



RESULTADOS

3 T 2 0

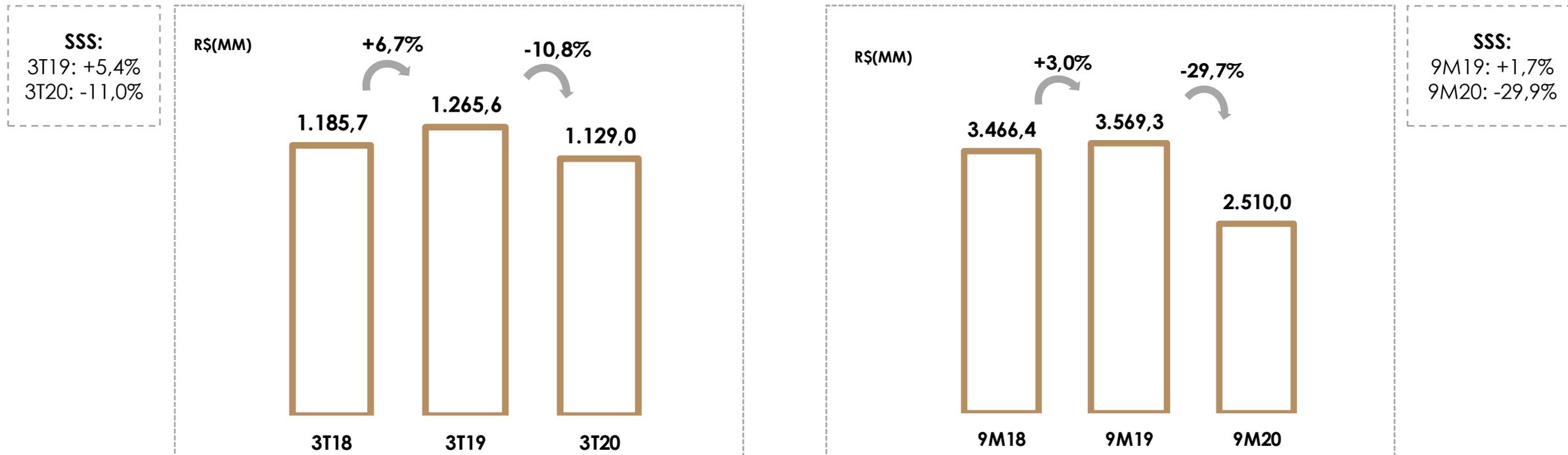


NOTA IMPORTANTE

Esta apresentação contém considerações futuras referentes às perspectivas do negócio, estimativas de resultados operacionais e financeiros, e às perspectivas de crescimento da Guararapes - Riachuelo. Estas são apenas projeções e, como tal, baseiam-se exclusivamente nas expectativas da administração da Guararapes-Riachuelo em relação ao futuro do negócio e seu contínuo acesso a capitais para financiar o plano de negócios da Companhia.

Tais considerações futuras dependem, substancialmente, de mudanças nas condições de mercado, regras governamentais, pressões da concorrência, do desempenho do setor e da economia brasileira, entre outros fatores, além dos riscos apresentados nos documentos de divulgação arquivados pela Guararapes - Riachuelo e estão, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio.

Receita Líquida Consolidada de Mercadorias



Lojas reabertas	Julho	Agosto	Setembro	3T20
Venda em mesmas lojas	-29,0%	-1,6%	-0,3%	-11,0%
Percentual de horas em funcionamento	43,0%	73,0%	84,0%	66,7%
Número de lojas reabertas ao final do período	279	323	325	325
Percentual de lojas reabertas	86,4%	100,0%	100,0%	95,5%

Transformação Digital – Status das Iniciativas



Vendas Canais Digitais

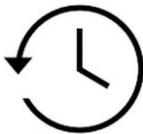
- **As Vendas realizadas pelos canais digitais cresceram 459,4% no 3T20**, representando **12,3%** das vendas totais de mercadorias, mesmo com todas as lojas reabertas a partir de agosto.
- **Fluxo:** Crescimento de **208%** no 3T20, com volume significativo de acessos pelo app.
- **Novos clientes:** Crescimento de 345% no 3T20, representado 34% da base total de clientes ativos e 38% na participação das vendas.
- **Clientes ativos:** Crescimento de **351%** no 3T20 em relação ao 3T19. **88,2%** das vendas realizadas são feitas por **clientes identificadas**.
- **App:** Lançado em janeiro de 2020, o App da Companhia conta com **7,2 milhões de downloads** desde o seu lançamento, representando 21% das vendas do trimestre, índice que vem crescendo mês a mês.
- **Gasto médio: R\$389** por cliente no 3T20 com aumento de **33%**.



Ominichannel

- **Omni: 19%** das vendas nos Canais Digitais **passaram pelas lojas** no 3T20 e em outubro esse percentual foi **44%**, indicando uma aceleração da operação omnicanal.
- **Ship from Store** fundamental para o desenvolvimento da estratégia Omni. Está operando em **100% das lojas**. Até o final de 2020, serão integradas as lojas HUB que terão um maior volume de estoques para atender macrorregiões através de uma maior eficiência operacional tanto em relação ao prazo de entrega quanto ao custo de frete.
- **Retire rápido** está disponível em **100% das lojas**, o cliente compra no site o SKU que está fisicamente na loja e retira o produto em até **4 horas**.
- **MarketPlace** faz parte da estratégia de construção da Plataforma de Moda e Lifestyles baseada em DNA de Moda e boa capacidade de fazer gestão de Marcas e Posicionamento. Os primeiros sellers devem ser integrados à plataforma na primeira quinzena de dezembro.
- **RCHLOVERS** transformou os colaboradores da Companhia em promotores de venda. Até o final de novembro, será disponibilizado para qualquer pessoa ou parceiro que queira empreender junto com a Companhia **criando sua própria e-store**. Ao todo já foram emitidos mais de **64 mil pedidos**. A Companhia conta com aproximadamente **8.200 RCHLOVERS**.
- **E-Store/Prateleira Infinita:** No decorrer do trimestre, a Companhia implementou a estrutura em **100% das lojas**, promovendo comodidade e aumento da variedade aos nossos clientes. A partir de 2021, incorporará todos os produtos do MarketPlace.
- **Click & Collect** está presente em todas as lojas, permitindo que as clientes retirem os produtos adquiridos online nas lojas físicas. Em outubro, tal modalidade voltou a se aproximar do patamar de **30% das vendas**.
- **Venda por WhatsApp** está disponível em **100% das lojas**.
- **PDV Mobile** disponível em **100% das lojas**. **7% das vendas** realizadas nas lojas físicas foram executadas via mobile vendas.

Transformação Digital – Status das Iniciativas



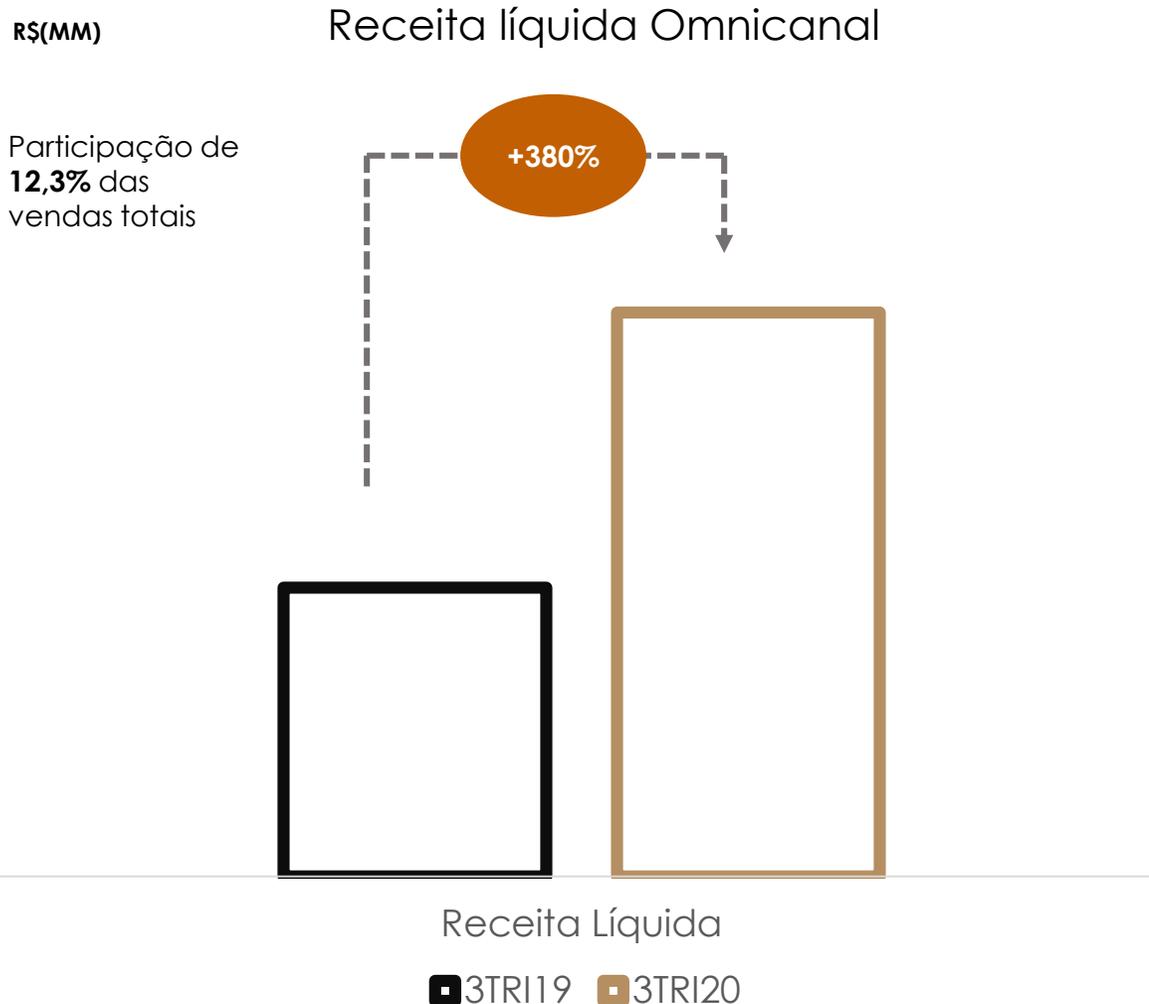
Uso de Dados no Ciclo de Vida do Produto



Midway Financeira

- **% produtos alocados sem intervenção humana: 100%** do sistema de reposição de mercadoria é realizado com **Inteligência Artificial sem intervenção humana**, exceto para Carter's e Eletrônicos que estará finalizado até o final de novembro;
-
- **CDB na plataforma da XP:** Em agosto, a companhia passou a oferecer CDBs de emissão da Midway Financeira ao público com prazos de 2 a 3 anos.
 - **Contratação e simulação de Empréstimo Pessoal** através do App e Contact Center.
 - **Emissão Cartão Virtual Private Label** que permite o pagamento das compras nas lojas físicas e E-commerce.
 - **A Cobrança Digital** correspondeu a **28% do total recuperado** no período através dos portais internos e APIs com parceiros de mercado.
 - A **concessão de Cartões** através dos canais digitais aumentou em **48%** em relação ao 3T19. Na Operação de **Empréstimo Pessoal**, a evolução foi de **103%**.
 - Comercialização do produto **Mais Saúde Premiável**, que dá acesso à consultas e exames de qualidade com preços acessíveis
 - Desbloqueio do cartão pelo App, permitindo a visibilidade integrada do cartão no **App Riachuelo**

Resultados e Evolução da Omnicanalidade



Com a entrada do omni o indicador de **efetividade** passou de 80% para 85% (**ganho de eficiência**)

Principais Evoluções da Operação

Centro de Distribuição

- Adequação de quadro.
- Contratados profissionais de mercados para compor um time de inteligência de transportes.

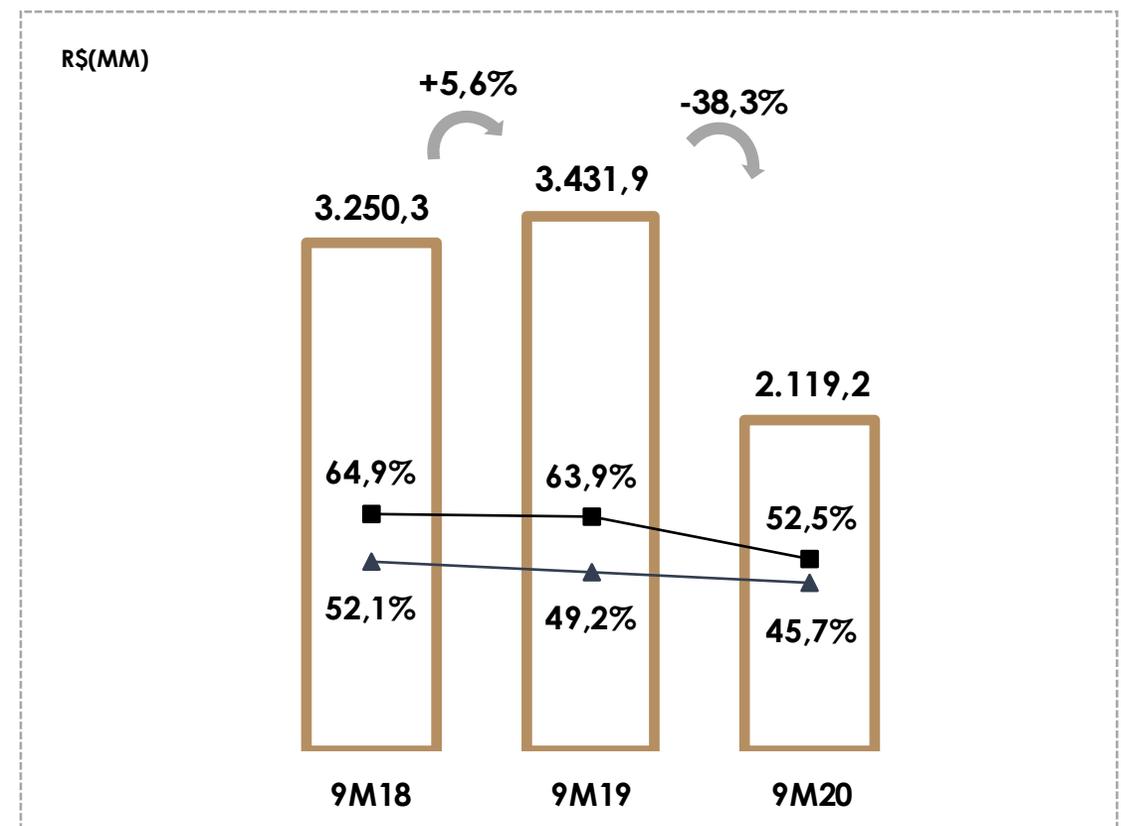
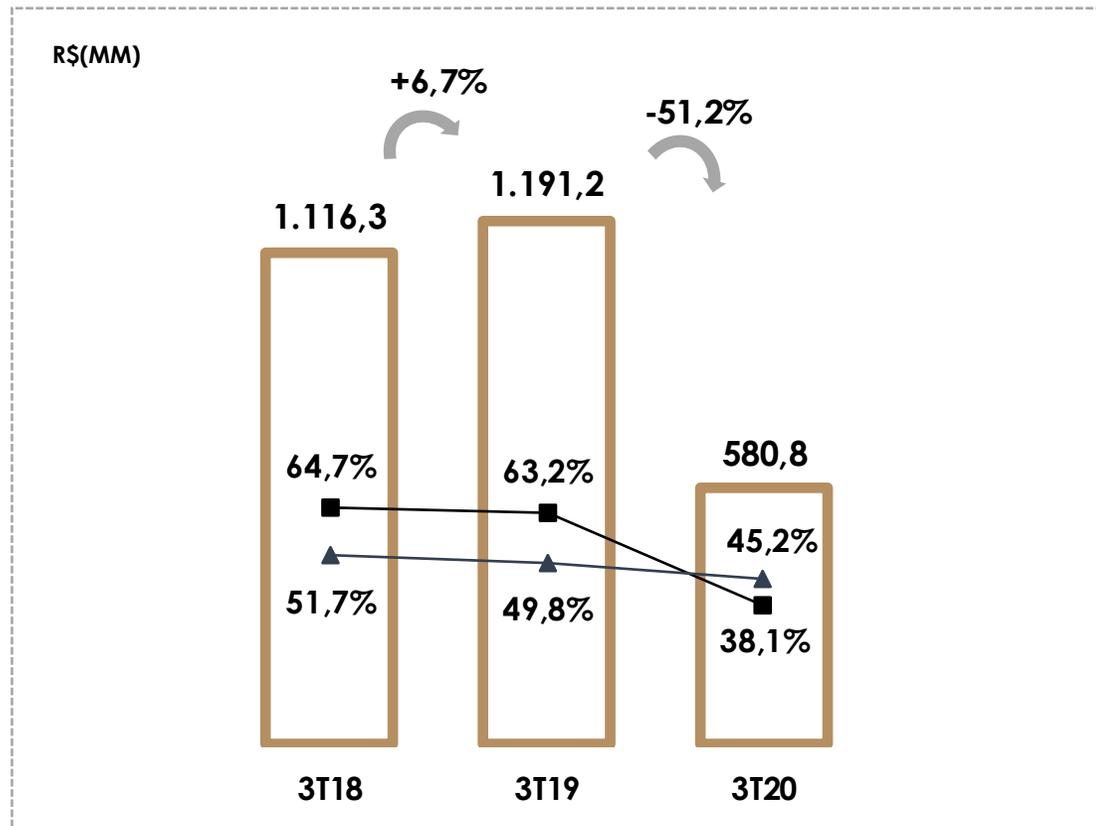
Ship From Store

- Em 100% das lojas.
- Prazo de entrega (até 4 horas após confirmação de pagamento).
- Impacto positivo na malha logística, principalmente em regiões com maiores dificuldades de entregas.

Contact Center

- Revitalização de 100% do Contact Center (URA, Chat, Chat BOT, automatizações, atendimento home basic).

Lucro Bruto Consolidado

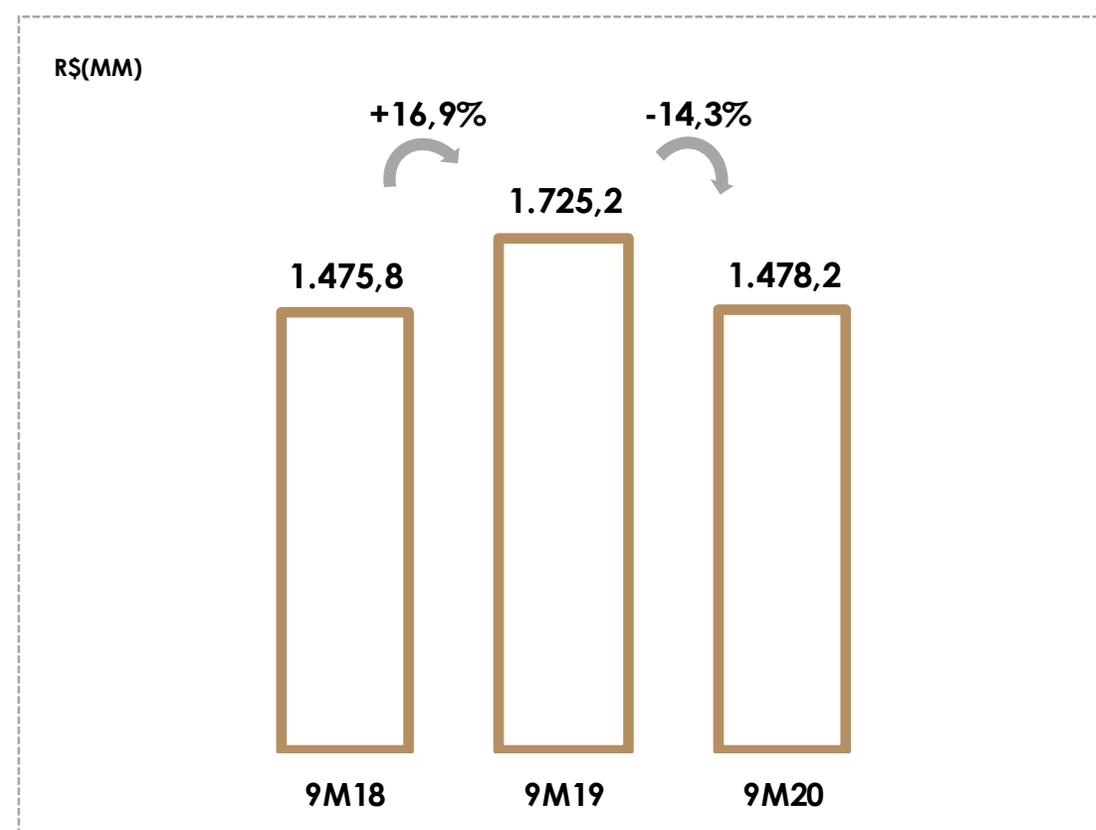
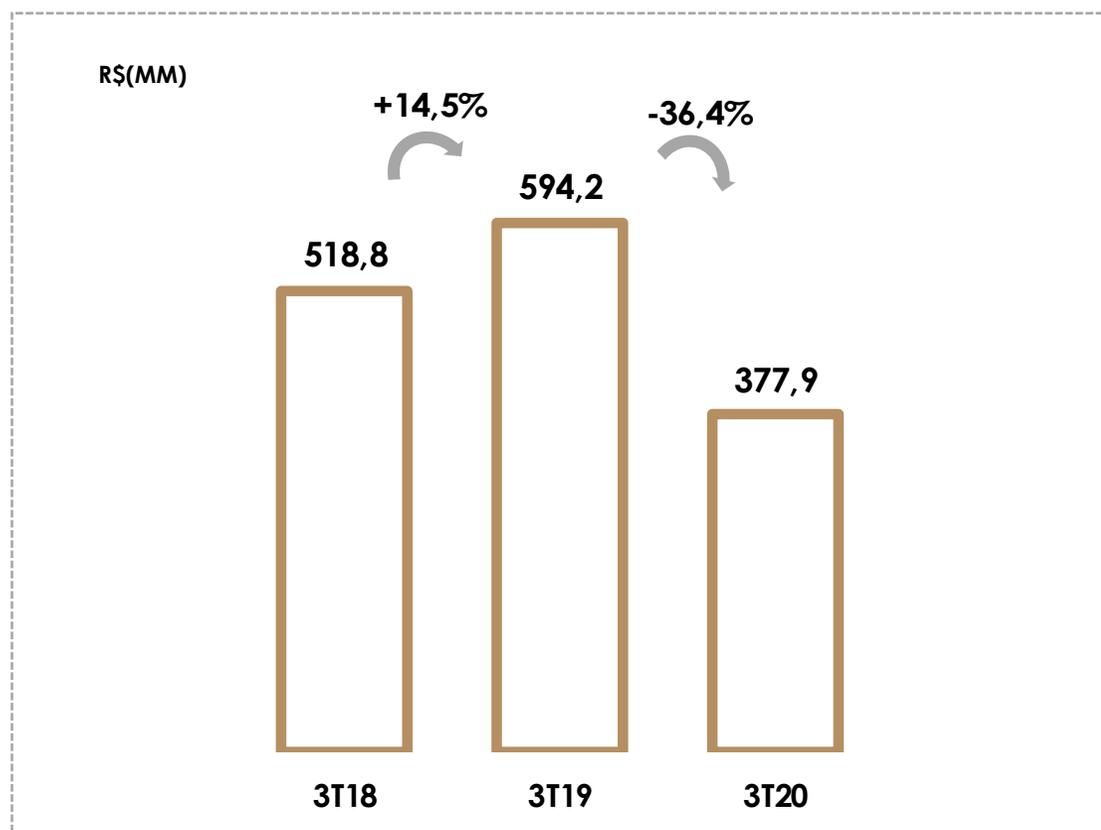


□ Lucro Bruto Consolidado

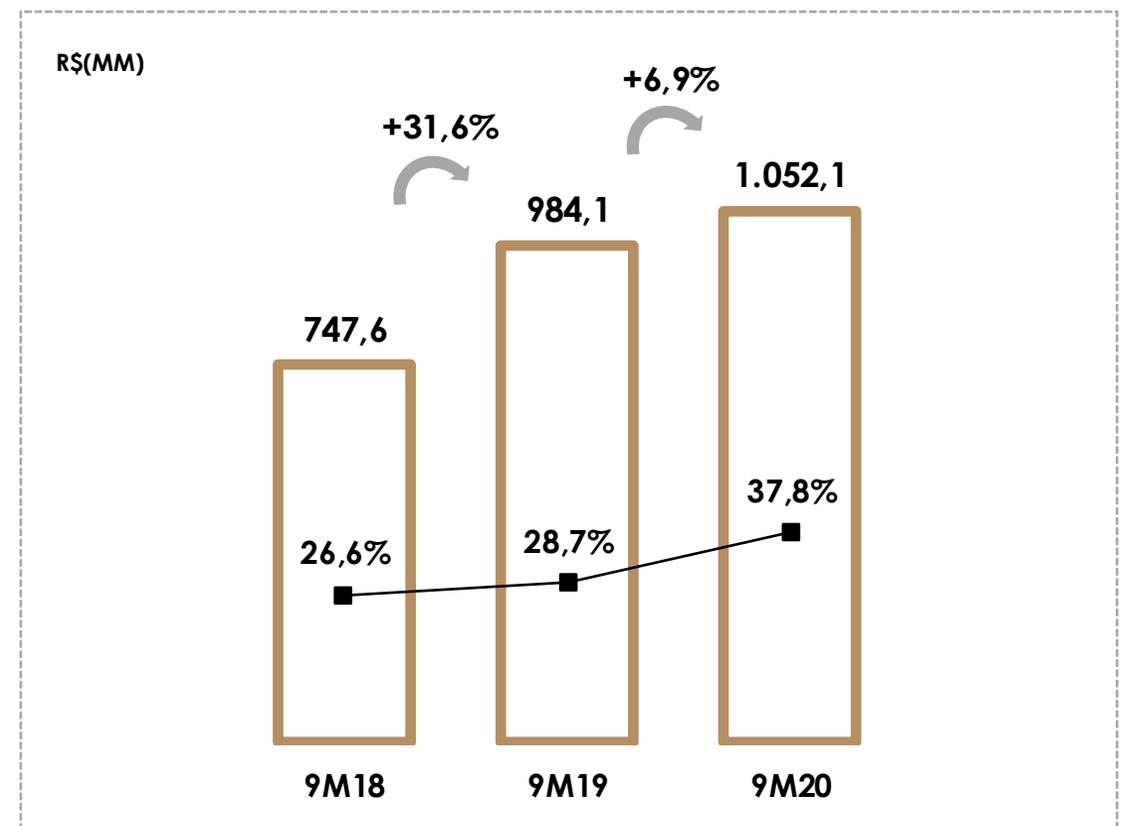
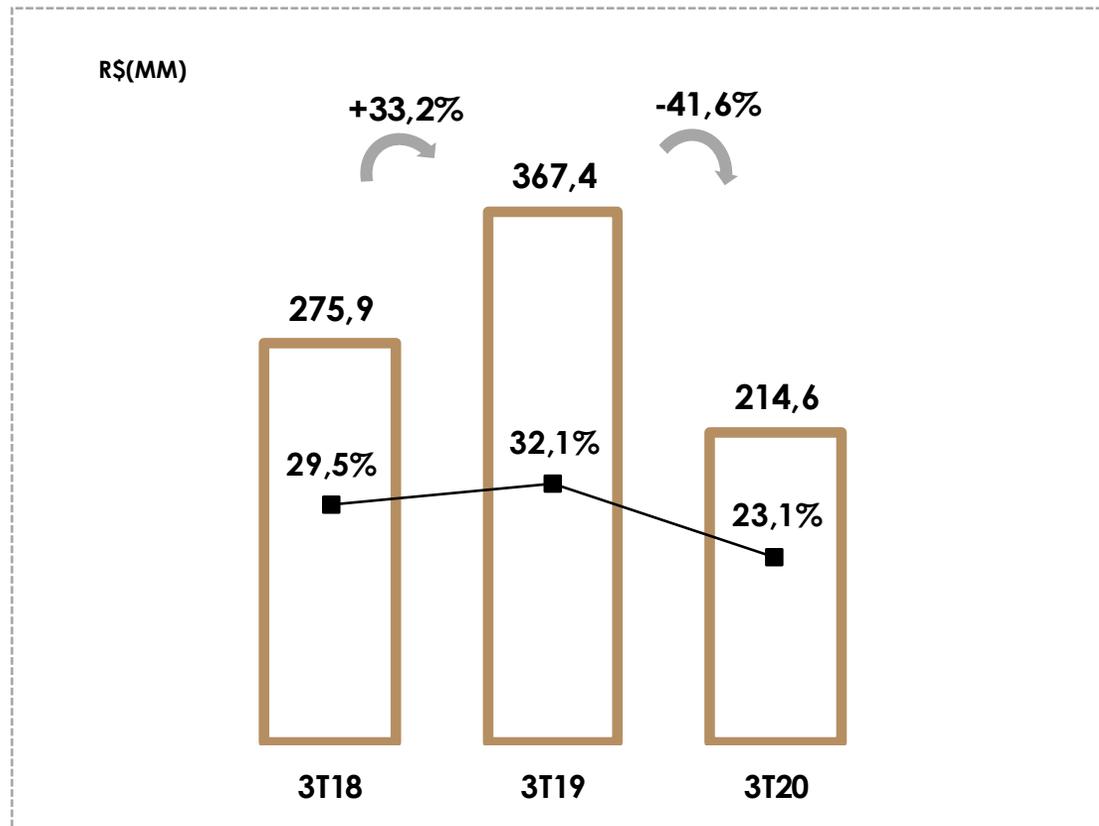
■ Margem Bruta Consolidada (%)

▲ Margem Bruta de Mercadorias (%)

Margem Financeira



PDC (Perdas, Descontos e Cobrança) Midway

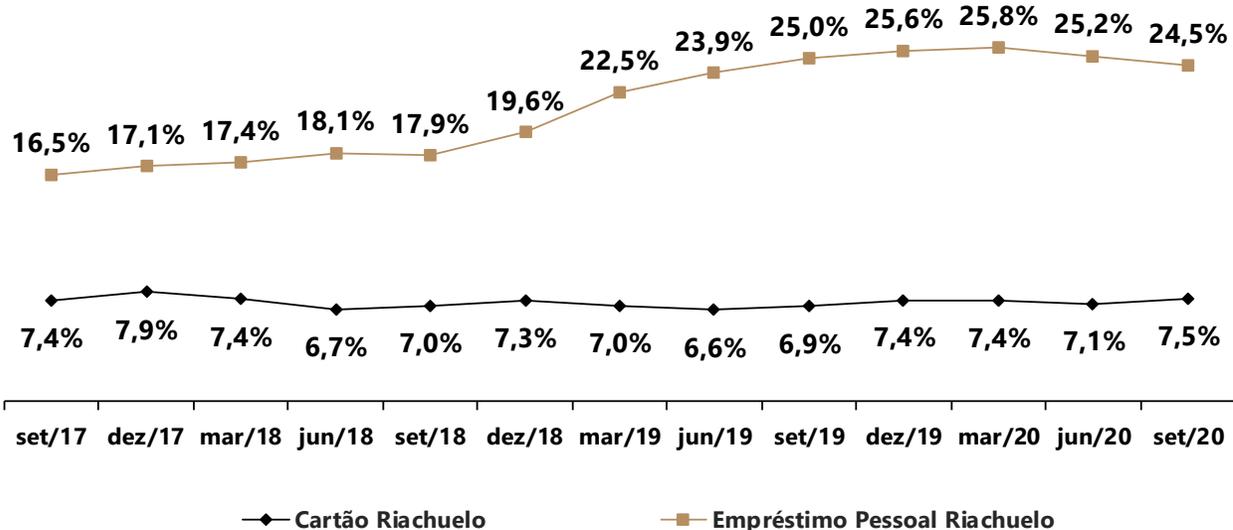


□ PDC Total

■ % PDC sobre Carteira (até 360 dias)

Desempenho da Operação Financeira

Nível de Perda das Operações de Empréstimo Pessoal e Cartão Riachuelo



Carteira por Faixa de Atraso

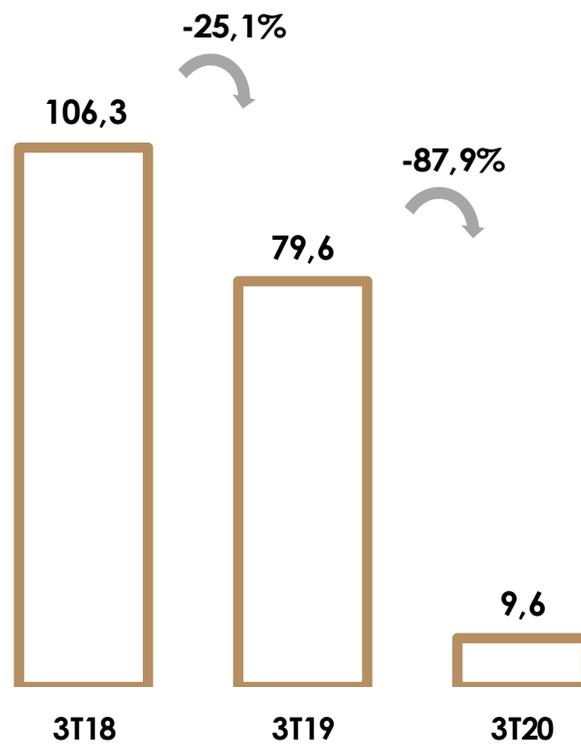
Setembro de 2020 (mil)				
Faixa de atraso (dias)	Risco	Carteira	Saldo PDD	Saldo PDD (%)
em dia	A	2.355.795	11.779	0,5%
15-30	B	70.374	704	1,0%
31-60	C	68.584	2.058	3,0%
61-90	D	57.615	5.761	10,0%
91-120	E	59.586	17.876	30,0%
121-150	F	75.987	37.994	50,0%
151-180	G	151.017	105.712	70,0%
181-360	H	869.448	869.448	100,0%
Provisão Complementar		-	73.322	
Total		3.708.406	1.124.654	30,3%
Até 180 dias		2.838.958	255.205	9,0%
Índice de Cobertura (Vencidos há mais de 90 dias)*				97,3%
Saldo PDD x Mínimo requerido (Bacen)				107,0%

* PDD Total sobre créditos com atraso superior a 90 dias (E-H)

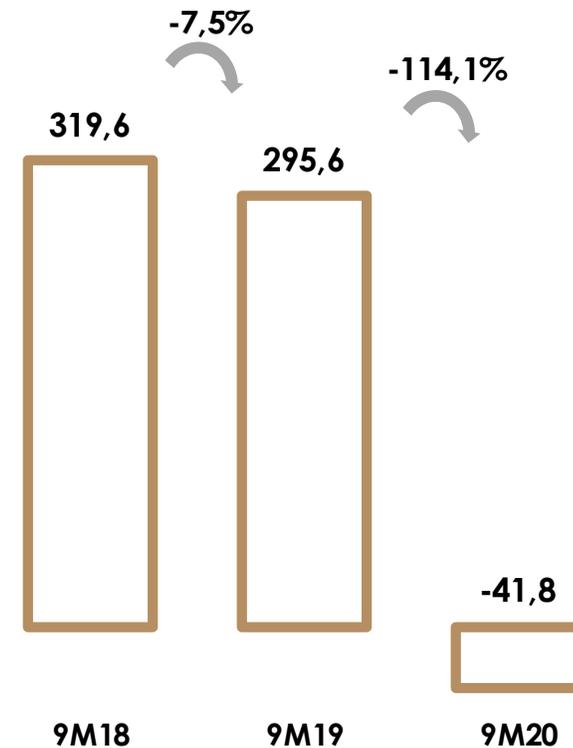


Resultado da Operação Financeira

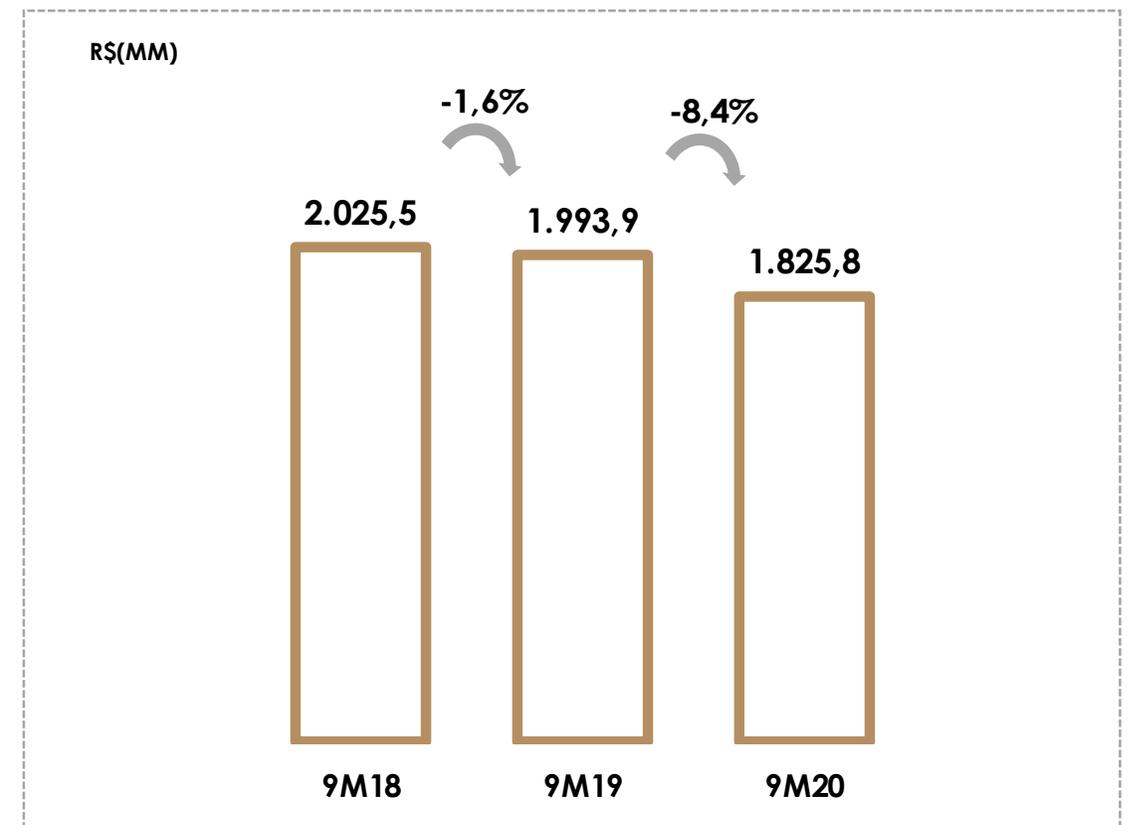
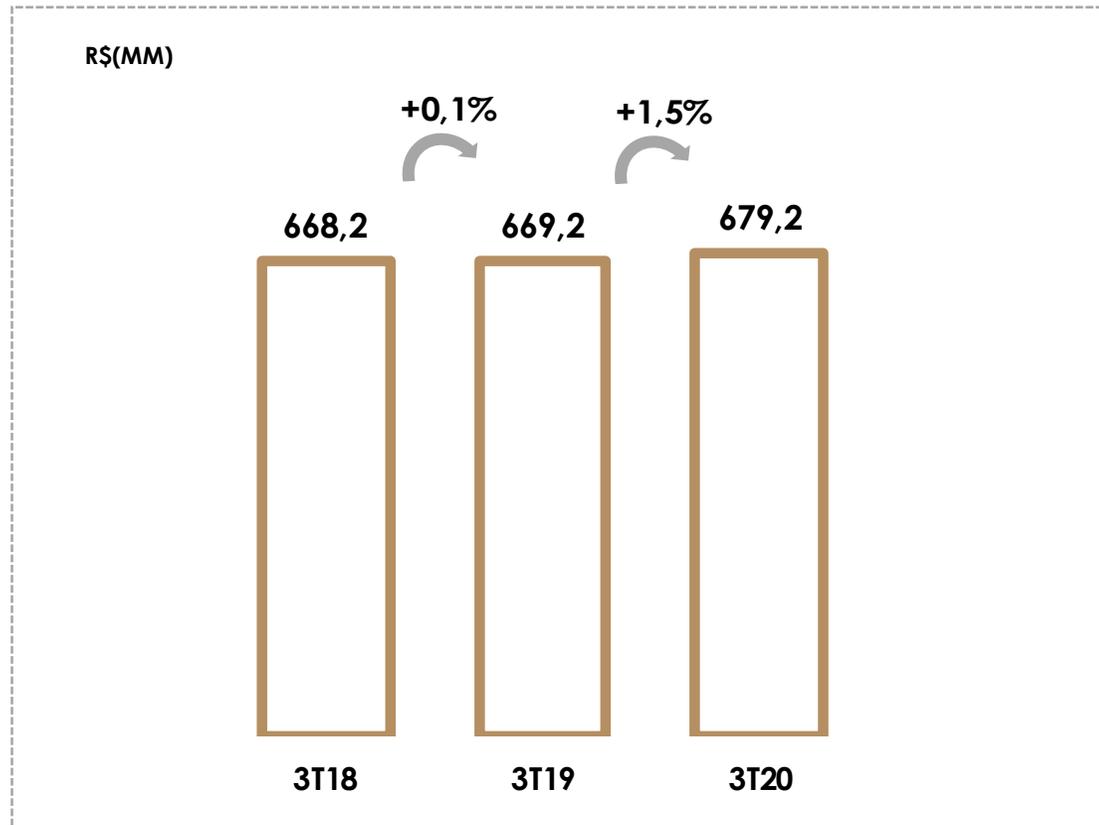
R\$(MM)



R\$(MM)



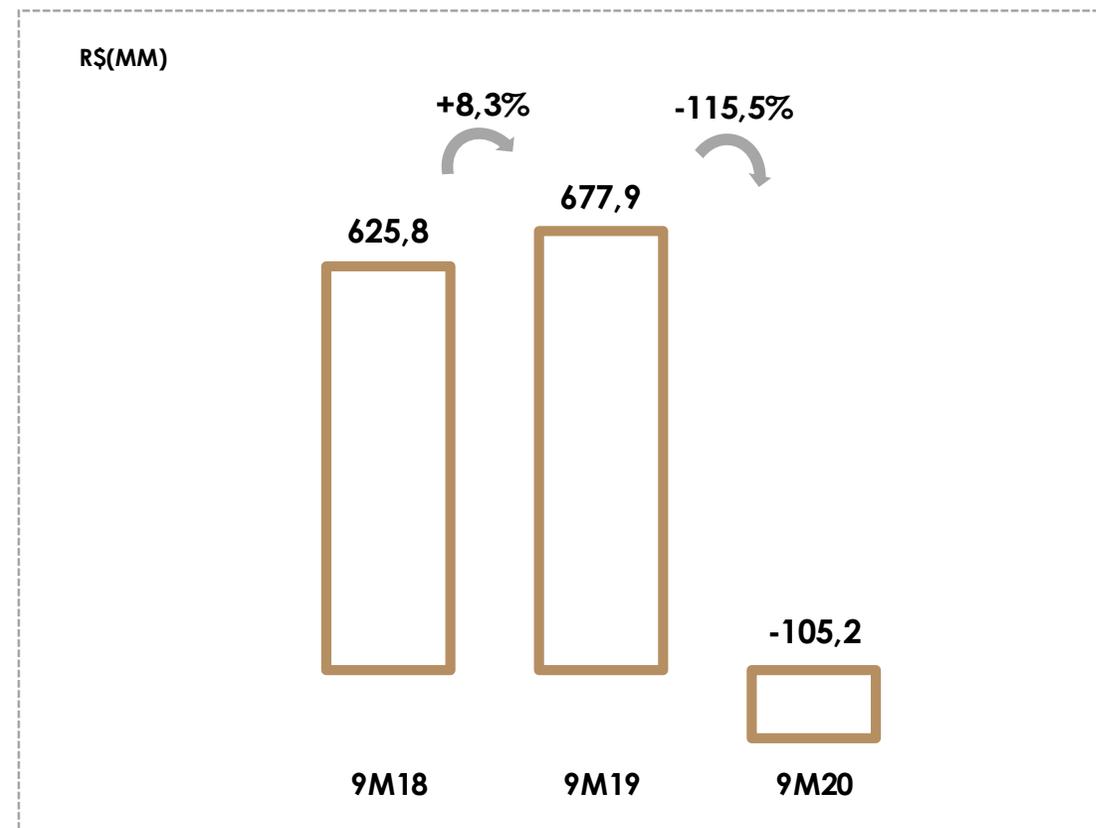
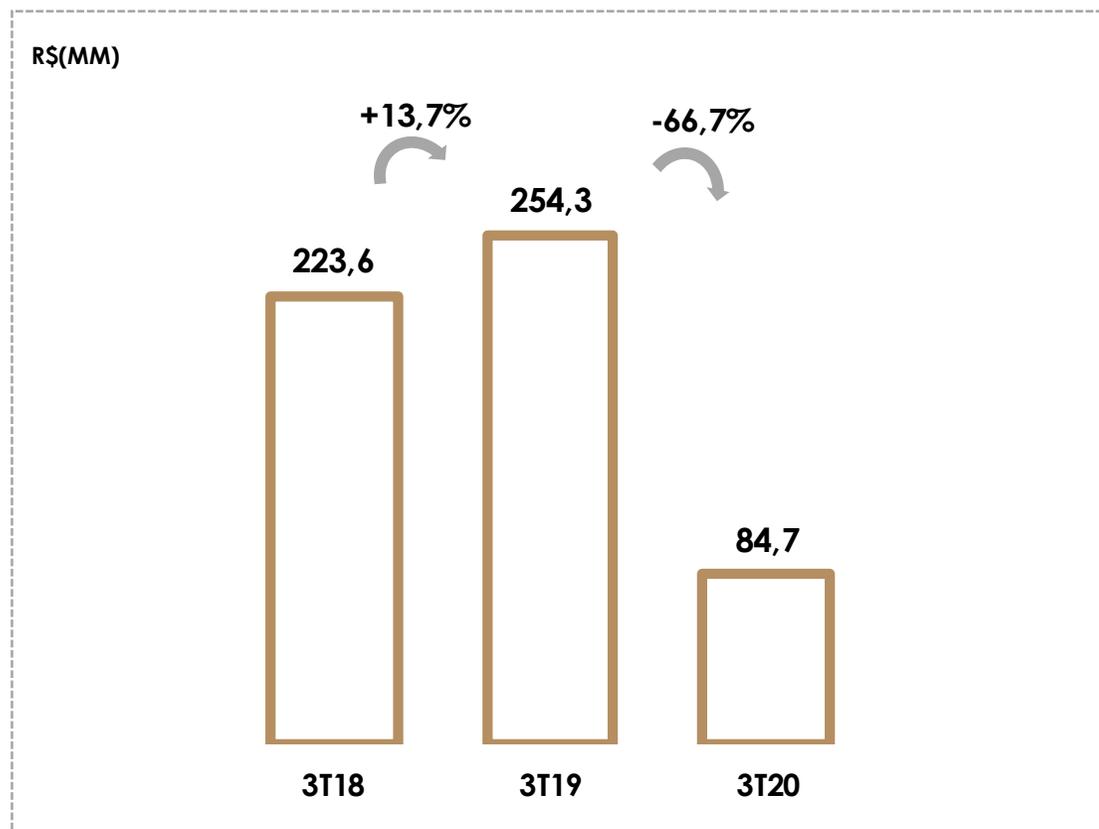
Despesas Operacionais



Despesas Operacionais

(%) / Receita Líquida

EBITDA Consolidado Ajustado



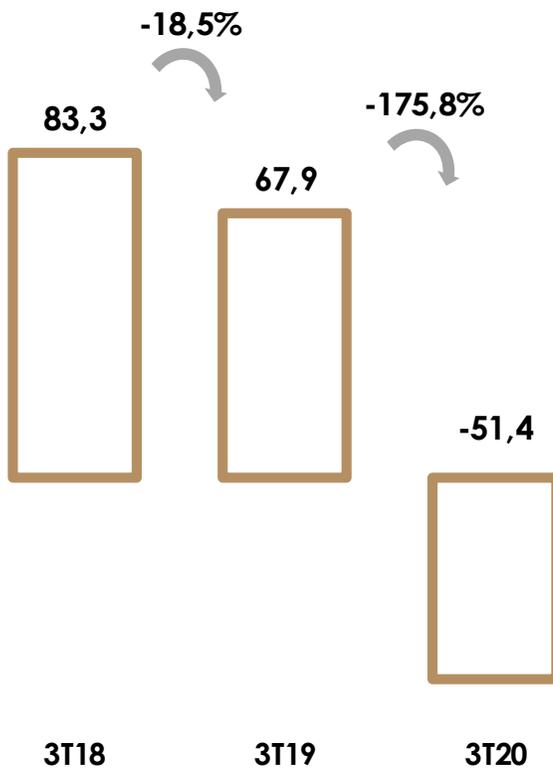
□ EBITDA Ajustado

■ Margem EBITDA Ajustada s/ Rec. Líq. Merc. (%)

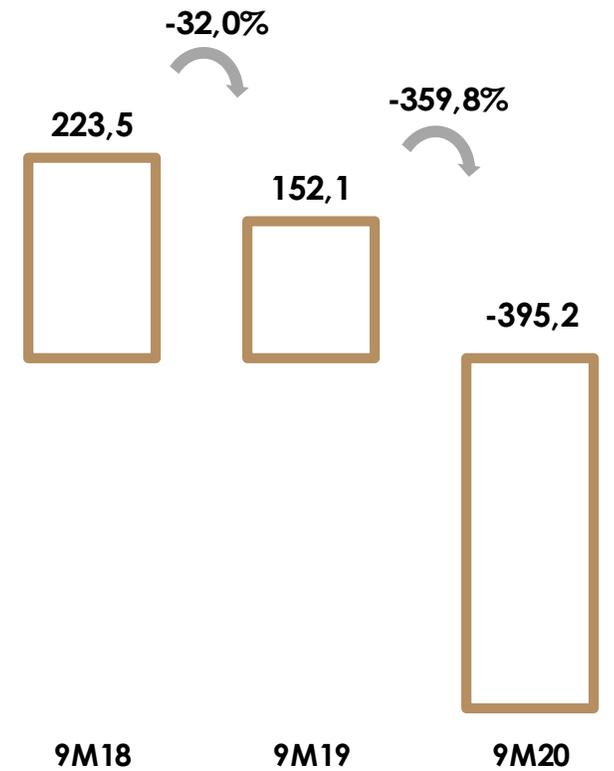
Lucro (Prejuízo) Líquido Consolidado



R\$(MM)

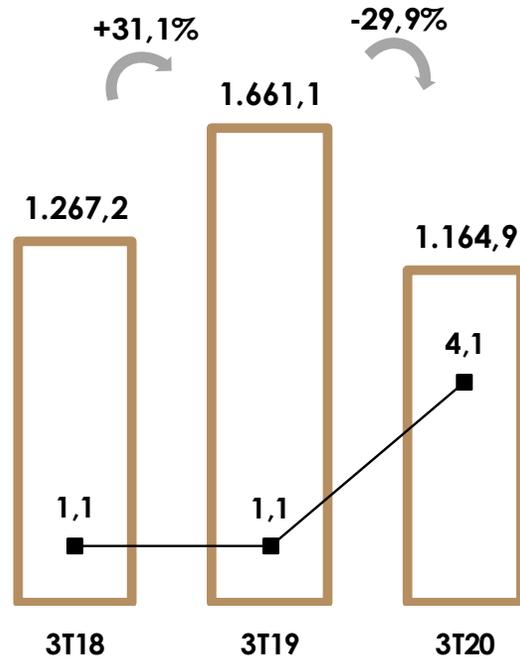


R\$(MM)



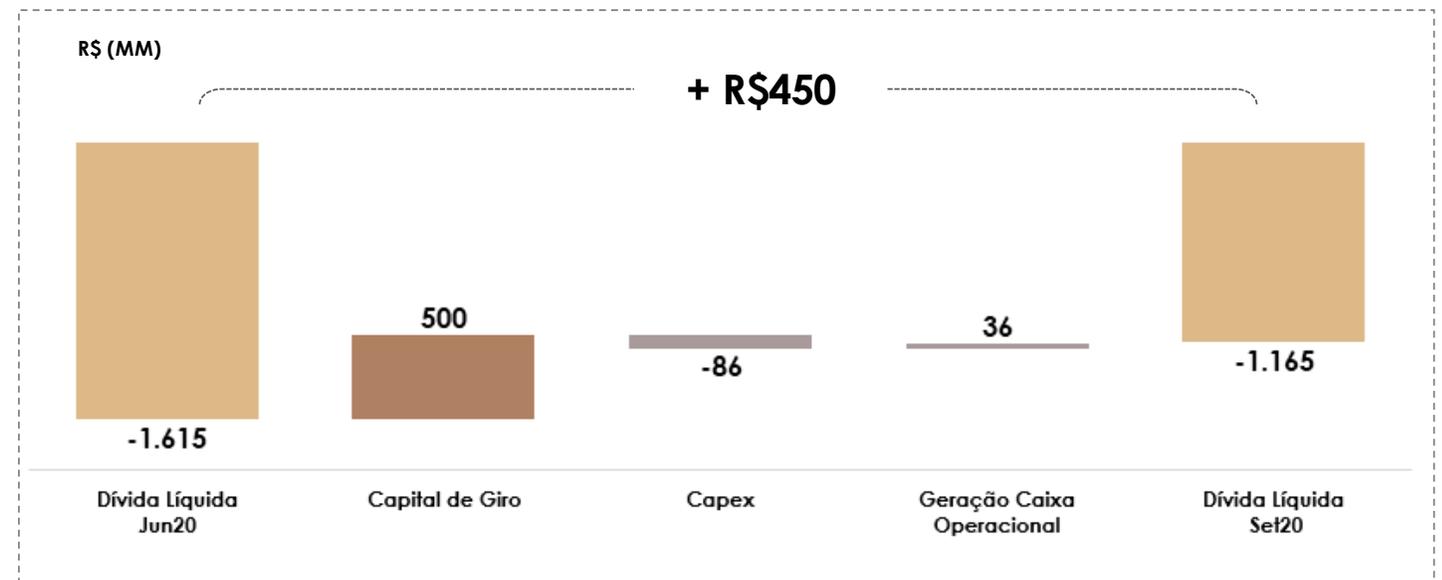
Endividamento Líquido e Geração de Caixa Operacional

R\$(MM)



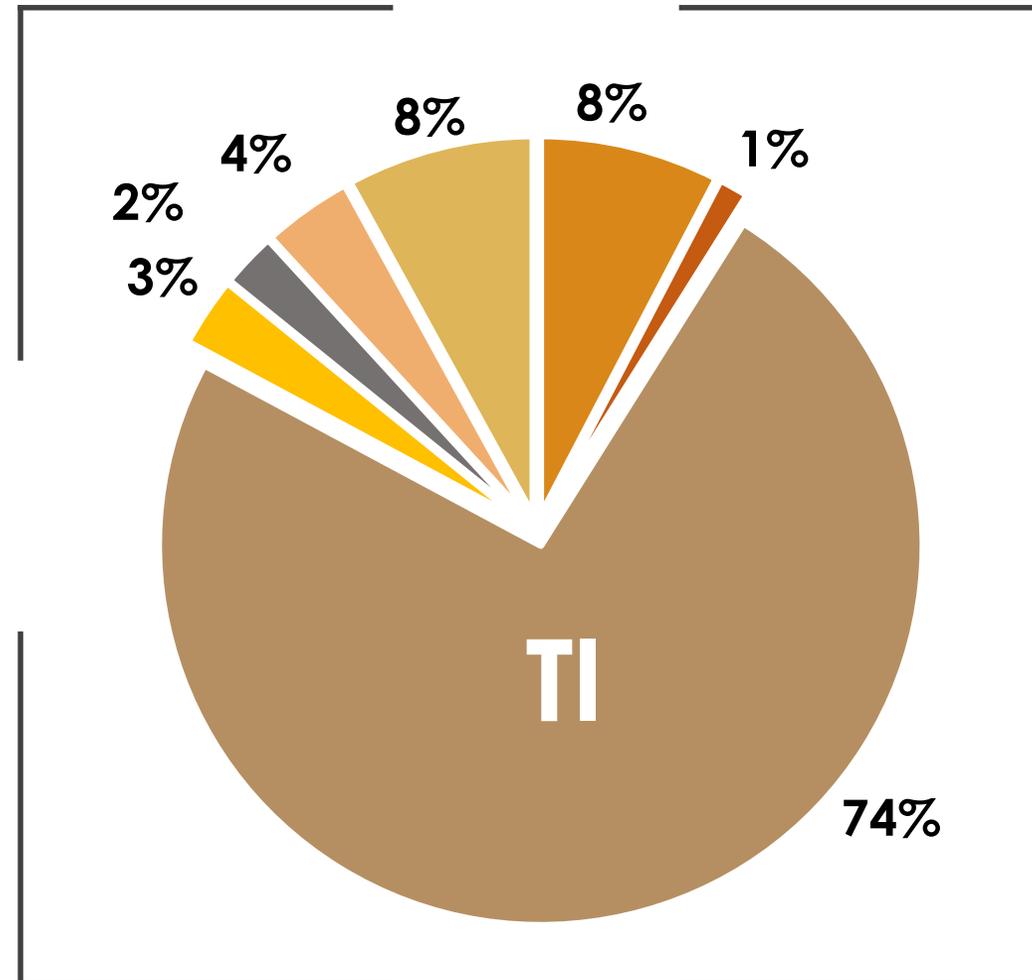
- Endividamento
- Disponibilidades em R\$ Bilhões

Geração de caixa operacional



CAPEX – 9M20

Total Grupo R\$247,4 milhões





Guararapes
GUARARAPES CONFECÇÕES S/A

RIACHUELO

Midway



Tulio Queiroz

Diretor de Relação com Investidores
tulioj@riachuelo.com.br

Marcelo Oscar

Controller
marcelo@riachuelo.com.br

Fernando Rocha

Gerente de Relações com Investidores
fernandokr@riachuelo.com.br
+55 (11) 2971-7256



GUARARAPES

SAIBA MAIS



Investimentos Sociais

Ano de Pandemia

- Desde o início da pandemia Fábrica de Natal produziu mais de **9 milhões** de EPIs (máscaras, aventais de uso hospitalar, toucas, propés).
- Mais de **38 milhões** de reais doados em equipamentos de proteção individual.
- **+ 100 instituições** de saúde e organizações sociais beneficiadas em todo o Brasil.
- **245.000** profissionais de saúde, atuantes na linha de frente da Covid19, receberam roupas da Riachuelo como reconhecimento ao trabalho realizado.



MODA
QUE
TRANSFORMA



SUSTENTABILIDADE

Nos Tornamos Signatários do Pacto Global da **ONU**



Moda e Diversão aqui na Riachuelo tem tudo a ver...



Tivemos **03** live commerces proprietárias nesse período:

25/07, com foco no feminino, com **Simone e Simaria** e um time **incrível de mulheres**;

31/07 com foco no dia dos pais com **Otaviano costa e Mumuzinho**;

01/09, com foco em moda casa, com **Cátia Fonseca, Letícia Muniz e convidados**.

De **julho à setembro**, patrocinamos 15 lives musicais, com destaque para **Claudia Lette, Maiara e Maraisa e Fernando e Sorocaba**, desconsiderando as nossas live commerces proprietárias.

Na nossa campanha do **Dia dos Pais**, Contamos com a participação do **Otaviano Costa e Mumuzinho**.



31.9 MILHÕES
Views públicos

Premiação Ranking Ibevar - 2020

RANKING 2020
IBEVAR-FIA

[+]³ FATURAMENTO
EFICIÊNCIA
IMAGEM

EDIÇÃO ESPECIAL
NEVALDO ROCHA



PATRONO

NEVALDO ROCHA
(IN MEMORIAM)

HOMENAGEM DO IBEVAR E
DA FIA AO PATRONO DA
EDIÇÃO 2020

TECENDO A MANHÃ

Um galo sozinho não tece uma manhã:
ele precisará sempre de outros galos.
De um que apanhe esse grito que ele
e o lance a outro; de um outro galo
que apanhe o grito que um galo antes
e o lance a outro; e de outros galos
que com muitos outros galos se cruzem
os fios de sol de seus gritos de galo,
para que a manhã, desde uma tênue,
se vá tecendo, entre todos os galos.

João Cabral de Melo Neto

APRESENTAÇÃO

O ano de 2020 mudará radicalmente o comportamento dos indivíduos. Uma crise avassaladora se espalhará por todo o mundo. Algo absolutamente inusitado. Qualquer tentativa de paralelo com crises anteriores é desprovida de sentido. Para tomar apenas dois exemplos, as crises de 2008 e a de 1929, usualmente avocados com o objetivo de definir possíveis trajetórias, foram situações relacionadas estritamente ao âmbito econômico. A de 2008 emergiu do mercado imobiliário americano e a crise de 29 decorreu de um movimento de superprodução. A de 2020, pelo contrário, é uma crise sanitária com impactos dramáticos sobre as economias de todo o mundo. Portanto, seria mais próprio comparar a crise de 2020 com um cataclismo, ou seja, uma catástrofe que desorganiza a sociedade de uma forma ampla. É isso o que acontece quando uma cidade ou região é impactada, por exemplo, por um tsunami.

Todos tivemos que nos adaptar às novas condições. Portanto, nessa edição do Ranking Ibevar – FIA – desenhamos um modelo diferente daquele tradicionalmente adotado. Como não podemos fazer o lançamento desse trabalho na forma presencial estruturamos a iniciativa de modo a manter o seu já conhecido dinamismo. O evento terá lugar, como sempre acontece, no auditório do CIEE. Tendo em vista as restrições impostas, a divulgação do Ranking ocorrerá em sistema de teleconferência.

Embora fisicamente limitados procurou-se manter a orientação para a inovação. O compromisso do Ibevar e da FIA, não é o de simplesmente re-

- O estudo elaborado pelo Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo (IBEVAR) e pela FIA elege as empresas mais representativas no varejo brasileiro em 17 segmentos e esse ano teve como patrono (in memoriam) Nevaldo Rocha, que deu nome à edição.

- Fomos eleitos a **MARCA DE MODA MAIS ADMIRADA** num ranking IBEVAR – FIA 2020´

GREAT
PLACE
TO
WORK[®]

- ★ 2015
- ★ 2016
- ★ 2017
- ★ 2018
- ★ 2019
- ★ **2020**