MODA RESPONSÁVEL

VIDEOCONFERÊNCIA

01 de setembro

13h (Brasil)

12h (US-EST)

Webcast em Português

Webcast em Inglês

A Videoconferência será realizada por webcast, em português, com tradução simultânea para o inglês.

RESULTADOS 2T20

31 de agosto

B3: LREN3; USOTC: LRENY

LOJAS RENNER S.A.

RENNER CAMICADO YOUCOM realize

Mensagem da Administração

Desde os primeiros sinais do Covid-19, tomamos ações ancoradas em nossas convicções e valores, priorizando a saúde de colaboradores e clientes, o que nos levou a sermos os primeiros a fechar temporariamente todas as lojas, com a certeza de que era a melhor decisão naquele momento.

Simultaneamente, reagimos de forma rápida e responsável. Ajustamos as despesas, revisamos os investimentos e reforçamos o caixa, com o objetivo de fortalecer a estrutura de capital, manter os empregos e dar suporte à nossa cadeia de fornecimento. Adicionalmente, mobilizamos uma grande rede de colaboração, para multiplicar os esforços e os investimentos no combate às crises sanitária e econômica, levando apoio a instituições de saúde e comunidades. E, a partir dali, focamos nos níveis de serviço, para fazer mais rápido e melhor e, principalmente, para nos adaptarmos a um novo comportamento de consumo, o que nos impulsionou à aceleração da nossa transformação digital.

Iniciamos o trimestre com toda a nossa operação física temporariamente fechada e, em 24 de abril, começamos, gradualmente, a reabertura das unidades, respeitando protocolos rigorosos de saúde e higiene, para garantirmos um ambiente seguro aos nossos colaboradores e clientes. Ainda que o fluxo esteja limitado pelas restrições de horários e dias de funcionamento, assim como pela restrição da capacidade de pessoas dentro da loja, desde o início do processo de reabertura, a conversão tem se mostrado mais elevada, com maior quantidade de peças por ticket. Atualmente, temos 100% do parque de lojas em operação e, na medida em que as atividades vão gradualmente retomando à sua normalidade em algumas regiões, percebemos uma recuperação importante no fluxo de clientes, com melhora na performance destas unidades. Estamos evoluindo para um novo momento e nossa convicção se baseia nos resultados que já vimos ao longo do 3T20, onde estamos, nos últimos dias, superando nosso orçamento inicial de vendas.

Adicionalmente, durante o 2T20, fortalecemos a operação online de nossas marcas e aceleramos o processo de transformação digital da Companhia. Nossas equipes estão mais mobilizadas do que nunca e temos antecipado projetos e desenvolvido soluções em tempo recorde. Em nossos canais digitais, colocamos força total, para melhorias na experiência de compras, em serviços que trazem mais autonomia ao cliente, em produção de conteúdo e também na participação em eventos musicais e de moda. Através destas e outras iniciativas, temos visto fluxo crescente em nosso e-commerce, com aumento de 190% nas visitas em julho. Também tivemos importantes avanços no app: o número de downloads ao final do trimestre mais que triplicou versus 2019 e a participação, tanto nas visitas, quanto nas vendas cresceu e, atualmente, representa cerca de metade da receita do canal. Além disso, o número de novos clientes se multiplicou, em patamares cinco vezes maior que os níveis do início do ano, representando mais de 75% do total de clientes. Como resultado, mesmo com a abertura das lojas físicas, o ritmo das vendas nos canais digitais segue acelerado e, em julho, batemos novo recorde, com crescimento de 239% ante o mesmo período do ano anterior.

Também aceleramos soluções que facilitam a experiência de compras de nossos clientes e alavancam a nossa estratégia omni. Implementamos novas formas de vendas digitais, como a venda por WhatsApp, que está presente em 56 praças e cujas vendas quadruplicaram desde o seu lançamento, e a venda social (Minha Sacola), com um total de 12 mil afiliados. Também ampliamos as formas de entrega, através da modalidade drive thru (em 216 unidades) e, principalmente, do Ship from Store, já presente em mais de 180 lojas, e que nos permite oferecer prazos de entrega mais rápidos e com maior disponibilidade de estoques. A participação do uso do estoque das lojas para atender as compras online vem aumentando e, atualmente, mais de 10% dos pedidos são atendidos com estoques de lojas.

Na Realize, colocamos em prática, com a mesma agilidade que no varejo, uma série de melhorias na experiência de pagamentos, aprimorando canais já existentes, lançando outros e promovendo a digitalização de nossos clientes nas consultas e pagamentos. Desta forma, o número de clientes que interagiu digitalmente com nossa plataforma de relacionamento e pagamentos aumentou durante a pandemia, passando de 35% da base ativa de cartões para cerca de 80%, e atualmente temos aproximadamente 20 milhões de acessos mensais na seção de cartões do app. Adicionalmente, evoluímos na percepção de nossos clientes, com aumento de 10 pp no NPS dos cartões, conforme pesquisa realizada por empresa especializada no mercado de meios eletrônicos de pagamento.

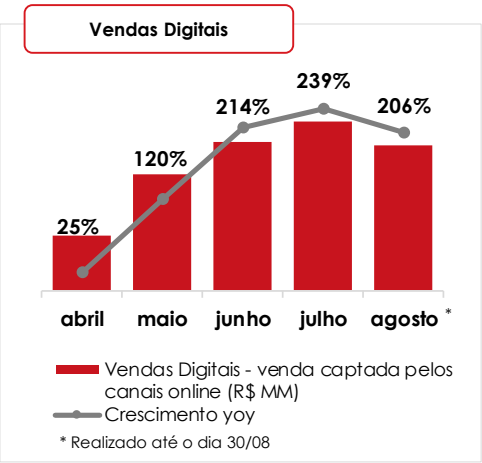
O período mais desafiador ficou para trás e, neste momento, temos todas as nossas lojas operando, com o fluxo crescente, e os negócios digitais evoluindo de forma exponencial. Adicionalmente, antecipamos o processo de remarcações desde a reabertura das primeiras lojas, como parte da gestão comercial dos estoques. Capsulas da nova coleção já estão disponíveis e a receptividade tem sido muito positiva, o que nos deixa otimistas com a virada da coleção primavera-verão, em setembro, para, assim, nos encaminharmos à uma nova fase. Operacionalmente, atingimos novos níveis de eficiência, agilidade e inovação. Nossos colaboradores se superam diariamente e nossos fornecedores estão ainda mais próximos e engajados, prontos para nos atenderem com qualidade e agilidade.

E, com tudo isto, acreditamos que marcas com significado e proposta de valor clara, geram diferenciais competitivos e criam condições para ter ganhos relevantes de market share. Seguimos comprometidos com nossos projetos de longo prazo e a sustentabilidade dos negócios: nossa transformação digital foi acelerada, nosso target de lojas 2025 segue inalterado e continuamos atentos à novas possibilidades para executarmos nossa estratégia, através da combinação de nossos negócios e desenvolvimento do ecossistema de moda e lifestyle. Enfim, nossa Companhia tem se mostrado preparada para enfrentar o cenário atual, mas principalmente, para se impulsionar com os aprendizados que surgiram até aqui, para sair ainda mais forte deste momento e voltar a voar!

Transformação Digital

VENDAS DIGITAIS

- Após o período de redução intencional das vendas, ao final de março, para as devidas adaptações na operação e, com isso, garantir a saúde e segurança dos colaboradores, iniciou-se um intenso processo de aceleração dos canais digitais, que, atualmente, crescem mais de 200% e representaram 36% das vendas do 2T20.
- Ampliou-se os investimentos em conteúdo, com foco na cumplicidade com os clientes, através informações e tutoriais de moda, comportamento e bem-estar, além do Renner Live Music e do Renner Live Shop, sobre moda e beleza, com experts nestes temas.
- Adicionalmente, foram implementadas diversas melhorias na experiência de compras dos clientes, trazendo mais autonomia, como a solicitação de troca e devolução diretamente pela plataforma, flexibilidade, com a aceitação de novos meios de pagamento, bem como na usabilidade, com a criação de ferramentas como o Guia do Sutiã Ideal e as réguas de medidas.
- Todas estas melhorias têm se refletido em aumento importante no fluxo, na representatividade do app e no número de novos clientes:



  - **Fluxo:** Aumento de 95% no 2T20 e mais de 190% em julho, sendo aproximadamente metade disso pelo aplicativo;
  - **Novos clientes**: Crescimento de 251% no 2T20 e 337% em julho, sendo já mais de 75% da base total e mais de 50% das vendas;
  - **Clientes ativos:** Quase dobrou em julho versus dezembro de 2019
  - **App**: Downloads 259% maiores no 2T20 e 304% em julho, com participação em cerca de metade das vendas digitais.

PROJETOS ESTRUTURANTES

- Muitas das iniciativas digitais que já estavam implementadas antes da Covid-19 se mostraram ainda mais relevantes no momento atual, como o checkout móvel, que atualmente representa 20% das vendas das lojas. Além disso, foram feitas evoluções nas novas formas de vendas digitais implementadas, como a venda por WhatsApp, a venda social e o Fashion Delivery, assim como nas entregas, através do ship from store e drive thru:
  - **Venda digital:** com +6 mil operações realizadas desde sua implementação;
  - **Self checkout (caixa de autoatendimento)**: participação de 12% nas vendas das unidades com operação;
  - **Self checkout (Pague Digital – realizado com o celular do cliente):** disponível em todas as lojas;
  - **Venda por Whatsapp**: em mais de 70 lojas, onde o volume de vendas quadruplicou desde o lançamento;
  - **Venda social (Minha Sacola):** 12 mil afiliados, com mais de 47 mil pedidos realizados;
  - **Drive thru:** em 216 unidades, com mais de 13 mil pedidos gerados
  - **Ship from Store:** em mais de 180 lojas, com redução do tempo de preparação do pedido em 50% desde abril. Mais de 10% dos pedidos online são atendidos com estoques de lojas, sendo cerca de 20% em algumas regiões.
  - **Fashion Delivery:** piloto em operação, com uso de analytics para definição do público-alvo e envio de itens selecionados para casa do cliente, com base em suas preferências.
  - **Prateleira Infinita**: será disponibilizada até outubro
  - **Novo CD omni:** continuidade da construção do novo CD em SP, conforme cronograma.
- Quanto ao uso de dados no ciclo de vida dos produtos, atualmente **13% dos produtos são alocados para as lojas sem a intervenção humana** e a meta é chegar a 17% até o final do ano.
- Por fim, na Visão Única do Cliente, os pontos de contato com o cliente que já acessam estas informações unificadas foram ampliados e **iniciou-se campanhas personalizadas com dados de forma automatizada, através de modelos estatísticos de predição de comportamento**.

REALIZE CFI

- A Realize seguiu evoluindo o portfólio de produtos e serviços financeiros, melhorando a experiência do cliente em sua jornada de pagamentos, principalmente através da digitalização. No app, foram implementadas melhorias, como a possibilidade de emissão do Cartão Renner direto pela plataforma, contratação de empréstimos com depósito em conta corrente, venda de seguros no Meu Cartão, aumento de limites, além das facilidades de parcelamentos e acordos.
- Todas essas melhorias contribuíram para uma importante adesão aos meios digitais de pagamento: 80% da base de cartões ativa teve alguma interação digital com a Realize e a seção de cartões do app atingiu 20 milhões de acessos mensais, gerando um tráfego de oportunidade para o varejo. Já no Whatsapp, o chatbot atingiu mais de um milhão de optins (acessos).
- A Realize também acelerou as definições estratégicas para renovação de seu portfólio de produtos e maior oferta de soluções que impactem a vida dos clientes. Nesse sentido, ampliou a abrangência do Meu Cartão, que passou a ser ofertado também a clientes novos, sem a necessidade de emissão inicial do Private Label, e desenvolveu uma parceria com plataforma de benefícios, disponibilizando vantagens em mais de 150 estabelecimentos para os portadores deste cartão. Ainda, foi dado o primeiro passo na oferta de soluções de investimento, através da estruturação de um CDB, e foram obtidas autorizações do Banco Central para emissão de moeda eletrônica e operação de conta de pagamento pré-paga, assim como já estão sendo realizadas as adequações necessárias para participação do PIX.
- Como resultado, a Realize avançou na percepção de seus clientes, com aumento de 10 pp no NPS dos cartões, o maior crescimento entre os varejistas de moda, conforme pesquisa realizada pela Cardmonitor e Instituto Medida Certa Pesquisa & Gestão. Este levantamento é feito com base em mais de 12 mil entrevistados no Brasil, portadores de cartões de crédito, sobre suas preferências no uso do produto.

Destaques do Período

31 de agosto de 2020 – LOJAS RENNER S.A. (B3: LREN3; USOTC: LRENY), maior varejista de moda no Brasil, anuncia seus resultados do segundo trimestre (2T20) e do primeiro semestre (1S20) de 2020. Conforme a norma em vigor, a partir de janeiro de 2019, as despesas de aluguel, depreciação e juros refletem o efeito do IFRS 16.

Informações Consolidadas (R$ MM)	2T20	2T19	Var.	1S20	1S19	Var.
Receita Líquida das Vendas de Mercadorias	539,6	2.019,4	-73,3%	2.089,8	3.669,7	-43,1%
Crescimento de Vendas em Mesmas Lojas	-74,1%	9,3%	-	-45,5%	10,8%	-
Lucro Bruto da Operação de Varejo	241,8	1.139,6	-78,8%	1.100,7	2.051,5	-46,3%
Margem Bruta da Operação de Varejo	44,8%	56,4%	-11,6p.p.	52,7%	55,9%	-3,2p.p.
Despesas Operacionais (Vendas, Gerais e Administrativas)[1]	(421,5)	(678,3)	-37,9%	(1.086,8)	(1.287,7)	-15,6%
Despesas Operacionais/Receita das Vendas de Mercadorias	78,1%	33,6%	44,5p.p.	52,0%	35,1%	16,9p.p.
Outros Resultados Operacionais	744,4	(8,8)	-	748,3	6,3	NA
EBITDA da Operação de Varejo Ajustado	455,3	344,5	32,1%	541,0	554,9	-2,5%
Margem EBITDA da Operação de Varejo Ajustada	84,4%	17,1%	67,3p.p.	25,9%	15,1%	10,8p.p.
Resultado de Produtos Financeiros	52,8	91,1	-42,0%	73,5	188,8	-61,1%
EBITDA Total Ajustado (Varejo + Produtos Financeiros)	508,1	435,6	16,6%	614,5	743,7	-17,4%
Margem EBITDA Total Ajustada	94,2%	21,6%	72,6p.p.	29,4%	20,3%	9,1p.p.
Lucro Líquido	818,1	230,7	254,6%	825,2	386,7	113,4%
Margem Líquida	151,6%	11,4%	140,2p.p.	39,5%	10,5%	29,0p.p.
ROIC LTM	25,5%	21,5%	4,0p.p.	25,5%	21,5%	4,0p.p.

[1] Na tabela acima, para melhor análise, as despesas com Depreciação e Amortização foram excluídas, inclusive a Depreciação de Arrendamento.
** Conforme nota explicativa nº 9, em maio, a Companhia obteve êxito em ação judicial relativa à exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e da Cofins. Assim, foi reconhecido, no 2T20, crédito tributário de R$ 784,6 MM (R$ 735,4 MM líquido dos honorários advocatícios) em Outros Resultados Operacionais, referente ao principal, assim como R$ 578,4 MM (R$ 553,3 milhões líquido de impostos), referentes aos juros sobre este montante e contabilizados no Resultado Financeiro. O valor total foi de R$ 1.363,0 MM, com efeito líquido de R$ 1.047,9 MM no Lucro do 2T20.*
*** A Companhia alterou a taxa de desconto para os seus contratos de arrendamento, conforme nota explicativa nº 3.6.1 e, com isto, os valores de depreciação e juros de arrendamento foram alterados para os períodos relativos a 2019 e 2020 sem alterações significativas.*

Resumo Operacional – 2T20

SSS -74,1% Vendas Digitais +121,8%	▪ Impacto do fechamento temporário de 100% das lojas físicas em março ▪ Reabertura gradual a partir de 24 de abril, com evolução mensal na performance e níveis próximos do ano anterior nas últimas semanas ▪ Crescimento acelerado das vendas digitais, representando 36% das vendas.
Margem Bruta -11,6 p.p.	▪ Antecipação de remarcações para ajuste dos estoques
Despesas Operacionais -37,9%	▪ Importante ajuste de despesas operacionais, mas em proporção menor que a redução das vendas
EBITDA Varejo R$ 455,3 MM +32,1% yoy	▪ Reconhecimento de R$ 735,4 MM referentes ao êxito em ação judicial de exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e da Cofins (ex-crédito fiscal: –R$ 280,2 MM)
Resultado de Produtos Financeiros R$ 52,8 MM -42,0%	▪ Leve redução da carteira total, pelo fechamento temporário das lojas ▪ Maiores níveis de cobertura da carteira e aumento do provisionamento
Lucro Líquido R$ 818,1 MM +254,5% yoy	▪ Reconhecimento de R$ 1,0 bilhão, referente ao crédito fiscal já mencionado ▪ Redução do EBITDA de varejo (ex-crédito), impactado pelas menores vendas ▪ Menor Resultado de Produtos Financeiros
Capex R$ 141,4 MM	▪ Investimentos em tecnologia

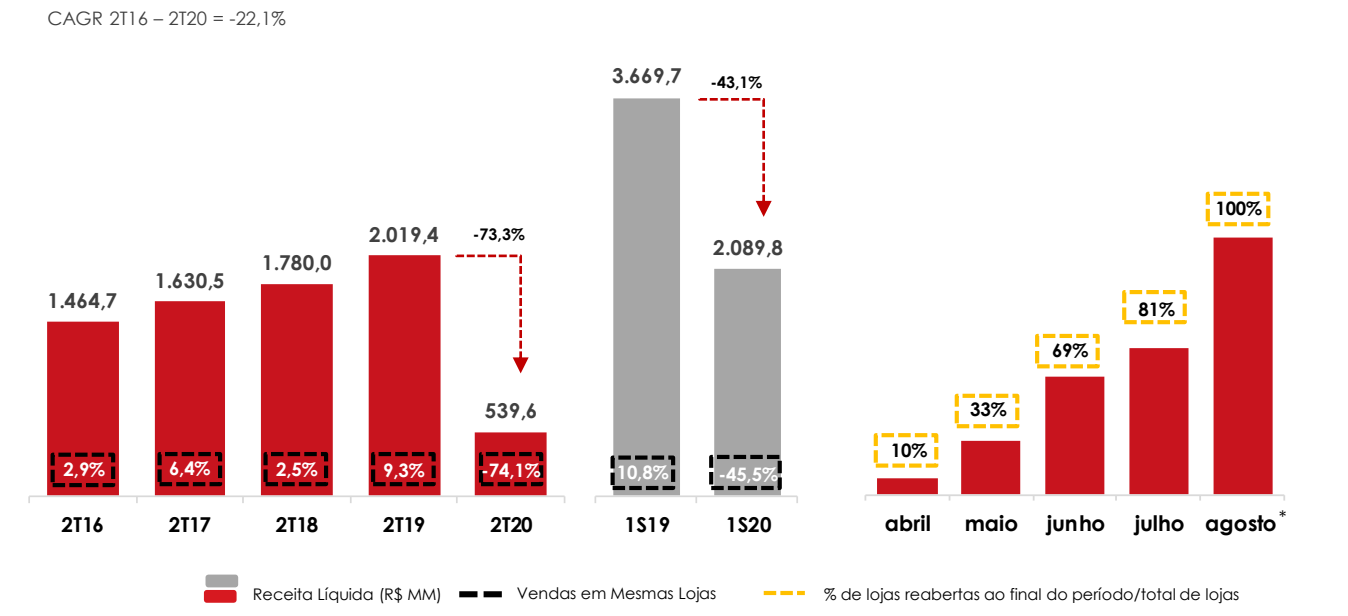
Abertura por Negócios

Abertura por Negócios	2T20	2T19	Var.	1S20	1S19	Var.
RENNER [1]						
Número de Lojas	387	360	27	387	360	27
Inaugurações	0	6	-	0	6	-
Área de Vendas (mil m²)	683,1	649,9	5,1%	683,1	649,9	5,1%
Receita Líquida (R$ MM)	480,9	1.853,6	-74,1%	1.885,8	3.351,2	-43,7%
Margem Bruta	44,0%	56,5%	-12,6p.p.	52,6%	56,0%	-3,4p.p.
CAMICADO						
Número de Lojas	112	113	-1	112	113	-1
Inaugurações	0	4	-	1	8	-
Área de Vendas (mil m²)	47,9	49,1	-2,5%	47,9	49,1	-2,5%
Receita Líquida (R$ MM)	49,0	117,2	-58,2%	157,1	230,7	-31,9%
Margem Bruta	51,4%	52,4%	-1,0p.p.	52,0%	53,2%	-1,2p.p.
YOUCOM						
Número de Lojas	98	97	1	98	97	1
Inaugurações	0	4	-	0	4	-
Área de Vendas (mil m²)	16,3	16,0	1,8%	16,3	16,0	1,8%
Receita Líquida (R$ MM)	9,7	48,6	-80,0%	46,9	87,8	-46,6%
Margem Bruta	53,8%	62,3%	-8,5p.p.	58,8%	60,7%	-1,3p.p.

1 - Inclui Ashua e lojas no Uruguai e Argentina.
Fechamentos: 1 Renner, 3 Camicado e 3 Youcom no 1S20. No 2T19, foram fechadas 1 Camicado e 1 Youcom e, no 1S19, 3 Camicado e 1 Youcom.
** Receita Líquida das lojas físicas reabertas (ao final do período: 259 Renner, 6 Ashua, 77 Camicado e 70 Youcom) + e-commerce.*

Receita Líquida das Vendas de Mercadorias

Receita Líquida das Vendas de Mercadorias e Vendas em Mesmas Lojas

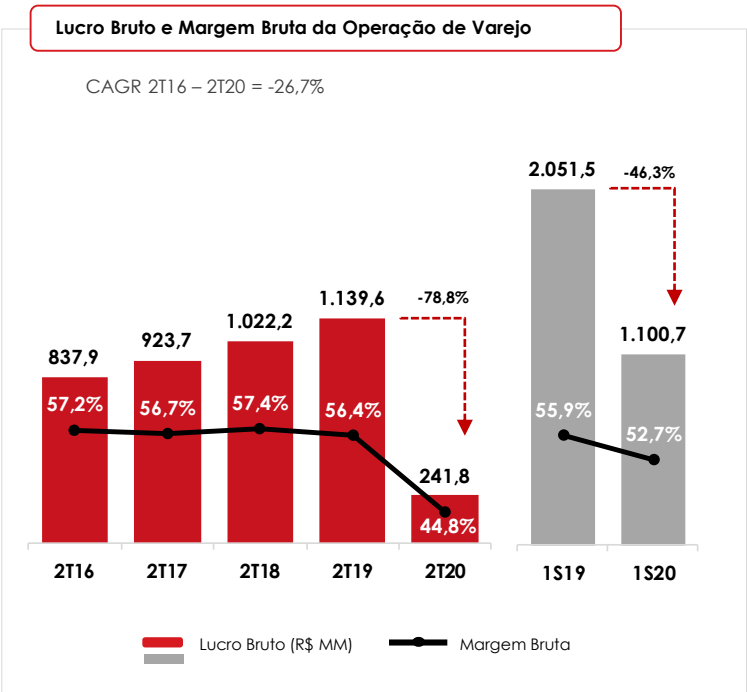


* Dados de agosto estimados (forecast)

- O 2T20 iniciou com todas as lojas da Companhia ainda temporariamente fechadas, em função dos desdobramentos da Covid-19, a partir de meados de março. No dia 24 de abril, iniciou-se o processo gradual de reabertura das lojas físicas, com evolução mensal no número de lojas reabertas e, com isso, ao final do trimestre 69,0% das unidades estavam operando. Assim, a performance das vendas foi impactada de forma significativa no período, com redução de 74,1% nas Vendas em Mesmas Lojas, mas apresentando melhora sequencial nos meses do trimestre e nos seguintes. Atualmente, o parque de lojas está todo aberto, o que tem favorecido também a continuada evolução na Receita Líquida dos meses subsequentes aos do 2T20.

- As unidades funcionaram com restrições na quantidade de horas de operação e no número de clientes dentro da loja. Estas limitações, somadas ao comportamento do consumidor, menos seguro quanto à exposição em espaços públicos, resultou em um fluxo bastante abaixo do normal, mas, por outro lado, a conversão se mostrou melhor, assim como o número de peças por sacola. À medida em que a situação da pandemia foi melhorando em algumas localidades, os consumidores passaram a frequentar mais as lojas e, com isso, o fluxo médio evoluiu de forma importante, estando, atualmente, próximo aos patamares do ano anterior. Este movimento fica bastante evidente em unidades nas regiões Norte e Nordeste, em que a circulação de pessoas já se normalizou e, da mesma forma, a performance destas lojas. Neste momento, mais de 10 estados encontram-se com vendas em níveis, pelo menos, iguais ao do mesmo período do ano anterior. Esses comportamentos devem seguir melhorando, especialmente depois da reabertura e normalização dos horários nos estados do Sudeste e Sul, onde temos a maior concentração de lojas.
- As vendas na Camicado e na Youcom também foram impactadas pelo fechamento temporário das lojas físicas, apresentando redução de Receita Líquida de 58,2% e 80,0%, respectivamente.
- Já as vendas através dos Canais Digitais, por sua vez, apresentaram crescimento de 121,8% no 2T20, com aceleração ao longo dos meses do trimestre. No período, houve importante evolução no número de clientes ativos, na participação do app e, principalmente, na quantidade de clientes novos. Merece destaque também a performance da Camicado, resultado do maior foco em conteúdo online e da maior demanda por produtos de casa e decoração, na medida em que as pessoas passaram a ficar mais tempo em casa.
- No semestre, a Companhia apresentou redução de 43,1% na Receita Líquida e de 45,5% nas Vendas em Mesmas Lojas, consequência, também, do fechamento temporário das lojas físicas.

Lucro Bruto da Operação de Varejo



- Em virtude do fechamento temporário das lojas, ao longo de todo o trimestre, houve maiores níveis de remarcações. O processo de ajuste nos estoques foi iniciado em abril e, na medida em que as lojas reabriam, já ofereciam desconto nos produtos de inverno e também em itens de coleção selecionados. Desta forma, a Margem Bruta consolidada apresentou importante queda, chegando a 44,8%.
- Na Renner, a Margem Bruta foi 12,6 p.p. menor que no 2T19, enquanto que, na Youcom, a redução chegou a 8,5 p.p..
- A Camicado, por sua vez, apresentou contração de Margem de apenas 1,0 p.p., consequência do processo de melhoria na gestão comercial e do movimento de ajuste nos estoques e mix de produtos ofertados.
- No 1S20, a redução de 3,2 pp na Margem Bruta da Operação de Varejo foi resultado do fechamento das lojas, mas em menor proporção que no 2T20, devido à boa performance de Margem Bruta do 1T20, fruto da gestão comercial e qualidade dos estoques.

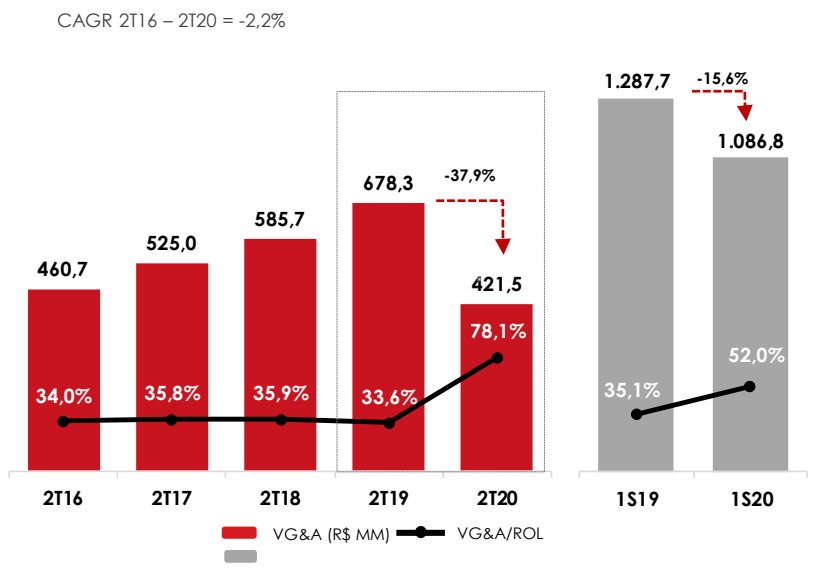
Despesas Operacionais

Despesas Operacionais (R$MM)	2T20	2T19	Var.	1S20	1S19	Var.
Despesas Operacionais (VG&A)[1]	**(421,5)**	**(678,3)**	**-37,9%**	**(1.086,8)**	**(1.287,7)**	**-15,6%**
% s/Receita Líq. das Vendas de Merc.	**78,1%**	**33,6%**	**44,5p.p.**	**52,0%**	**35,1%**	**16,9p.p.**
Despesas com Vendas	(271,0)	(495,8)	-45,3%	(746,1)	(935,0)	-20,2%
% s/Receita Líq. das Vendas de Merc.	*50,2%*	*24,6%*	25,6p.p.	*35,7%*	*25,5%*	10,2p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	(150,5)	(182,5)	-17,5%	(340,7)	(352,7)	-3,4%
% s/Receita Líq. das Vendas de Merc.	*27,9%*	*9,0%*	18,9p.p.	*16,3%*	*9,6%*	6,7p.p.
Outros Resultados Operacionais	**744,4**	**(8,8)**	**-**	**748,3**	**6,3**	**NA**
Programa de Participação nos Resultados	1,5	(18,7)	-	1,4	(31,6)	-104,6%
Recuperação de Créditos Fiscais	794,4	11,6	NA	804,7	41,1	NA
Outras Receitas/(Despesas) Oper.	(51,5)	(1,8)	NA	(57,8)	(3,1)	NA
Total das Despesas Operacionais	**322,9**	**(687,1)**	**-147,0%**	**(338,6)**	**(1.281,4)**	**-73,6%**

[1] Na tabela acima, para melhor análise, as despesas com Depreciação e Amortização foram excluídas.

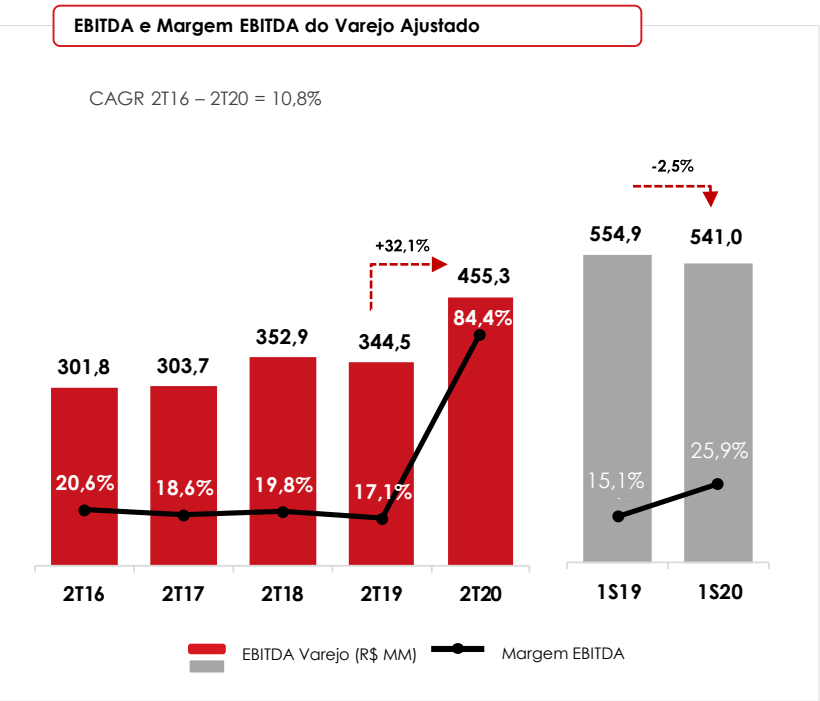
- A partir do momento em que a companhia percebeu uma redução nas vendas, ainda no primeiro trimestre, iniciou um plano de ajustes para adaptação da operação, alcançando importantes reduções. Desta forma, as Despesas Operacionais (VG&A) apresentaram queda de 37,9%, quando comparadas às do 2T19.
- As maiores reduções ocorreram em contas relacionadas às vendas, as quais apresentaram queda de 45,3%, ainda que em proporção inferior à queda na Receita. Já as Despesas Gerais e Administrativas foram menores em 17,5%.
- O aumento dos Outros Resultados Operacionais foi consequência, principalmente, do reconhecimento de R$ 735,4 MM do principal, líquidos dos honorários advocatícios (em Outras Despesas Operacionais), referentes ao êxito em ação judicial relativa à exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e da Cofins (mais detalhes na nota explicativa nº 9).
- Quanto ao acumulado do ano, as Despesas Operacionais foram reduzidas em 15,6%, também, em função, principalmente, dos ajustes nas Despesas com Vendas.

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas



As despesas com aluguéis, que eram antes registradas como "Ocupação", a partir do 1T19, passaram a ser reconhecidas nas linhas de depreciação e despesas financeiras.

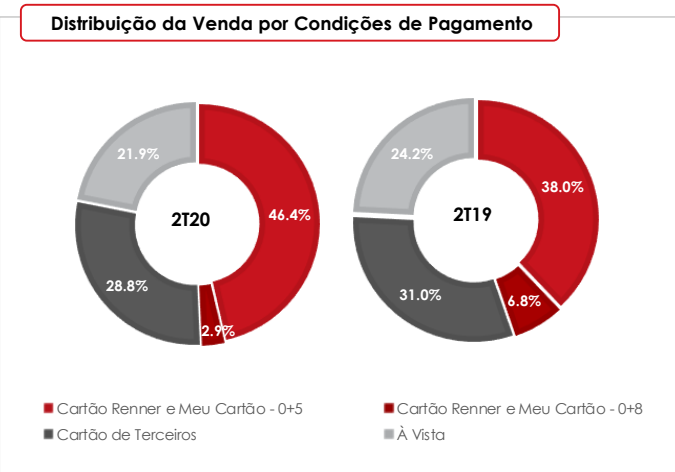
EBITDA da Operação de Varejo Ajustado



- No 2T20, o EBITDA de Varejo Ajustado (inclui Depreciação e Despesa Financeira de Arrendamentos) apresentou aumento de 32,1%, com Margem de 84,4%, em função do reconhecimento de R$ 735,4 MM de crédito fiscal, mencionado anteriormente. Excluindo este efeito, o EBITDA de Varejo foi negativo em R$ 280,2 milhões, em consequência das menores vendas.

- Quanto ao 1S20, o EBITDA de Varejo alcançou R$ 541,0 milhões, também em virtude do crédito fiscal. Se desconsiderado este montante, o EBITDA foi negativo em R$ 194,4 milhões, como consequência dos menores volumes vendidos desde março.

Condições de Pagamento

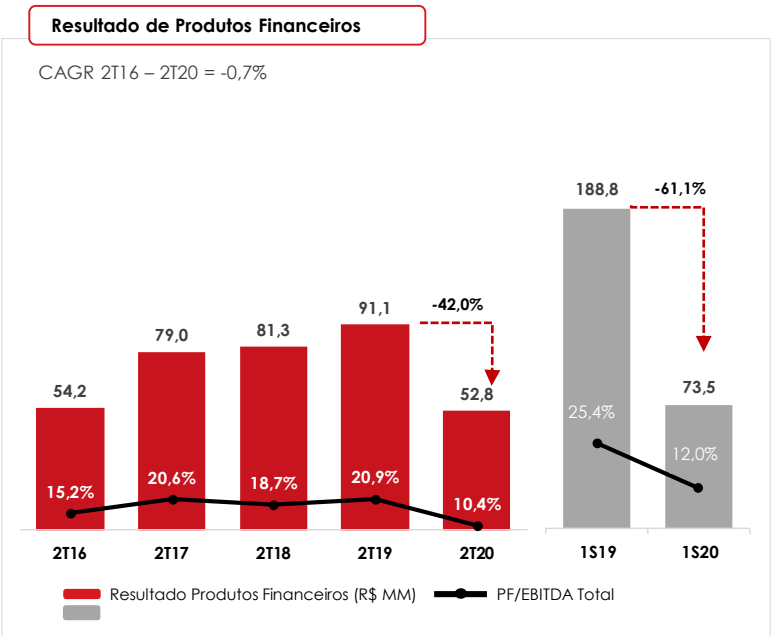


- No 2T20, a Companhia totalizava 32,9 milhões de cartões emitidos, que representaram 49,3% das vendas de mercadorias, 4,5 p.p. superior ao mesmo período do ano anterior. A participação do 0+5 sem juros teve aumento de 8,4 p.p., em virtude, principalmente, da maior participação do e-commerce nas vendas totais, no qual o pagamento à vista têm menor penetração, assim como o fortalecimento da estratégia de cartões para os canais digitais. Este aumento mais que compensou a menor penetração do 0+8.

Resultado de Produtos Financeiros

Resultado de Produtos Financeiros (R$ MM)	2T20	2T19	Var.	1S20	1S19	Var.
Receitas, Líq. do Funding e Impostos	**262,1**	**266,9**	**-1,8%**	**570,2**	**503,1**	**13,4%**
Cartão Renner (*Private Label*)	85,9	105,1	-18,2%	199,2	196,5	1,4%
Meu Cartão *(Co-branded)*	176,1	161,8	8,8%	371,0	306,5	21,0%
Perdas, Líq. das Recuperações	**(133,9)**	**(98,5)**	**36,0%**	**(333,2)**	**(171,0)**	**94,9%**
Cartão Renner (*Private Label*)	(56,7)	(40,1)	41,4%	(124,2)	(68,8)	80,5%
Meu Cartão *(Co-branded)*	(77,2)	(58,4)	32,2%	(209,0)	(102,2)	104,6%
Despesas Operacionais	**(75,4)**	**(77,3)**	**-2,5%**	**(163,6)**	**(143,3)**	**14,2%**
Resultado de Produtos Financeiros	**52,8**	**91,1**	**-42,0%**	**73,5**	**188,8**	**-61,1%**
% Sobre o EBITDA Total Ajustado	10,4%	20,9%	-10,5p.p.	12,0%	25,4%	-13,4p.p.

A partir do 1T20, as Receitas e Perdas do Saque Rápido foram incluídas no Private Label.
Perdas, Líq. Das Recuperações incluem as perdas efetivas, os complementos/reversões de provisão e as recuperações de créditos baixados no período.



- O Resultado de Produtos Financeiros foi de R$ 52,8 milhões, ante os R$ 91,1 milhões apresentados no 2T19, consequência do cenário atual, onde foram elevados os níveis de provisionamento da carteira, com aumento do nível de cobertura.
- A redução de 1,8% nas Receitas foi em linha com a evolução da carteira total. A receita do Private Label apresentou queda de 18,2%, frente ao 2T19, reflexo da redução neste portfolio, face os menores volumes vendidos. Já a Receita do Meu Cartão foi maior em 8,8%, em virtude do crescimento de 17,0% desta carteira, ainda que em volumes menores que o normalizado, em virtude do menor spending durante a pandemia.
- Quanto às Perdas Líquidas, o aumento deveu-se aos maiores níveis de cobertura da carteira, de 13,1% no 2T19 para 23,7% no 2T20, face às incertezas do cenário macroeconômico. No Private Label, houve também o efeito do arrasto nas transações que passaram a ser contabilizadas na Realize, a partir de abril de 2019.
- As Despesas Operacionais, por sua vez, foram menores em 2,5%, refletindo as medidas de redução orçamentária adotadas em função dos desdobramentos da Covid-19.

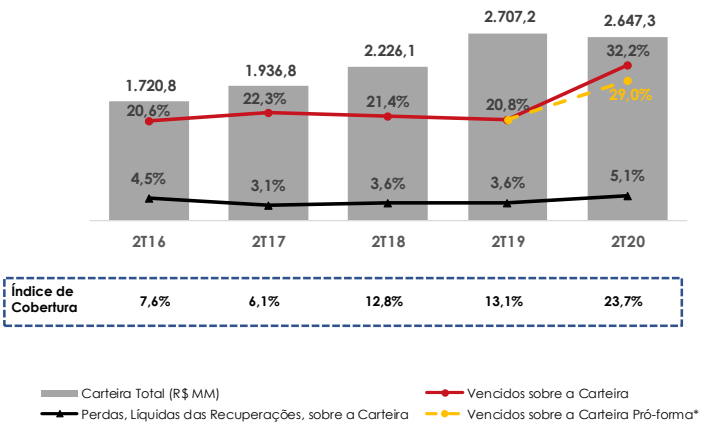
Contas a Receber de Clientes

Contas a Receber de Clientes (R$ MM)	Jun.20	Dez.19	Jun.19
Cartão Renner (Private Label) - Carteira Líquida	**532,7**	**1.240,4**	**1.016,0**
Cartão Renner (Private Label) - Carteira Bruta	789,6	1.394,8	1.130,8
Perdas Estimadas de Crédito	(250,9)	(132,8)	(98,7)
Ajuste a Valor Presente	(6,0)	(21,6)	(16,2)
Cartão bandeira (Meu Cartão) - Carteira Líquida	**1.487,3**	**1.782,7**	**1.337,4**
Meu Cartão (Co-Branded) - Carteira Bruta	1.866,4	2.078,4	1.597,3
Perdas Estimadas de Crédito	(376,4)	(287,9)	(255,2)
Ajuste a Valor Presente	(2,7)	(7,8)	(4,6)
Administradoras de Cartões	**200,6**	**797,1**	**540,3**
Outros Recebiveis	**11,2**	**5,8**	**3,1**
Total de Contas a Receber	**2.231,7**	**3.826,0**	**2.896,8**

- Em junho de 2020, o Contas a Receber somava R$ 2.231,7 milhões, com redução de 23,0% ante junho de 2019, devido, principalmente, aos menores volumes no Private Label e em Administradoras de Cartões, em razão das menores vendas no período. Deste total, 66,7% referiu-se à carteira do Meu Cartão, 23,9% à do Private Label, além de recebíveis referentes às Administradoras de Cartões e Outros.

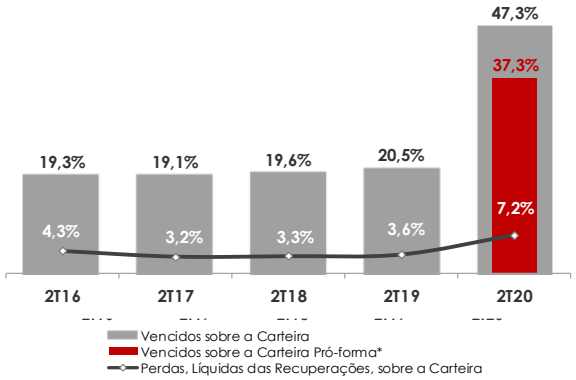
Inadimplência

Carteira Total



- A carteira total de Produtos Financeiros (Cartão Renner e Meu Cartão) apresentou leve redução de 2,2%, no 2T20, em razão, basicamente, da diminuição da carteira do Private Label. O portfolio do Meu Cartão, por sua vez, cresceu, ainda que em proporção menor que o habitual, e compensou parcialmente a queda no Private Label.
- O aumento no percentual de perdas líquidas foi consequência, principalmente, dos maiores níveis de cobertura da carteira, que geraram maior volume de despesa com provisões.
- Já o percentual de vencidos cresceu, em função, principalmente, do Private Label. Importante mencionar que a qualidade das novas safras evoluiu em relação a 2019, assim como a eficiência da cobrança.

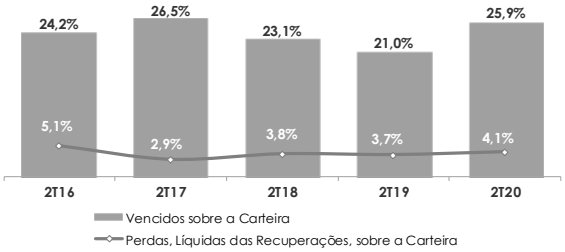
Cartão Renner



A partir do 1T20, a carteira do Saque Rápido foi incluída na do Private Label.

- **Cartão Renner:** O aumento no percentual de vencidos, refere-se, principalmente, à redução de 29,7% da carteira e à baixa de ativos a partir de 360 dias ante 180 dias no 2T19. Adicionalmente, tendo em vista que uma importante parcela dos clientes realizava seus pagamentos nas unidades físicas, houve, também, um menor nível de recebimentos, após o fechamento temporário das lojas, até que estes clientes passassem a utilizar outros canais para pagamento. Este nível de recebimentos evoluiu ao longo dos meses, na medida em que as lojas foram reabrindo e também mais clientes passaram a adotar os meios digitais para pagamento.
- Já o crescimento de 3,6 p.p. nas perdas, líquidas das recuperações, deveu-se, principalmente, ao aumento nos níveis de provisão desta carteira, em função, tanto dos maiores níveis de cobertura adotados pela Companhia, quanto do arrasto nas transações que passaram a ser contabilizadas na Realize, a partir de abril de 2019. Para fins de provisionamento, o conceito do arrasto leva todo o saldo em aberto de cada cliente para a sua pior faixa de atraso.

Meu Cartão



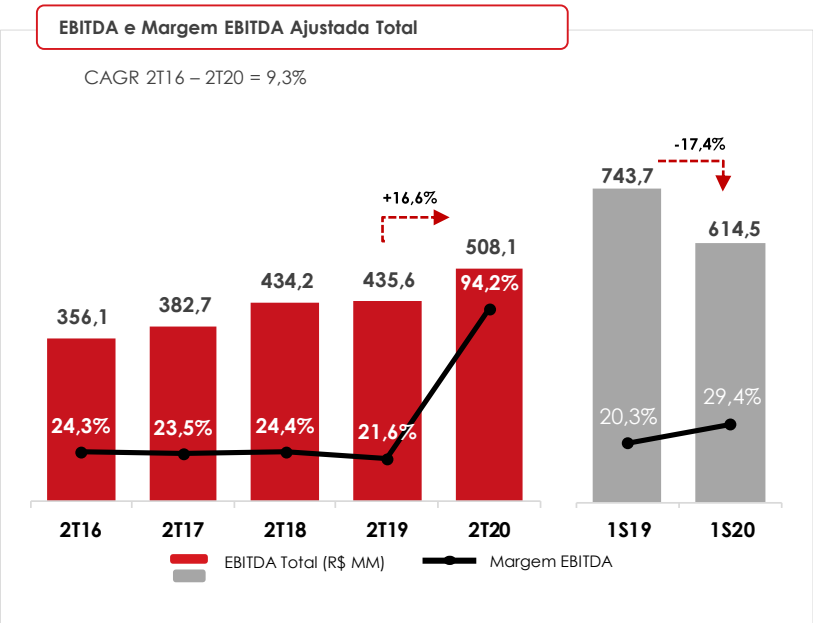
- **Meu Cartão:** O crescimento no indicador de vencidos foi consequência, principalmente, do menor crescimento da carteira.
- O aumento na perda líquida deveu-se, basicamente, ao maior provisionamento, com consequente aumento do índice de cobertura da carteira, devido ao cenário econômico atual.

** Para fins de comparabilidade, a informação pró-forma refere-se à carteira de recebíveis até 180 dias.*

EBITDA Ajustado Total

Reconciliação do EBITDA (R$ MM)	2T20	2T19	Var.	1S20	1S19	Var.
Lucro líquido	**818,1**	**230,7**	**254,5%**	**825,2**	**386,7**	**113,4%**
(+) IR, CSLL	95,8	89,5	7,0%	71,2	136,3	-47,7%
(+) Resultado Financeiro, Líquido	(493,6)	53,6	-	(443,8)	98,8	-549,7%
(+) Depreciações e Amortizações	183,0	164,9	11,0%	364,6	327,5	11,4%
EBITDA Total	**603,3**	**538,7**	**12,0%**	**817,2**	**949,3**	**-13,9%**
(-) Depreciação de Arrendamento (IFRS 16)	(78,2)	(75,6)	3,5%	(160,0)	(149,7)	7,0%
(-) Despesa Financeira de Arrendamento (IFRS 16)	(31,7)	(33,0)	-3,7%	(62,3)	(66,7)	-6,5%
(+) Plano de Opção de Compra de Ações	5,4	5,2	4,5%	10,4	10,0	4,1%
(+) Participações Estatutárias	(0,5)	-	-	(0,5)	-	-
(+) Resultado da Baixa e Provisão para Perda em Ativos Fixos	9,9	0,3	NA	9,7	0,8	NA
EBITDA Total Ajustado	**508,1**	**435,6**	**16,6%**	**614,5**	**743,7**	**-17,4%**
Margem EBITDA Total Ajustada *	94,2%	21,6%	72,6p.p.	29,4%	20,3%	9,1p.p.

**De acordo com o previsto no art. 4º da Instrução CVM nº 527, a Companhia optou por divulgar o EBITDA Ajustado, conforme tabela acima, visando demonstrar a informação que melhor reflete a geração operacional bruta de caixa em suas atividades.*



- Para fins de comparabilidade, a Companhia passou a reportar o EBITDA ajustado também pela Depreciação e Despesa Financeira, relativas à adoção do IFRS 16, dada a similaridade com os fluxos de caixa incorridos nos contratos de aluguel.
- O EBITDA Total Ajustado chegou a R$ 508,1 milhões, com aumento de 16,6% ante o 2T19 e Margem de 94,2%. Este desempenho foi resultado, essencialmente, do credito fiscal já mencionado. Excluído este montante, o EBITDA Ajustado Total foi negativo em R$ 227,4 milhões, em função do menor resultado operacional de varejo, assim como da redução do Resultado de Produtos Financeiros.
- No semestre, o EBITDA Total Ajustado foi de R$ 614,5 milhões, com retração de 17,4%. Excluindo o crédito fiscal, ficou negativo em R$ 121,0 milhões, pelas mesmas razões que impactaram o trimestre.

Resultado Financeiro, Líquido

Resultado Financeiro, Líquido (R$ MM)	2T20	2T19	Var.	1S20	1S19	Var.
Receitas Financeiras	**564,8**	**10,1**	**NA**	**575,1**	**17,7**	**NA**
Rendimentos de Equivalentes de Caixa	11,2	9,9	13,0%	20,7	17,1	21,0%
Outras Receitas Financeiras	553,6	0,2	NA	554,4	0,5	NA
Despesas Financeiras	**(61,4)**	**(60,5)**	**1,4%**	**(111,9)**	**(114,5)**	**-2,3%**
Juros de Empréstimos, Financiamentos e Swap	(25,5)	(23,0)	10,8%	(40,1)	(39,1)	2,5%
Outras Despesas Financeiras	(3,2)	(3,4)	-6,1%	(7,4)	(6,6)	12,7%
Despesa Financeira de Arrendamento	(32,7)	(34,1)	-4,1%	(64,4)	(68,9)	-6,4%
Variação Monetária, Líquida	**(9,8)**	**(3,2)**	**212,0%**	**(19,4)**	**(1,8)**	**967,7%**
Resultado Financeiro, Líquido	**493,6**	**(53,6)**	**-**	**443,8**	**(98,7)**	**-**

- O Resultado Financeiro Líquido foi positivo em R$ 493,6 milhões, basicamente, em razão dos juros sobre créditos tributários de R$ 553,3 milhões reconhecidos no período. Se excluído este valor, o resultado teria sido negativo em R$ 59,7 milhões no 2T20 versus R$ 53,6 milhões no 2T19, devido, principalmente, ao aumento na Variação Monetária negativa, em função de fluxos de pagamento de comércio exterior e realização do hedge cambial.

Fluxo de Caixa Livre

Fluxo de Caixa (R$ MM)	2T20	2T19	Var.	1S20	1S19	Var.
EBITDA Total Ajustado	**508,1**	**435,6**	**72,5**	**614,5**	**743,7**	**(129,2)**
(+/-) IR, CSLL/Outros	524,8	(11,3)	536,1	213,1	(210,3)	423,4
Fluxo de Caixa Operacional	**1.032,9**	**424,3**	**608,6**	**827,6**	**533,4**	**294,2**
(+/-) Variação Capital de Giro	**(979,6)**	**19,0**	**(998,6)**	**(1.058,4)**	**(233,9)**	**(824,5)**
Contas a Receber	780,9	(193,4)	974,4	1.594,2	272,0	1.322,2
Estoques	(173,3)	99,3	(272,6)	(454,5)	(37,9)	(416,6)
Fornecedores	(124,9)	47,1	(172,0)	(355,1)	(290,8)	(64,2)
Impostos	(1.406,8)	28,8	(1.435,7)	(1.676,0)	(153,2)	(1.522,8)
Outras Contas a Receber/Pagar	(55,5)	37,2	(92,8)	(167,0)	(24,0)	(143,1)
(-) Capex	**(141,4)**	**(166,4)**	**25,0**	**(230,8)**	**(245,3)**	**14,4**
(=) Fluxo de Caixa Livre	**(88,1)**	**276,9**	**(365,0)**	**(461,6)**	**54,2**	**(515,8)**

A partir do 1T20, os Financiamentos de Operações de Crédito ao Cliente foram excluídos do cálculo da Variação de Capital de Giro.

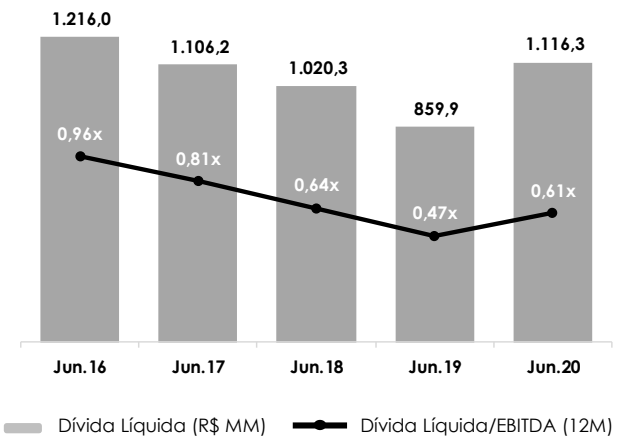
- O Fluxo de Caixa Operacional foi beneficiado em R$ 1.288,8 milhões pela recuperação de créditos da ação do PIS e da Cofins. Este montante foi neutralizado pelo aumento na linha Impostos.
- Desta forma, a menor geração de Fluxo de Caixa Livre foi consequência, principalmente, do menor EBITDA Ajustado no período, não obstante a menor necessidade de capital de giro (ex-pisco), em razão, sobretudo, da redução no Contas a Receber, consequência das menores vendas realizadas no período.

Endividamento Líquido

Endividamento Líquido (R$ MM)	Jun.20	Dez.19	Jun.19
Empréstimos e Financiamentos	**(2.597,8)**	**(1.153,7)**	**(1.194,8)**
Circulante	(1.698,1)	(709,0)	(748,6)
Não Circulante	(899,7)	(444,6)	(446,2)
Financiamentos de Operações de Crédito ao Cliente	**(857,6)**	**(491,4)**	**(612,8)**
Circulante	(515,0)	(185,0)	(469,5)
Não Circulante	(342,7)	(306,4)	(143,3)
Endividamento Bruto	**(3.455,4)**	**(1.645,0)**	**(1.807,6)**
Caixa e Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras	**2.339,2**	**1.372,3**	**947,7**
Endividamento Líquido	**(1.116,3)**	**(272,7)**	**(859,9)**
Endividamento Líquido/EBITDA Ajustado Total (12M)	*0,61x*	*0,14x*	*0,47x*

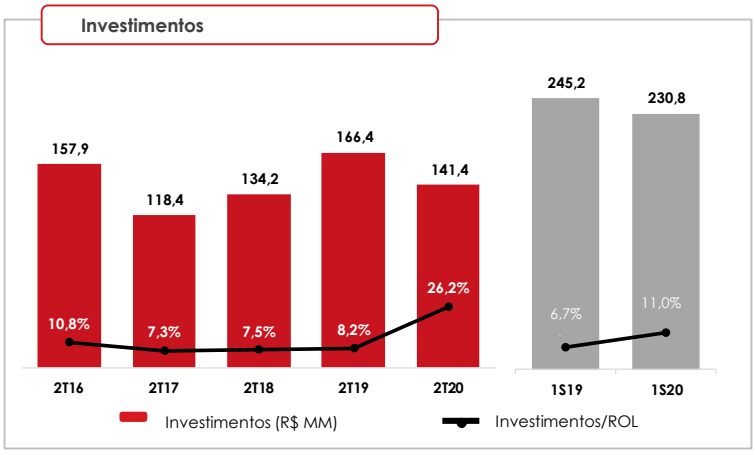
- Em 30 de junho de 2020, o Endividamento Líquido da Companhia foi de R$ 1.116,3 milhões, apresentando aumento de 29,8% em relação à posição do mesmo período do ano anterior, devido, especialmente, à menor geração operacional de caixa no período.
- Tendo em vista o cenário atual, a Companhia reforçou sua posição de caixa, através da emissão de debêntures nos meses de abril e maio, totalizando R$ 1,0 bilhão.

Endividamento Líquido



Os Financiamentos de Operações de Crédito ao Cliente destinam-se ao financiamento das carteiras de Produtos Financeiros e sua variação está atrelada aos volumes financiados destes produtos. As despesas dos serviços da dívida relacionadas à gestão de capital estão contabilizadas no Resultado Financeiro, Líquido. Os Financiamentos de Operações de Crédito ao Cliente, que são atrelados a Produtos Financeiros, têm seus custos refletidos no Resultado Operacional.

Investimentos



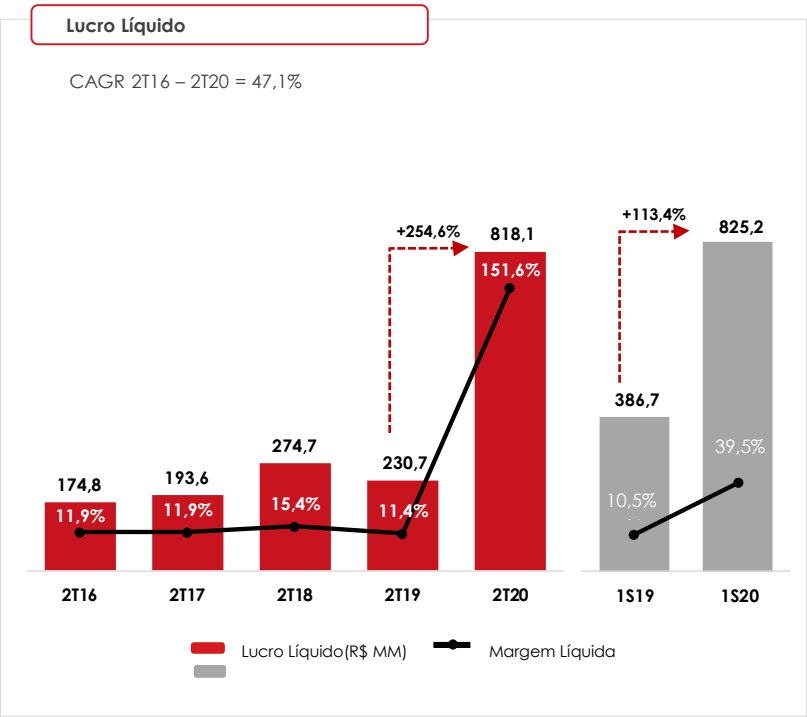
Sumário dos Investimentos (R$ MM)	2T20	2T19	1S20	1S19
Novas Lojas	12,8	59,4	62,3	87,3
Remodelação de Instalações	5,9	34,2	17,6	51,6
Sistemas e Equip. de Tecnologia	103,5	64,0	128,5	92,7
Centros de Distribuição	18,9	8,5	21,7	12,0
Outros	0,4	0,3	0,7	1,6
Total dos Investimentos	**141,4**	**166,4**	**230,8**	**245,2**

- Do total investido, no trimestre, 73,1% foram aplicados em Sistemas e Equipamentos de Tecnologia, 13,4% em Centros de Distribuição e 13,2% na abertura de Novas Lojas e Remodelações.

- Em junho, a Renner totalizava 387 lojas, incluindo 9 no Uruguai, 4 na Argentina e 8 da Ashua, com metragem total de 683,1 mil m². Já a Camicado, somava 112 unidades, com metragem de vendas total de 47,9 mil m² e a Youcom, por sua vez, detinha 98 lojas, com metragem de vendas de 16,3 mil m².

- As despesas com Depreciações e Amortizações totalizaram R$ 104,6 milhões no 2T20, 17,4% maior ante o 2T19, em função, principalmente, do plano de expansão de lojas e do aumento nos ativos relativos à sistemas de TI. No acumulado do ano, estas despesas somavam R$ 204,3 milhões, crescimento de 15,1% ante o 1S19.

Lucro Líquido e Dividendos



- O Lucro Líquido totalizou R$ 818,1 milhões, no 2T20, com aumento de 254,6% ante o 2T19, em virtude da recuperação de crédito fiscal. Desconsiderando este valor, este resultado foi negativo em R$ 228,0 milhões e refletiu o menor EBITDA Total gerado no trimestre, assim como o crescimento das despesas com depreciações, consequência dos ativos fixos e investimentos realizados em períodos anteriores.

- No semestre, o Lucro Líquido alcançou R$ 825,2 milhões, com Margem de 39,5%. Quando ajustado pelo crédito fiscal, totalizou R$ 220,9 milhões negativos e foi impactado pelas mesmas razões que o 2T20.

- No 2T20, a Lojas Renner creditou aos seus acionistas, dividendos na forma de Juros sobre Capital Próprio, no montante de R$ 55,9 milhões, correspondentes a R$ 0,070596 por ação, considerando a quantidade de 792.430.877ações ordinárias, das quais já foram excluídas as ações em tesouraria. No período acumulado de janeiro a junho, os Juros sobre Capital Próprio já chegaram a R$ 114,3 milhões, correspondente a R$ 0,1442 por ação.

Demonstração do Resultado Consolidado

Em R$ mil

Demonstrações do Resultado	2T20	2T19	Var	1S20	1S19	Var
Receita Operacional Líquida	**808.506**	**2.292.004**	**-64,7%**	**2.672.267**	**4.184.121**	**-36,1%**
Receita Líquida das Vendas de Mercadorias	539.636	2.019.374	-73,3%	2.089.816	3.669.711	-43,1%
Receita Líquida de Produtos Financeiros	268.870	272.630	-1,4%	582.451	514.410	13,2%
Custo das Vendas	**(304.643)**	**(885.492)**	**-65,6%**	**(1.001.317)**	**(1.629.523)**	**-38,6%**
Custos das Vendas de Mercadorias	(297.841)	(879.737)	-66,1%	(989.081)	(1.618.167)	-38,9%
Custos dos Produtos Financeiros	(6.802)	(5.755)	18,2%	(12.236)	(11.356)	7,7%
Lucro Bruto	**503.863**	**1.406.512**	**-64,2%**	**1.670.950**	**2.554.598**	**-34,6%**
Despesas Operacionais [1]	**(83.607)**	**(1.032.647)**	**-91,9%**	**(1.218.359)**	**(1.932.857)**	**-37,0%**
Vendas	(271.005)	(495.829)	-45,3%	(746.095)	(935.003)	-20,2%
Gerais e Administrativas	(150.478)	(182.454)	-17,5%	(340.742)	(352.695)	-3,4%
Depreciação e Amortização	(183.013)	(164.860)	11,0%	(364.591)	(327.340)	11,4%
Perdas em Crédito, Líquidas	(133.866)	(98.455)	36,0%	(333.191)	(170.971)	94,9%
Outros Resultados Operacionais	654.755	(91.049)	-	566.260	(146.848)	-
Despesas com Produtos Financeiros	(74.857)	(76.757)	-2,5%	(162.428)	(142.412)	14,1%
Outros Resultados Operacionais	729.612	(14.292)	-	728.688	(4.436)	-
Lucro Operacional antes do Resultado Financeiro	**420.256**	**373.865**	**12,4%**	**452.591**	**621.741**	**-27,2%**
Resultado Financeiro Líquido	**493.605**	**(53.581)**	**-**	**443.838**	**(98.702)**	**-**
Receitas Financeiras	579.756	16.013	NA	605.335	27.198	NA
Despesas Financeiras	(86.151)	(69.594)	23,8%	(161.497)	(125.900)	28,3%
Lucro antes do Imposto de Renda e Contribuição Social	**913.861**	**320.284**	**185,3%**	**896.429**	**523.039**	**71,4%**
Imposto de Renda e Contribuição Social	(95.810)	(89.547)	7,0%	(71.241)	(136.323)	-47,7%
Lucro Líquido do Período	**818.051**	**230.737**	**254,5%**	**825.188**	**386.716**	**113,4%**
Lucro Líquido por Ação - Básico R$	1,0324	0,3004	243,7%	1,0406	0,5205	99,9%
Lucro Líquido por Ação - Diluído R$	1,0302	0,2993	244,2%	1,0381	0,5181	100,4%
Quantidade de Ações ao Final do Período (em milhares)	795.590	793.812	-	795.590	793.812	-

[1] Na tabela acima, para melhor análise, as despesas com Depreciação e Amortização estão apresentadas isoladamente.

Balanço Patrimonial Consolidado

Em R$ mil

Balanço Patrimonial Ativo	Jun.20	Dez.19	Jun.19
ATIVO TOTAL	**12.828.071**	**11.552.902**	**9.923.908**
Ativo Circulante	**7.203.646**	**6.656.209**	**5.376.263**
Caixa e equivalentes de caixa	1.716.249	980.954	646.706
Aplicações financeiras	622.923	391.348	300.983
Contas a receber	2.231.722	3.825.961	2.896.784
Estoques	1.578.963	1.124.506	1.148.162
Tributos a recuperar	924.520	258.396	234.288
Instrumentos financeiros derivativos	41.594	4.382	5.417
Outros ativos	87.675	70.662	143.923
Ativo Não Circulante	**5.624.425**	**4.896.693**	**4.547.645**
Realizável a longo prazo			
Tributos a Recuperar	817.499	73.345	82.027
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	239.731	214.505	164.604
Outros Ativos	16.958	16.208	23.705
Imobilizado	2.147.040	2.173.710	1.976.762
Direito de Uso	1.528.457	1.634.690	1.618.840
Intangível	874.740	784.235	681.707

Balanço Patrimonial Passivo e Patrimônio Líquido	Jun.20	Dez.19	Jun.19
PASSIVO TOTAL E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	**12.828.071**	**11.552.902**	**9.923.908**
Passivo Circulante	**4.783.009**	**4.765.317**	**3.868.188**
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	1.698.108	709.022	748.594
Financiamentos - Operações Serviços Financeiros	514.962	184.996	469.493
Arrendamentos a pagar	434.076	447.685	394.000
Fornecedores	638.396	1.081.785	730.188
Obrigações com Administradora de Cartões	817.712	985.298	741.692
Obrigações Fiscais	145.368	636.723	297.839
Obrigações Sociais e Trabalhistas	251.612	306.882	237.800
Obrigações Estatutárias	101.263	243.114	112.333
Provisões para Riscos Cíveis e Trabalhistas	59.941	67.635	50.558
Instrumentos Financeiros Derivativos	-	7.764	1.623
Outras Obrigações	121.571	94.413	84.068
Passivo Não Circulante	**2.619.110**	**2.096.566**	**1.953.578**
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	899.701	444.641	446.207
Financiamentos - Operações Serviços Financeiros	342.663	306.370	143.295
Arrendamentos a pagar	1.221.502	1.291.676	1.298.440
Fornecedores	88.311	-	-
Imposto de renda e contribuição social diferidos	-	5.287	7.625
Provisões para riscos tributários	21.259	24.481	30.715
Provisão para riscos cíveis e trabalhistas	24.042	-	-
Outras Obrigações	21.632	24.111	27.296
Patrimônio Líquido	**5.425.952**	**4.691.019**	**4.102.142**
Capital Social	3.795.901	3.795.634	3.774.294
Ações em Tesouraria	(119.461)	(35.549)	(35.553)
Reservas de Capital	76.869	74.227	57.015
Reservas de Lucros	869.571	869.896	50.695
Outros resultados abrangentes	91.986	(13.189)	(3.086)
Lucros Acumulados	711.086	-	258.777

Fluxo de Caixa Consolidado – Método Indireto

Em R$ mil

Fluxo de Caixa - Método Indireto	2T20	2T19	1S20	1S19
Fluxos de Caixa das Atividades Operacionais				
Lucro Líquido do Período	**818.051**	**230.737**	**825.188**	**386.716**
Ajustes para Conciliar o Resultado ao Caixa e Equivalentes de Caixa Gerados pelas Atividades Operacionais				
Depreciações e amortizações	191.216	172.753	379.875	342.722
Juros sobre empréstimos e arrendamento	59.868	57.978	111.034	109.624
Juros e custos de estruturação sobre financiamentos de serviços operacionais	9.610	-	17.596	-
Imposto de renda e contribuição social	95.810	89.547	71.241	136.323
(Reversão) Perdas estimadas em ativos, líquidas	83.390	57.271	205.795	13.656
Exclusão do ICMS na base de cálculo do PIS e COFINS, líquida dos impostos e honorários	(1.363.029)	-	(1.363.029)	-
Descontos - arrendamentos a pagar	(72.899)	-	(72.899)	-
Outros ajustes do lucro líquido	18.433	21.179	12.073	7.501
Lucro Líquido Ajustado	**(159.550)**	**629.465**	**186.874**	**996.542**
Variações nos Ativos e Passivos				
Contas a receber de clientes	726.422	(235.287)	1.423.508	227.673
Estoques	(182.055)	80.350	(447.616)	(2.862)
Tributos a Recuperar	(52.426)	(32.151)	(47.249)	(29.148)
Outros ativos	20.409	(61.227)	(4.402)	(83.828)
Fornecedores	(131.011)	46.326	(367.970)	(291.692)
Financiamentos - operações serviços financeiros	-	(442.150)	-	(238.798)
Obrigações com administradoras de cartões	(63.575)	74.512	(167.586)	47.696
Obrigações Fiscais	3.736	47.022	(278.690)	(191.278)
Outras obrigações	(38.669)	2.404	(21.053)	11.954
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(19.682)	(11.314)	(328.112)	(214.752)
Juros pagos sobre empréstimos, debêntures e arrendamento	(16.768)	(6.459)	(20.724)	(26.861)
Juros pagos sobre financiamentos de serviços operacionais	-	-	(10.301)	-
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades operacionais, antes das aplicações financeiras	**86.831**	**91.491**	**(83.321)**	**204.646**
Aplicações financeiras	(122.318)	484.153	(231.575)	298.251
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades operacionais	**(35.487)**	**575.644**	**(314.896)**	**502.897**
Fluxos de caixa das atividades de investimentos				
Aquisições de imobilizado e intangível	(141.396)	(166.401)	(230.836)	(245.283)
Recebimentos por vendas de ativos fixos	8	263	31	674
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimentos	**(141.388)**	**(166.138)**	**(230.805)**	**(244.609)**
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos				
Aumento do capital social	267	24.771	267	24.771
Recompra de ações	-	-	(96.964)	-
Captações de empréstimos	1.182.644	425.888	2.676.106	469.010
Amortização de empréstimos e debêntures	(257.412)	(266.816)	(892.354)	(324.630)
Contraprestação de arrendamento mercantil financeiro	(35.580)	(100.204)	(152.888)	(168.963)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(243.490)	(386.218)	(250.309)	(394.945)
Caixa líquido consumido pelas atividades de financiamentos	**646.429**	**(302.579)**	**1.283.858**	**(394.757)**
Efeito da variação cambial sobre o saldo de caixa e equivalentes de caixa	**3.660**	**(463)**	**(2.862)**	**(1.955)**
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa	473.214	106.464	735.295	(138.424)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	1.243.035	540.242	980.954	785.130
Caixa e equivalentes de caixa no fim do período	**1.716.249**	**646.706**	**1.716.249**	**646.706**

Aviso Legal

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da Lojas Renner S.A. são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da Diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas à mudança sem aviso prévio.

Todas as variações aqui apresentadas são calculadas com base nos números em milhares de reais, assim como os arredondamentos. Variações maiores que 1000% são apresentadas como NA nas tabelas.

Números de performance de períodos subsequentes ao trimestre de divulgação não foram auditados.

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. Em 30.06.2020, o preço de fechamento da ação LREN3 foi de R$ 41,80 e o valor de mercado da Companhia era de R$33,1 bilhões.

A Lojas Renner é a maior varejista de moda no Brasil, com 387 lojas Renner (incluindo 9 lojas no Uruguai, 4 na Argentina e 8 Ashua), 112 Camicado e 98 Youcom em junho de 2020, além das suas plataformas online.

A Renner desenvolve e vende roupas, calçados e moda íntima de qualidade para mulheres, homens, adolescentes e crianças sob 18 marcas próprias, das quais 8 são representativas do conceito Lifestyle, em que cada uma reflete um estilo próprio de ser e de vestir. Também vende acessórios e cosméticos por meio de duas marcas próprias e oferece mercadorias em determinadas categorias sob marcas de terceiros.

A Camicado, adquirida em 2011, é uma empresa no segmento de casa e decoração e a Youcom, lançada em 2013, é um novo modelo de loja, especializada em moda jovem. A Companhia conta, ainda, com a Realize CFI, Instituição Financeira que apoia o negócio de varejo da Renner, através da gestão dos produtos financeiros oferecidos.

Mulheres entre 18 e 39 anos de idade, que estão na faixa de consumo médio-alto da população brasileira, são o público-alvo da Renner e Camicado. Já a Youcom atende também o segmento de renda médio, mas com foco entre 18 e 35 anos de idade.

A Lojas Renner oferece a seus clientes produtos de moda em vários estilos, com qualidade e preços competitivos, em ambientes práticos e agradáveis.

Contatos Relações com Investidores

Laurence Gomes – CFO e DRI
laurence.gomes@lojasrenner.com.br

Paula Picinini – Relações com Investidores
Tel. +55 51 2121 7023
paula.picinini@lojasrenner.com.br

Carla Sffair – Relações com Investidores
Tel. +55 51 2121 7006
carla.sffair@lojasrenner.com.br

Felipe Fernandez – Relações com Investidores
Tel. +55 51 2121 7183
felipe.fernandez@lojasrenner.com.br

Diva Freire – Governança Corporativa
Tel. +55 51 2121 7045
diva.freire@lojasrenner.com.br

Juliana Reis – Governança Corporativa
Tel. +55 51 2121 7312
juliana.reis@lojasrenner.com.br

Atendimento a Acionistas Pessoa Física
acionistas@lojasrenner.com.br

Re Jeans

Quando falamos em impacto ambiental, geralmente o jeans aparece no topo da lista de produtos que mais usam água em seu ciclo de produção. A Renner está sempre engajada na busca de alternativas menos impactantes para o meio ambiente e muitos dos nossos jeans já têm o selo Re – Moda Responsável, que reúne aquelas peças feitas com fibras e tecnologias menos impactantes, além de processos certificados.

Por isso, lançamos uma coleção cápsula especial de Re Jeans. São peças recicladas – ou seja, feitas com o excedente de outros jeans. Em comparação com um jeans normal, uma peça Re Jeans tem menos 45% de impacto ambiental em todo o seu ciclo de vida e menos 44% de consumo de água, conforme estudo certificado que a Renner realizou.

A inovação sustentável vem da tecnologia! O Re Jeans funciona assim: os tecidos que sobram do corte dos novos jeans da Renner são reaproveitados, evitando lixo têxtil e o desperdício. Os retalhos são separados por cor e desfibrados, voltando a se tornar fios com os quais são criados esses novos produtos. O Re Jeans é reciclado e reciclável porque não contém poliéster na composição, o que torna o produto possível de ser reciclado novamente e evita o problema dos microplásticos.

A Renner criou a coleção Re Jeans para reutilizar os resíduos gerados na produção dos jeans tradicionais. O primeiro lançamento dessa linha foi em 2018 e a experiência nos mostrou que os consumidores Renner valorizam muito as peças menos impactantes.