliar o resultado ao caixa e equivalentes de caixa gerados pelas atividades operacionais:		
Depreciações e amortizações	268.681	246.360
Juros e custos de estruturação sobre empréstimos, financiamentos e arrendamento	148.925	161.077
Imposto de renda e contribuição social	(88.461)	(30.803)
(Reversões) Perdas estimadas em ativos, líquidas	20.840	36.724
Descontos - arrendamentos a pagar	-	(13.850)
Outros ajustes do lucro líquido	1.423	32.810
Lucro líquido ajustado	398.174	623.948
(Aumento) Redução nos Ativos		
Contas a receber de clientes	731.926	333.141
Estoques	(320.934)	(361.666)
Tributos a recuperar	192.701	117.028
Outros ativos	10.712	(84.333)
Aumento (Redução) nos Passivos		
Fornecedores	(293.880)	(303.404)
Obrigações - risco sacado	(50.336)	(33.262)
Obrigações com administradoras de cartões	(110.143)	66.543
Obrigações fiscais	(425.871)	(328.343)
Outras obrigações	(24.453)	18.080
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(14.137)	(57.318)
Juros pagos sobre empréstimos, financiamentos e debêntures	(86.615)	(62.042)
Fluxos de caixa das atividades operacionais, antes das aplicações financeiras	7.144	(71.628)
Aplicações financeiras	101.407	113.726
Fluxos de caixa das atividades operacionais	108.551	42.098
Fluxos de caixa das atividades de investimentos		
Aquisições de imobilizado e intangível	(92.327)	(132.465)
Aporte de capital em controladas e aquisição de controladas, líquida de caixa adquirido	(30)	-
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimentos	(92.357)	(132.465)
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos		
Recompra de ações	(288.180)	(119.678)
Captações e amortizações de empréstimos e debêntures	(14.137)	179.501
Contraprestação de arrendamentos a pagar	(193.616)	(146.911)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(157.488)	-
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos	(653.421)	(87.088)
Efeito da variação cambial sobre o saldo de caixa e equivalentes de caixa	(1.320)	927
Variação no caixa e equivalentes de caixa	(638.547)	(176.528)

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 dos 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.

FINTECH: Empresa que utiliza tecnologia para oferecer produtos e serviços financeiros de forma inovadora. A palavra tem como etimologia a junção das palavras em inglês financial e technology, que em tradução livre significam tecnologia financeira.

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.

GUIDE SHOP: Modelo de "loja guia", é um estabelecimento comercial físico com mostruário, porém com um pequeno estoque, no qual os consumidores escolhem e provam produtos, os compram via totens ou tablets, e recebem as mercadorias em casa.

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.

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.

LOYALTY: Programa de fidelidade e incentivo oferecido para recompensar clientes e encorajar repetição de negócios.

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. 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 mais de 650 lojas no Brasil, Argentina e Uruguai. Desde o início, tudo que faz é para encantar. Foi assim que a história começou, em 1965, conquistando marcos importantes, e hoje é líder no varejo de moda *omnichannel* no país. Toda essa história baseada em valores sólidos, construída pelos mais de 26 mil colaboradores dos negócios **Renner, Camicado, Youcom, Realize CFI e Repassa.**

A **Renner** tem sua história marcada pelo pioneirismo. Foi a primeira a medir a satisfação dos clientes na porta das lojas, ao criar o Encantômetro, em 1996. Também foi pioneira em organizar as suas coleções por estilo de vida, entendendo que mais do que seguir e propor tendências de moda, é necessário entender a diversidade de estilos de vida das pessoas. Além disso, também foi a primeira marca a ter lojas circulares, que usam e reutilizam materiais e recursos de forma mais inteligente. E hoje, a Renner faz história através da inovação, criando coleções digitais e com produtos mais sustentáveis, em busca de uma moda cada vez mais responsável social e ambientalmente. 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 para mulheres, homens, adolescentes e crianças sob marcas próprias no conceito de *lifestyle*, em que cada uma reflete um estilo próprio de ser e de vestir. Além disso, conta com marcas próprias de acessórios e cosméticos e oferece mercadorias em determinadas categorias sob marcas de terceiros, além de todo o 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 está presente nas cinco regiões do Brasil, oferecendo uma grande variedade de produtos para decoração, utensílios de cozinha e domésticos, eletroportáteis, organização, cama, mesa e banho. Além disso, a Camicado é especialista em lista de presentes para casamento, chá de casa nova, aniversário ou qualquer outra 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. Conta com lojas físicas em todas as regiões do Brasil, além de um e-commerce que atende o país inteiro. A Youcom também 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. Com lojas em Porto Alegre, Caxias do Sul, São Paulo, Santo André, Campinas, Rio de Janeiro, Recife, Salvador e Belo Horizonte, oferece 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 conectada ao universo de moda e *lifestyle* que apoia a fidelização e a conveniência dos clientes, 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 de um portfólio de seguros, a Realize melhora a jornada dos seus clientes, trazendo benefícios e diferenciais claros, com impacto em suas vidas e seus negócios.

A Companhia conta com a **Uello**, uma logtech nativa digital, fundada em 2017, focada em soluções para entregas urbanas. Oferece uma plataforma completa e customizada de gestão de logística para médios e grandes clientes corporativos, incluindo entregas last mile com gestão de rotas, tracking e notificações de pedido e aplicativo para os motoristas. Foi adquirida em 2022 para agregar muito mais encantamento ao cliente no ecossistema de moda e *lifestyle*.

E por fim, criado em 2015, o **Repassa** é uma plataforma de revenda de vestuário, calçados e acessórios que sempre buscou como negócio a conscientização na moda para prolongar os ciclos de vida de roupas que não são mais usadas, gerando impactos socioambientais positivos nesse processo. Hoje, é o maior brechó *online* do Brasil e atua em todo território nacional. Entendendo a aderência aos pilares de atuação da Companhia, em setembro de 2021, a Lojas Renner S.A. adquiriu a empresa, que chegou para contribuir com a consolidação do ecossistema de moda e *lifestyle*.

Relações com Investidores e Governança Corporativa

CFO e DRI

Daniel Martins dos Santos

Relações com Investidores

www.lojasrenner.mzweb.com.br
ri@lojasrenner.com.br

Carla Sffair
 Caroline Luccarini
 Maurício Töller
 Luciana Moura

Governança Corporativa

gc@lojasrenner.com.br
 Informações sobre assembleias:
acionistas@lojasrenner.com.br

Diva Freire
 Eric Schweitzer
 Bruna Miranda

LREN3

**B3 LISTED NM
 USTOC: LRENY**

Preço da ação **R\$ 16,57**
 Quantidade de ações **963.226.993**
 Valor de mercado **R\$ 15,9 bilhões**
em 31 de março 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 repassa