

RESULTADOS 4T20

B3: LREN3; USOTC: LRENY

LOJAS RENNER S.A.



CAMICADO youcom realize

VIDEOCONFERÊNCIA

12 de fevereiro de 2021

13h (Brasil) / 11h (US-EST)

[Webcast em Português](#)

[Webcast em Inglês](#)

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

Para melhor visualização, recomenda-se o uso dos navegadores Google Chrome ou Firefox.



Pilares de Atuação

PILAR 1 **PRESERVAÇÃO DA SAÚDE E DA VIDA**

- Equipes administrativas em home office
- Redução temporária das equipes dos CDs e Centrais de Atendimento
- Fechamento temporário de todas as lojas no Brasil, Uruguai e Argentina
- Maiores protocolos de higienização, distanciamento social e uso de máscaras para as atividades mantidas
- Transporte disponibilizado para as equipes das Centrais de Atendimento e dos Centros de Distribuição

PILAR 2 **PRESERVAÇÃO DOS EMPREGOS**

- Utilização de férias
- Mecanismo de banco de horas
- Compromisso de não demissão por, pelo menos, 60 dias
- Uso da MP para suspensão de contratos de trabalho dos colaboradores sem atividade naquele momento
- Uso da MP para redução de jornada de trabalho e salários na proporção de 25% para administradores e colaboradores

PILAR 3 **PRESERVAÇÃO DA SAÚDE FINANCEIRA**

- Redução de CAPEX
- Redução de *payout* para 25%
- Redução de despesas
- Tomada de recursos para reforço do caixa (R\$ 2bi)
- Revisão das ordens e pedidos de compras
- Apoio a fornecedores com antecipações de recebíveis
- Apoio a fornecedores nas triangulações e acesso a linhas de crédito bancárias
- Apoio a fornecedores sobre alternativas para questões trabalhistas, legais e tributárias

PILAR 4 **APOIO AOS HOSPITAIS E COMUNIDADES**

- Doação de R\$ 5,1 milhões e 1,7 milhão de máscaras e EPIs
- Apoio a hospitais
- Doação para fundo de apoio a saúde do RJ
- Doações de recursos à comunidades carentes
- Apoio na renda mínima de recicladores e costureiras da comunidade próxima à sede administrativa em Porto Alegre
- Parceria com a Eretz.bio, incubadora de startups do Hosp. A. Einstein (inovacaodobem.com)
- Distribuição de máscaras a comunidades carentes

Fases Operacionais

FASE 1 **SEGURANÇA** (março a abril)

- Equipe em segurança
- Atenção especial aos grupos de maior risco
- Reduzir ao máximo a velocidade da operação
- Revisar procedimentos, operações, processos, planos, projetos e ações para as novas condições
- Revisar plano financeiro
- Reforçar caixa
- Ampliar comunicação com todos os públicos

FASE 2 **VOLTAR A ANDAR** (abril)

- Medidas para o aumento gradual dos volumes
- Iniciar aceleração do on-line
- Acelerar projetos estratégicos de transformação digital, inovação e sustentabilidade
- Preparar lojas físicas para plano gradual de reabertura adaptada aos novos cenários
- Implementar novos procedimentos para preservação da saúde
- Retomar em segurança abastecimento das lojas

FASE 3 **INÍCIO DA RETOMADA** (abril em diante)

- Continuar avaliando e implementando novas medidas, sempre que necessário
- Acelerar on-line aproveitando a sinergia do *omni* e ampliação de disponibilidade de estoques
- Iniciar abertura gradual de lojas físicas
- Iniciar retomada gradual das demais atividades, ainda priorizando home office nas áreas administrativas e back office.

FASE 4 **VOLTAR A VOAR**

- Continuar avaliando e implementando novas medidas, sempre que necessário
- Acelerar on-line aproveitando a sinergia do *omni* e ampliação de disponibilidade de estoques agora em sua plenitude
- Operar com todas as lojas físicas e expandir
- Áreas administrativas e back office adotando modelo híbrido de trabalho, entre home office e presencial, de acordo com a necessidade

Transformação Digital – Status das Iniciativas



VENDAS DIGITAIS

- Crescimento de 126% em 2020
- Representatividade de 12,3% nas vendas
- Fluxo online 134% maior, sendo mais da metade pelo app
- Clientes ativos mais que dobraram em 2020
- Novos clientes cresceram mais de 160%, representando 70% da base total e mais de 50% das vendas digitais
- Downloads do app aumentaram 205% no ano, com recorde de instalações em novembro
- Melhorias na experiência com Proveedor Virtual, além de opções de customização de navegação
- Novas funcionalidades de cadastro, acompanhamento de pedidos, trocas e devoluções, trazendo mais autonomia e flexibilidade
- Ampliação das formas de pagamento, com a aceitação do PIX e outras alternativas de pagamento instantâneo



VISÃO ÚNICA DO CLIENTE

- Análise e transformação de dados integrados
- Pontos de contato com o cliente recebendo e alimentando a visão única
- Aumento da base de clientes integradas ao gestor de campanhas *omni*
- Realização de campanhas personalizadas de forma automatizada
- 80% do faturamento atual com identificação dos clientes
- Pilotos com maior ticket e mais peças por sacolas



USO DE DADOS NO CICLO DE VIDA DO PRODUTO

- Alocação de 17% dos itens com inteligência artificial, sem intervenção humana
- 100% do processo de alocação de básicos digitalizado
- Alocação de 6% dos itens da Youcom com IA e pilotos sendo preparados para a Camicado
- Utilização de IA para forecasts de vendas
- Implementação do PLM: digitalização do processo de desenvolvimento de produtos e coleções (100% dos fornecedores nacionais integrados ao sistema)

Transformação Digital – Status das Iniciativas



OMNICHANNEL

- Venda digital: cerca de 30 mil pedidos faturados desde o início do ano
- Self checkout: caixas de autoatendimento com participação de 12% nas vendas
- Pague Digital disponível em todas as lojas, com +200 mil operações realizadas em 2020
- Venda por Whatsapp: disponível em +80 lojas, com 150 mil clientes atendidos
- Venda social (Minha Sacola): +17 mil afiliados, com +95 mil itens vendidos
- Ship from Store: 20% das vendas atendidas com estoques de lojas habilitado em todas as lojas, com envios concentrados em +180 unidades (~40 lojas operando 24 horas na Black Friday para pedidos online)
- Fashion Delivery: piloto na Renner e Ashua, com elevada conversão e definição do público-alvo / seleção de produtos através de IA
- Prateleira Infinita: 40% dos pedidos online atendidos com itens exclusivos de loja
- Fashion Machine: piloto de vending machine em Estação de Metrô na cidade de São Paulo
- Novo CD omni: construção segue conforme cronograma



REALIZE

- Novas funcionalidades na seção de cartões do app Renner
- Aprimoramento da experiência do cliente para transformar a jornada de pagamentos mais digital, fluída, rápida e segura
- Ampliação do programa de Cashback em datas comerciais importantes (Semana Brasil, Dia das Crianças e Black Friday)
- Nova edição da campanha “Tudo no Meu Estilo”, com mais de 200 mil participantes e milhares de clientes premiados com experiências personalizadas
- Lançamento da plataforma de parceiros do Meu Cartão, no aplicativo, com descontos de até 50% em mais de 200 marcas

Destques do Período

Informações Consolidadas (R\$ MM)	4T20	4T19	Var.	2020	2019	Var.
Receita Líquida das Vendas de Mercadorias	2.919,6	2.873,1	1,6%	6.660,6	8.474,7	-21,4%
Crescimento de Vendas em Mesmas Lojas	-0,8%	6,2%	-	-23,9%	8,7%	-
Lucro Bruto da Operação de Varejo	1.570,3	1.666,0	-5,7%	3.459,3	4.767,4	-27,4%
Margem Bruta da Operação de Varejo	53,8%	58,0%	-4,2p.p.	51,9%	56,3%	-4,4p.p.
Despesas Operacionais (Vendas, Gerais e Administrativas) ¹	(868,2)	(771,7)	12,5%	(2.608,9)	(2.736,8)	-4,7%
Despesas Operacionais/Receita das Vendas de Mercadorias	29,7%	26,9%	2,8p.p.	39,2%	32,3%	6,9p.p.
EBITDA da Operação de Varejo Ajustado	557,1	757,9	-26,5%	1.108,5	1.561,8	-29,0%
Margem EBITDA da Operação de Varejo Ajustada	19,1%	26,4%	-7,3p.p.	16,6%	18,4%	-1,8p.p.
Resultado de Produtos Financeiros	59,6	99,4	-40,0%	81,9	391,4	-79,1%
EBITDA Total Ajustado (Varejo + Produtos Financeiros) - inclui Arrendamentos ²	616,7	857,3	-28,1%	1.190,4	1.953,2	-39,1%
Margem EBITDA Total Ajustada - inclui Arrendamentos ²	21,1%	29,8%	-8,7p.p.	17,9%	23,0%	-5,1p.p.
EBITDA Total Ajustado (Varejo + Produtos Financeiros) - exclui Arrendamentos ³	737,1	964,6	-23,6%	1.661,2	2.388,8	-30,5%
Margem EBITDA Total Ajustada - exclui Arrendamentos ³	25,2%	33,6%	-8,3p.p.	24,9%	28,2%	-3,2p.p.
Lucro Líquido	354,0	512,8	-31,0%	1.096,3	1.086,2	0,9%
Margem Líquida	12,1%	17,8%	-5,7p.p.	16,5%	12,8%	3,7p.p.
ROIC LTM	15,9%	21,3%	-5,4p.p.	15,9%	21,3%	-5,4p.p.

¹ Na tabela acima, para melhor análise, as despesas com Depreciação e Amortização foram excluídas, inclusive a Depreciação de Arrendamento.

² EBITDA Total Ajustado, com o impacto da Depreciação e Despesa Financeira dos Arrendamentos. Para fins de comparabilidade com os períodos anteriores, a Companhia passou a reportar o EBITDA ajustado também pela Depreciação e Despesa Financeira dos Arrendamentos, relativas à adoção do IFRS 16, dada a similaridade com os fluxos de caixa incorridos nos contratos de aluguel.

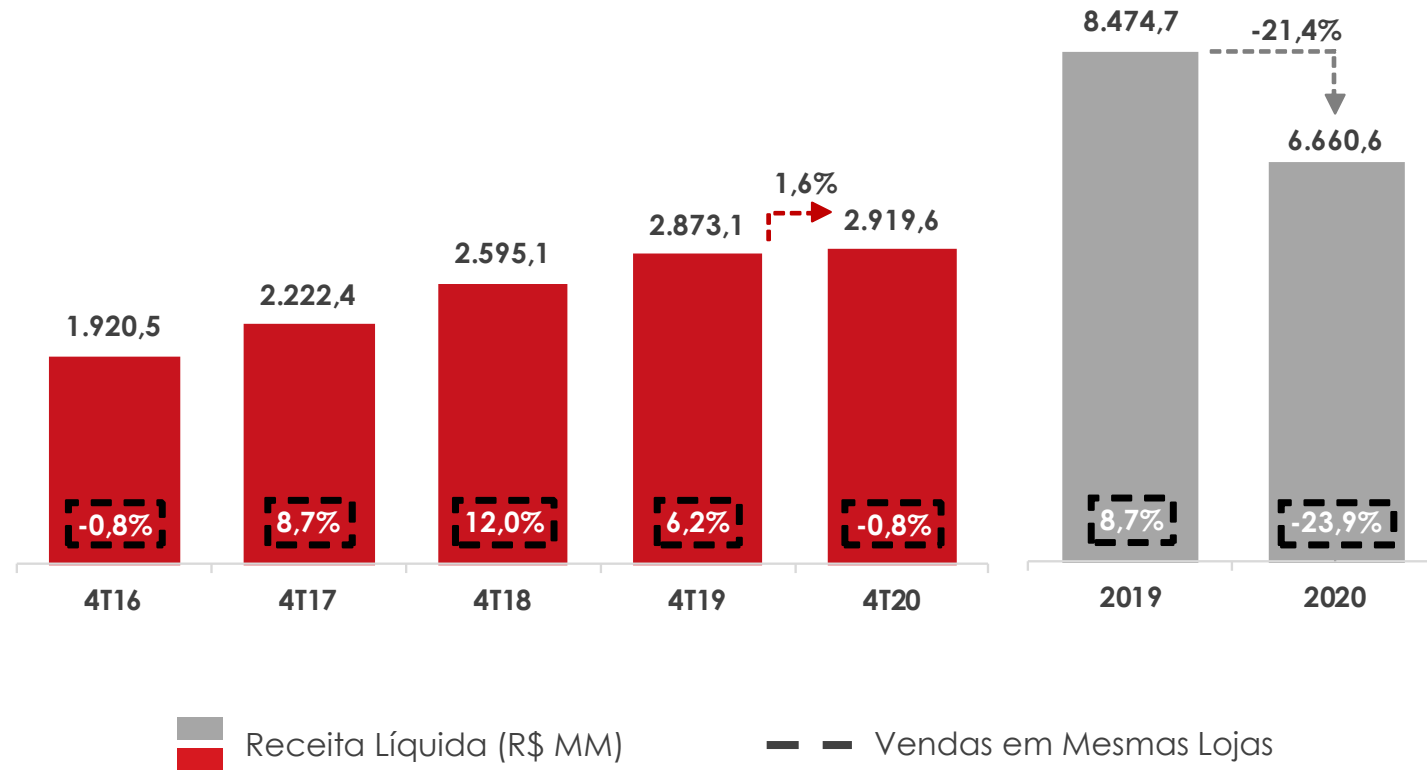
³ EBITDA Total Ajustado, sem o impacto da Depreciação e Despesa Financeira dos Arrendamentos, relativas à adoção do IFRS 16.

Dados Operacionais

Vendas

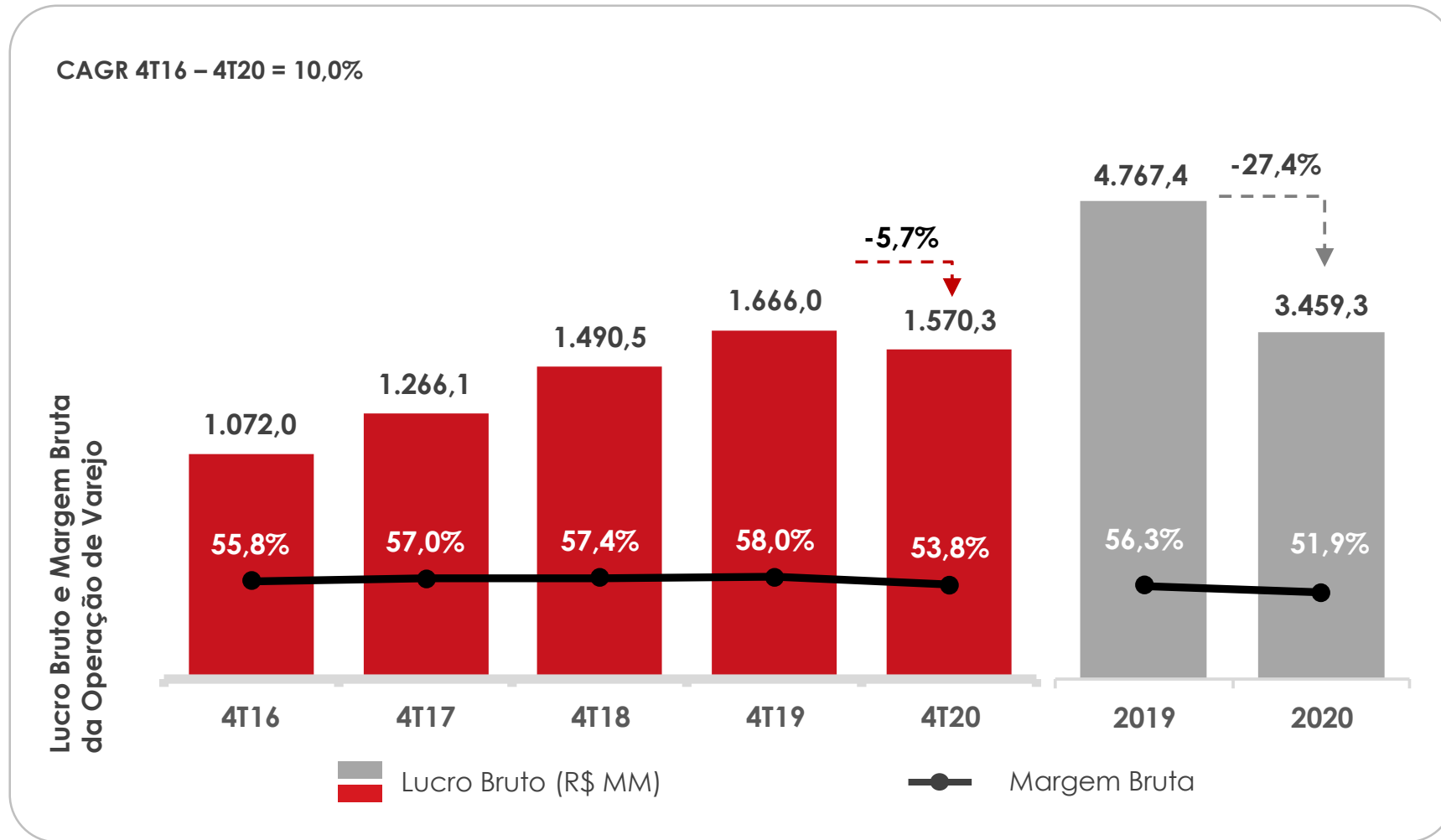
CAGR 4T16 – 4T20 = 11,0%

Receita Líquida das Vendas de Mercadorias
e Vendas em Mesmas Lojas



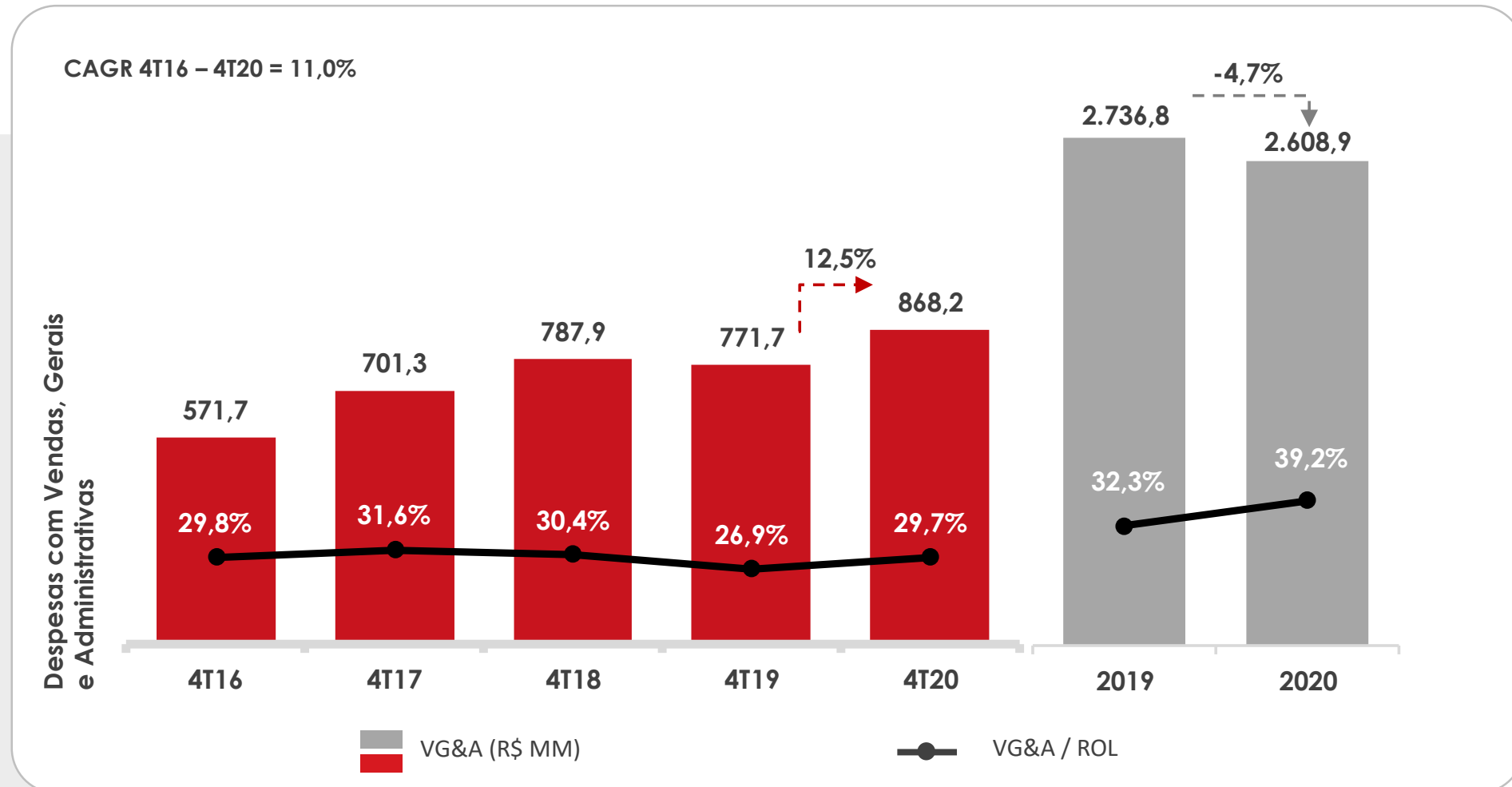
Dados Operacionais

Margem Bruta



Dados Operacionais

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

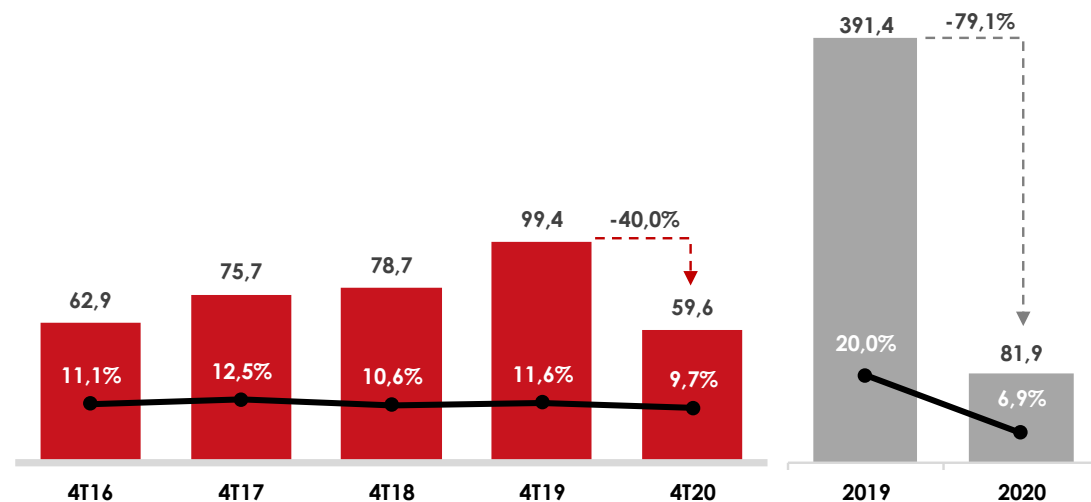


As despesas com aluguéis, que eram antes registradas como "Ocupação", a partir do 1T19, passaram a ser reconhecidas nas linhas de depreciação e despesas financeiras.

Dados Operacionais

Resultado de Produtos Financeiros

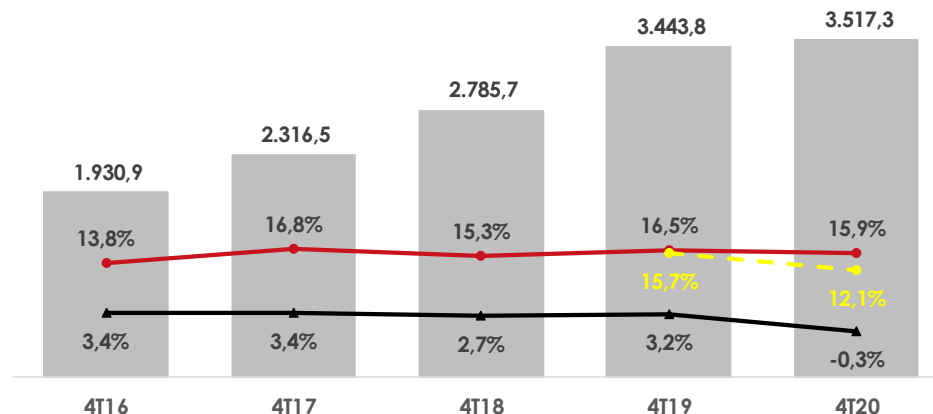
Resultado de Produtos Financeiros



■ Resultado de Produtos Financeiros (R\$ MM)

— PF / EBITDA Total

Inadimplência



Índice de Cobertura

■ Carteira Total (R\$ MM)

● Vencidos sobre a Carteira

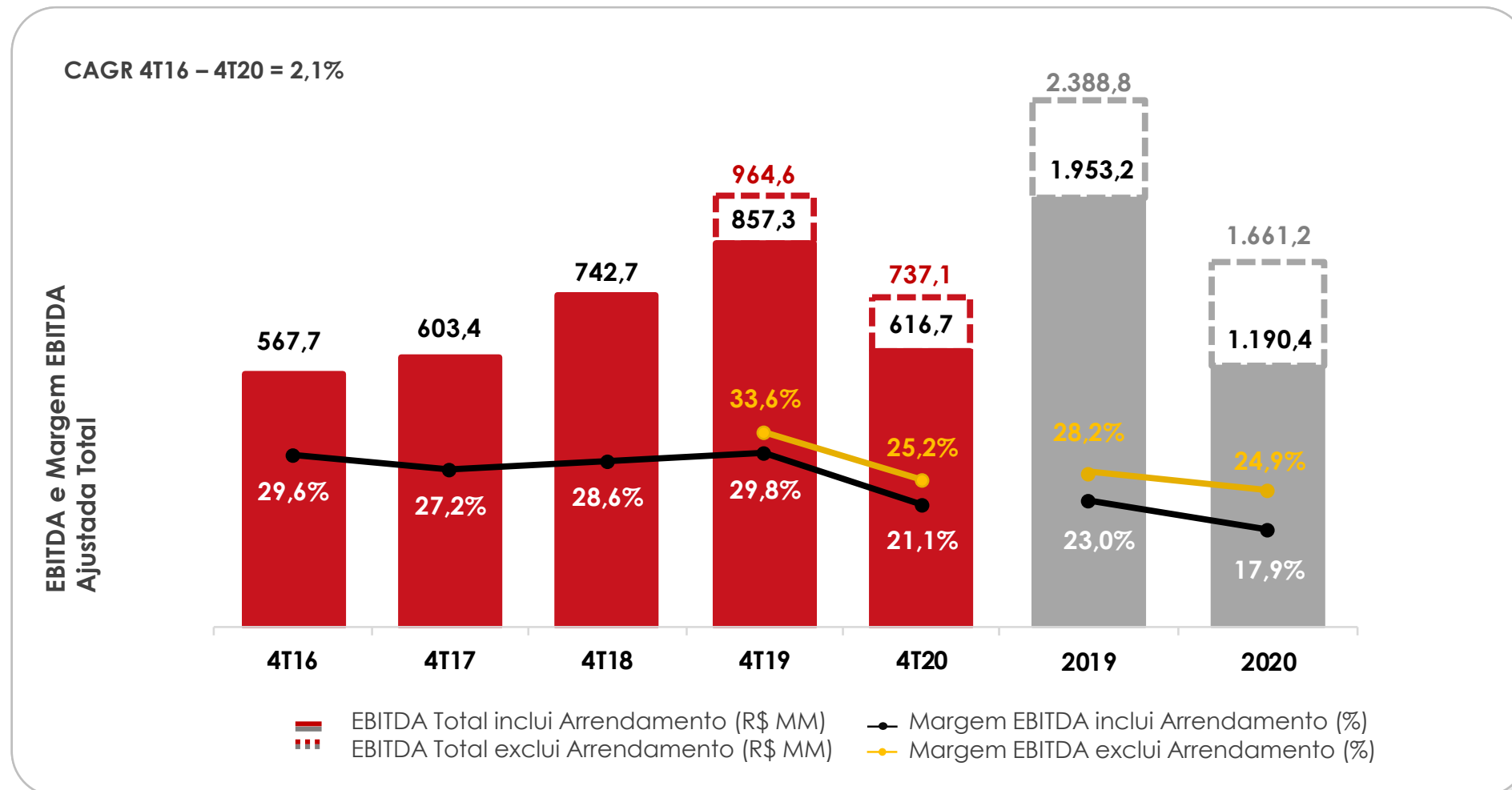
● Perdas, líquidas das recuperações, sobre a Carteira

● Vencidos sobre a Carteira Pró-forma*

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

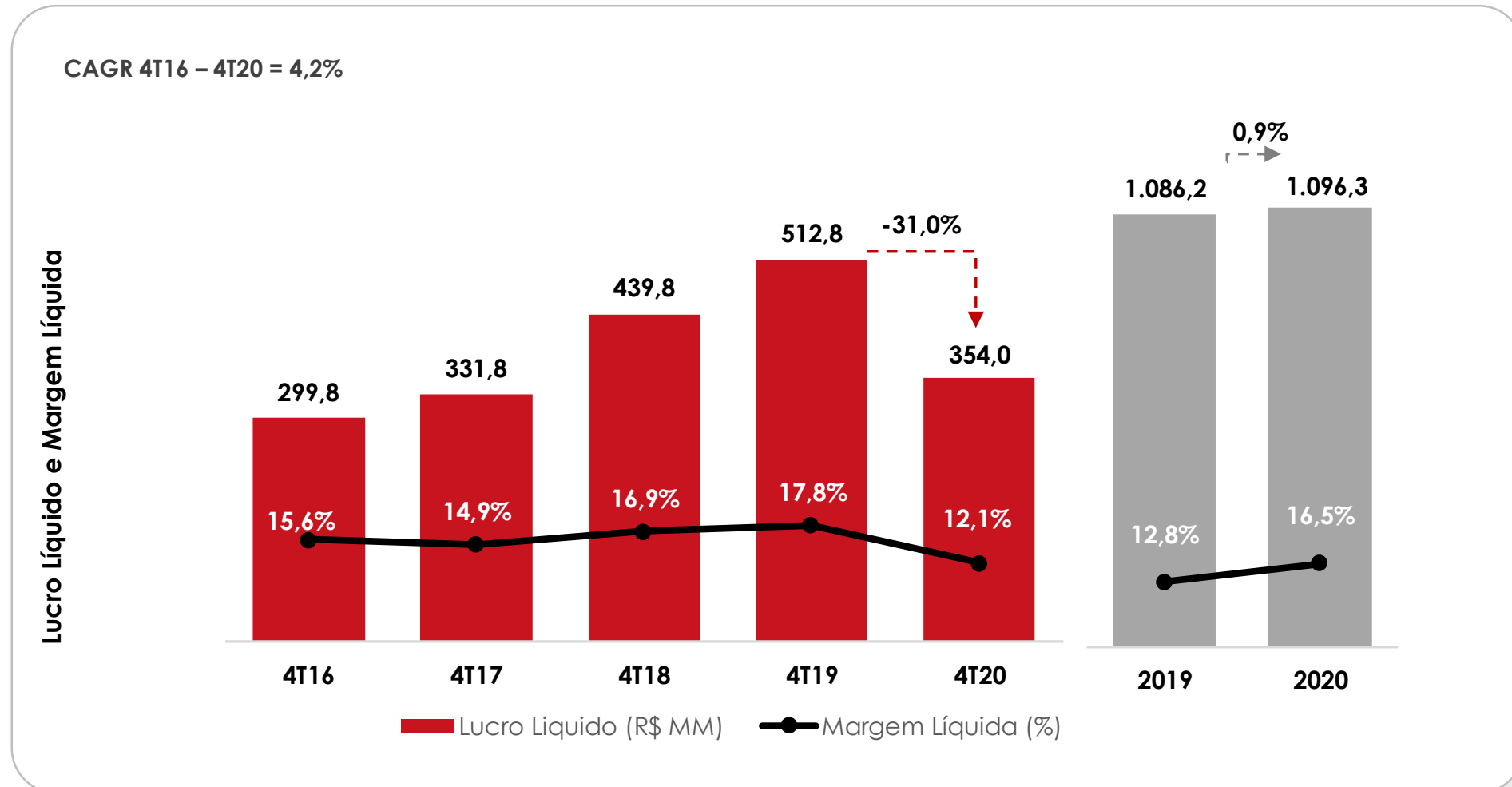
Dados Operacionais

EBITDA Ajustado Total (incluindo arrendamentos)



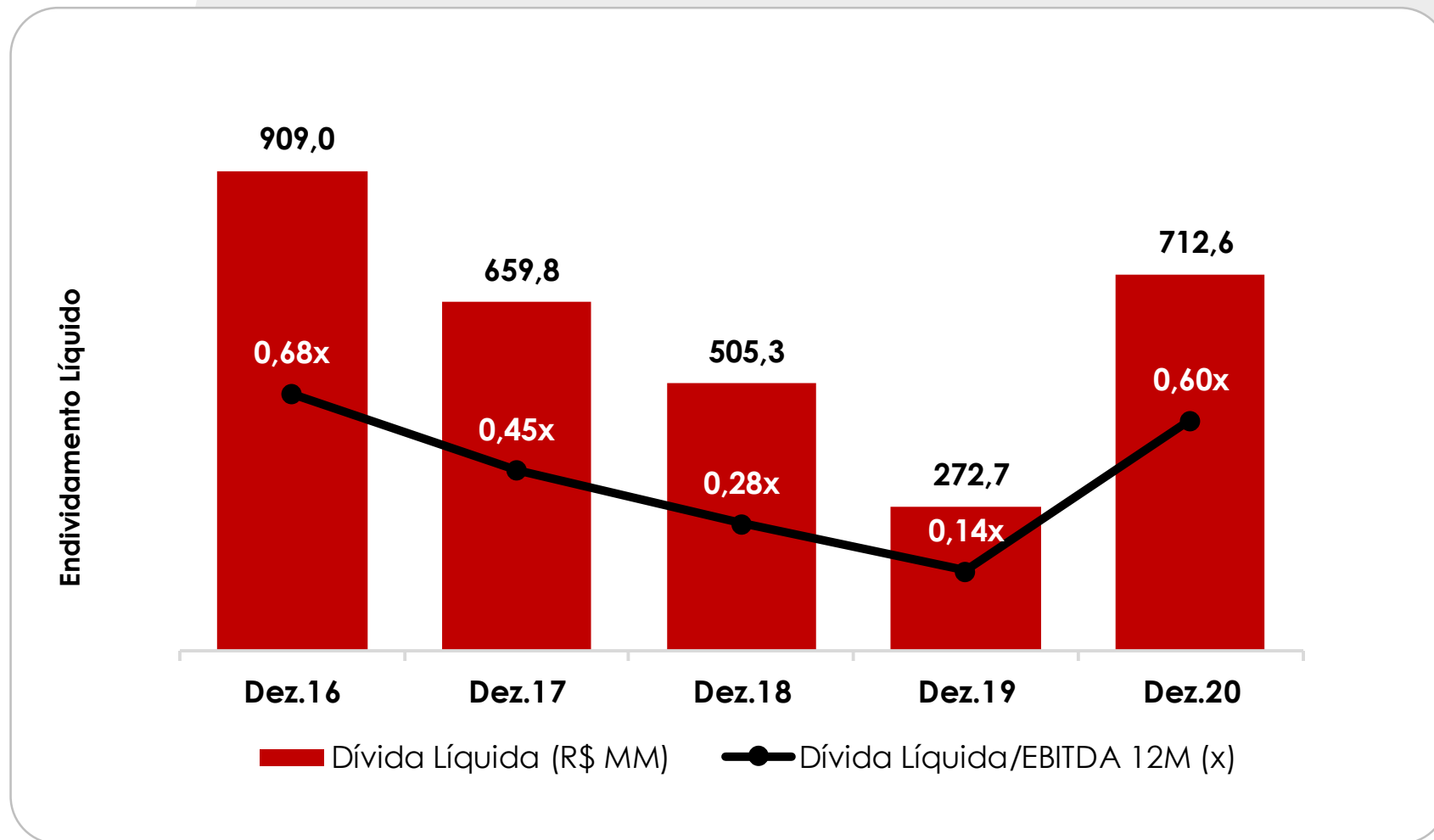
Dados Operacionais

Lucro Líquido



Dados Operacionais

Endividamento Líquido



Perspectivas 2021

- **Investimentos de capital – CAPEX de R\$ 1,1 bilhão:**

Aberturas de 20-30 lojas Renner, 5-10 Camicado, 5-10 Youcom e cerca de 5 Ashua

Construção do ecossistema de moda e *lifestyle*

Digitalização, inovação e sustentabilidade

- **Vendas:**

Expansão e maturação de lojas físicas, com ganho de share após período de pandemia

Novo patamar da operação online, com *Ship from Store* e Prateleira Infinita contribuindo fortemente

Novos clientes usufruindo da oferta *omni*: +sortimento, +facilidade, +velocidade e +praticidade

Cenário macro favorável para classe média, ainda que com oscilações no funcionamento de lojas

- **Margem Bruta:**

Efeitos do câmbio sobre importados

Pressões inflacionárias nas principais matérias-primas e insumos

Maiores custos de fretes internacionais

Perspectivas 2021

- **Investimentos operacionais – Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (OPEX):**

- Formatação do ecossistema de moda e *lifestyle* e aceleração da digitalização

- Nova configuração da equipe de tecnologia (700 profissionais)

- Criação da área de agilidade para disseminação e padronização de métodos ágeis

- Criação da diretoria de dados (cerca de 40 profissionais de tech, entre engenheiros, cientistas e outros)

- Executivo dedicado para a Realize, com maior foco e especialização para a digitalização do negócio

- Criação da diretoria de estratégia e novos negócios para tração do ecossistema, parcerias e participações

- Estrutura dedicada na logística para demanda *omni* e gestão de *last mile*

- Reforço nos times da Camicado, Youcom, Ashua e Realize para acelerar a digitalização com especialização

- Marketing para fomentar vendas através de dados, conhecimento do cliente e campanhas personalizadas

- **Margem EBITDA de Varejo (incluindo arrendamentos):**

- Oscilações de desempenho, devido às restrições de funcionamento das lojas

- Efeitos de cambio e inflação impactando o Custo das Mercadorias Vendidas

- Despesas operacionais mais altas para a construção do ecossistema e digitalização

Perspectivas 2021

- **Resultado de Produtos e Serviços Financeiros:**

- Inadimplência sob controle

- Recomposição das carteiras de crédito

- Menores spreads nos produtos e serviços

- Maiores despesas operacionais para a digitalização do negocio e ampliação da oferta de produtos

- Lançamento da Conta Digital e PIX

- **Margem EBITDA Ajustada Total (incluindo arrendamentos):**

- Ambiente ainda volátil de vendas do varejo

- Efeitos da digitalização e construção do ecossistema nas despesas operacionais

- Menor contribuição de produtos e serviços financeiros

- **Perspectivas de Médio e Longo Prazo:**

- Recomposição gradual das margens operacionais

- Retornos sobre capital investido maior que histórico recente

- Maior geração de fluxo de caixa livre

Relações com Investidores

Alvaro Azevedo – CFO e DRI

Paula Picinini

Diretora de RI e Internacionalização

paula.picinini@lojasrenner.com.br

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Carla Sffair

carla.sffair@lojasrenner.com.br

Maurício Töller

Mauricio.toller@lojasrenner.com.br

Luciana Moura

luciana.moura@lojasrenner.com.br

GOVERNANÇA CORPORATIVA

Diva Freire

diva.freire@lojasrenner.com.br

Juliana Reis

juliana.reis@lojasrenner.com.br

ATENDIMENTO A AÇIONISTAS PESSOA FÍSICA acionistas@lojasrenner.com.br

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.