



Guararapes
GUARARAPES CONTECÓIS S/A

RIACHUELO

Midway

RESULTADOS * IT21

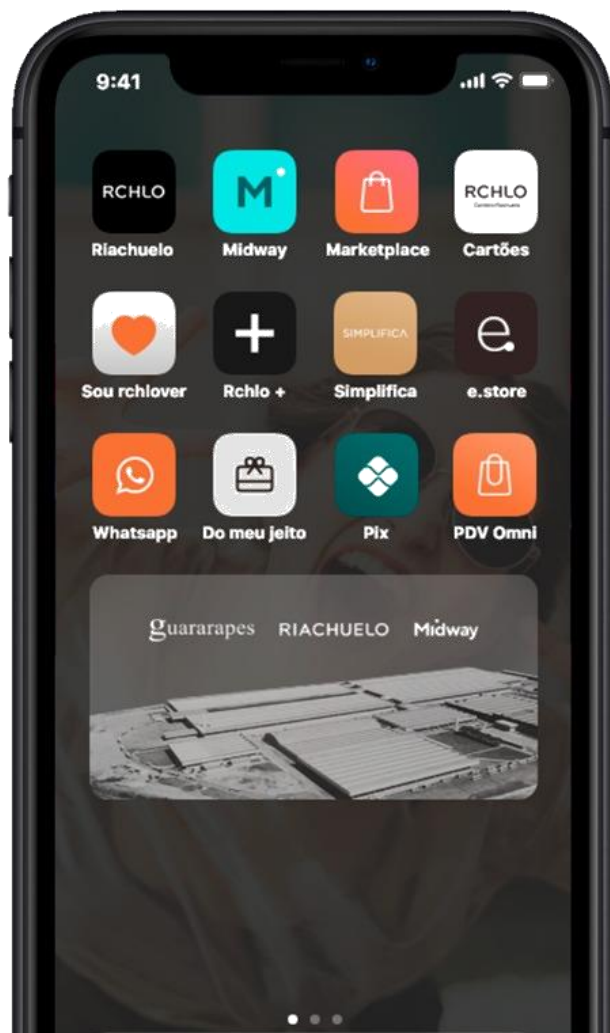
TELECONFERÊNCIA
13 de maio de 2021
13h (Brasil)
12h (US-EST)

A Teleconferência será realizada
somente em português

TELEFONE DE CONEXÃO:
+55 (11) 4210-1803
Código: Guararapes

DESTAQUES

- **As Vendas realizadas pelos canais digitais cresceram 253,5% no 1T21**, representando **13,3%** das vendas totais de mercadorias do período.
- **Vendas em mesmas lojas** diminuíram **16,6%** no 1T21, impactadas pelo fechamento e redução do horário de funcionamento de parte das lojas em função dos desdobramentos da Covid-19.
- **Margem bruta de mercadorias** expandiu **1,4 p.p.**, atingindo **49,8%** no 1T21.
- **Despesas Operacionais** aumentaram **7,3%** no 1T21 em relação ao mesmo período de 2020.
- **Índice de perda do Cartão Riachuelo** encerrou o 1T21 em **4,3%**. As Operações de **Empréstimo pessoal** finalizaram o trimestre com nível de perda de **28,2%**.
- **O EBITDA Ajustado** atingiu **R\$33,5 milhões** no 1T21.
- **O Prejuízo Líquido** totalizou **R\$104,9 milhões** no 1T21.
- **O Ciclo Financeiro** encerrou o trimestre em **150 dias**, com destaque positivo para Fornecedores que passou de 71 dias para **169 dias** no 1T21.
- Ao final do trimestre, as **disponibilidades** de caixa totalizavam **R\$2,8 bilhões** com **endividamento líquido de R\$1,1 bilhão**, inferior ao R\$1,6 bilhão reportado no 1T20.



transformação

DIGiITAL

Transformação Digital

/Omnichannel

- **Implementado em 100%** das lojas físicas e nos centros de distribuição da Companhia. **52%** das vendas nos Canais Digitais passaram pelas lojas no 1T21. No quarto trimestre esse percentual foi de **40%**, uma evolução de 12p.p., indicando uma aceleração da operação omnicanal.
- **Ship from Store:** fundamental para o desenvolvimento da estratégia Omni, está operando em **100% das lojas**. No 1T21, foram faturados mais de **1,1 milhão de itens** a partir das lojas, um crescimento de **77%** em relação ao 4T20.
- **Lojas Hub:** com o crescimento das vendas Omni, 24 lojas foram implementadas no conceito de Hub Logístico para reduzir os custos e diminuir os prazos de entrega do ship from store.
- **Retire rápido:** 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.
- **Locker:** O auto serviço do retire em loja. Já foram instalados em 17 Lojas. Atingirá 30 localidades até o final deste trimestre.
- **Venda por WhatsApp:** disponível em **100% das lojas**; Com o fechamento das lojas o WhatsApp se tornou uma ferramenta de atendimento relevante com um aumento de **37%** no volume de conversas. O Call Center passou a ter um time dedicado a receber os contatos, apoiar na busca dos produtos e uma venda assistida para as cidades onde não há loja com o objetivo de escalar esta modalidade.
- **Agendamento de Retirada:** disponível para as compras por Whatsapp com a opção de se fazer a retirada pelo Drive thru, com horário definido.

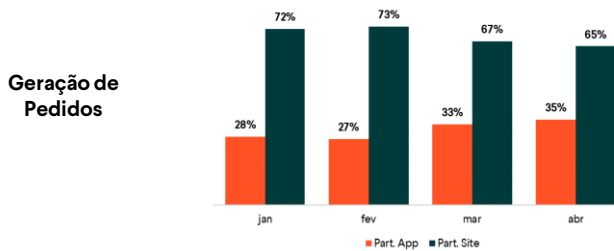


/Vendas Digitais

- **Quantidade de pedidos captados nos canais digitais:** aumento de **180,7%** no 1T21 totalizando mais de **767 mil**.
- **Clientes ativos nos canais digitais:** (Clientes que realizaram pelo menos uma compra nos últimos 12 meses) Mais de **2,3MM** de clientes ativos em 2021 com crescimento de **204,3%** em relação ao mesmo período do ano anterior.
- **Novos clientes nos canais digitais:** **326,4 mil** com crescimento de **111,8%** em relação ao mesmo período do ano anterior.

Transformação Digital

- **App:** em março o app teve seu recorde de **1,5 milhão** em downloads realizados. A quantidade de downloads teve um crescimento de **630%** em relação ao mesmo período do ano anterior e em relação ao 4T20 esse crescimento foi de **78%**. A partir de fevereiro/2021, tornou-se o App mais baixado na nossa categoria (fonte: App Annie).
- **Tráfego nos canais digitais:** crescimento de **244%** no 1T21 em relação ao 1T20. Os **pedidos pelo app** partiram de uma participação de 28% em jan/21 para 35% em abr/21.



/Logística

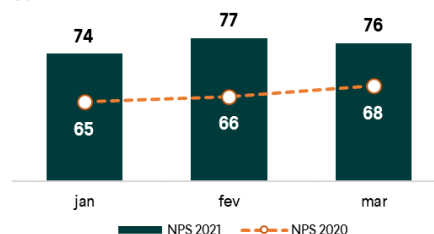
- A malha logística vem passando por ajustes e melhorias importantes a fim de garantir uma **melhor experiência às clientes** dentro do novo cenário composto por elevada participação dos canais digitais nas vendas da Companhia.

Mês	1º Tri20	1º Tri21
Lead Time Operação CD	2,5	0,75
SLA	90,10%	98,6%
Cidades Atendidas	2.920	4.932
% Cidades Brasil	52%	89%

- Incremento de SLA CDs de **90,1% para 98,6%**.
- Redução de tempo de processamento dos pedidos no CD (Dark Store) de **2,5 dias para 0,75 dia**.
- Entregas em mais de **89% do território brasileiro**.
- **100%** do sistema de reposição de mercadoria é realizado com **Inteligência Artificial sem intervenção humana**.

/Contact Center

- O Contact Center em Natal, também vem implementando melhorias e soluções que buscam **centralizar** o cliente no dia-a-dia. O foco principal está em proporcionar a melhor experiência, em todos os canais de atendimento.
- A Companhia conquistou avaliação **“RA1000”** (indicador de excelência de qualidade) no Reclame Aqui para a Riachuelo e para a Midway Financeira.



Transformação Digital

/Indústria

- **Reatividade da Produção Própria:** implantação de sistema com utilização de Inteligência Artificial para priorizar as ordens de produção através do cruzamento da necessidade do varejo e a capacidade fabril, garantindo uma data segura da entrega e a reatividade de best sellers e coleções coordenadas em loja.

/Experiência do Cliente

- **MarketPlace:** No 2T21, iniciou-se oficialmente a plataforma de marketplace da Companhia com mais de 40 sellers e mais de 120 mil novos SKUs no site neste momento. O objetivo é escalar o volume de ofertas em linha com a estratégia de aumentar sortimento, ticket médio, recorrência, frequência e encontrabilidade de produtos para os clientes nas nossas plataformas digitais.
- **E-Store/Prateleira Infinita:** disponível em **100% das lojas**. A Companhia passou a realizar Live Commerce com o E-store sendo utilizado como ferramenta de conversão das vendas.
- **Self Checkout:** diversas melhorias identificadas no piloto da loja Morumbi foram realizadas, permitindo múltiplas formas de pagamento e envio de cupom fiscal por meios digitais (WhatsApp, e-mail e sms). No 2T21, a Companhia irá implementar essa nova tecnologia em mais **20 lojas**.
- **PDV Mobile:** disponível em **100% das lojas**. Em algumas lojas, de maior fluxo, sua participação supera os **40%**.
- **RCHLOVERS:** a plataforma de afiliados, **Sou RCHLOVER**, já conta com aproximadamente 8 mil lojas. Por se tratar de desenvolvimento de uma plataforma própria, sua tecnologia é escalável. Ao longo desse trimestre diversas melhorias foram implementadas otimizando o onboarding de afiliados e aumentando o volume de lojas.



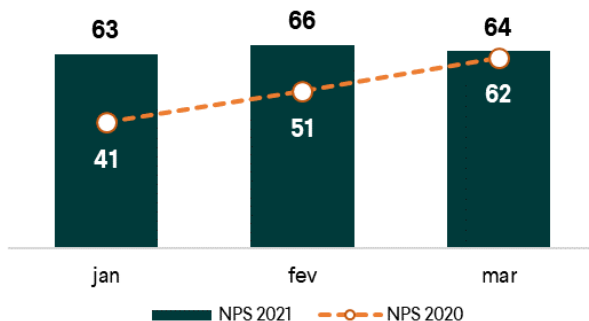
Riachuelo+: expansão para novas lojas, possibilitando às clientes customizar seus produtos.

Transformação Digital

- **Lista de Presente (Do meu Jeito):** com início das operações em maio de 2021, a plataforma www.domeujeito.com.br permite:

 - 1- Lista de casamento personalizada com **link exclusivo para compartilhamento com os convidados do evento.**
 - 2- **Painel** onde os noivos podem criar suas listas e acompanhar os presentes recebidos.
 - 3- **Painel exclusivo** para o canal de relacionamento com o cliente Riachuelo.
 - 4- Forte potencial para oferecer **novas categorias de produtos** às clientes e novos tipos de eventos.

- **NPS:** Zona de Qualidade nos canais digitais:

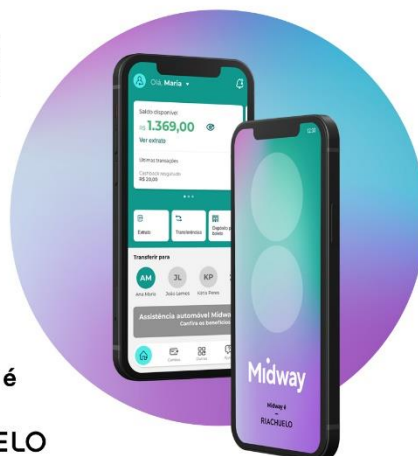


Transformação Digital

Midway

→ A SUA PRATICIDADE É DA NOSSA CONTA

Um app interativo e super fácil de usar.



Midway é
 –
 RIACHUELO

- **App Midway (Conta Digital):** A nova plataforma integrada de serviços financeiros da Midway, que inclui a conta digital, cartões, empréstimos, seguros e assistências foi disponibilizada para o público em geral em 05 de maio. Tal iniciativa busca ampliar o relacionamento com o cliente e gerar maior recorrência e engajamento com o APP da Companhia. Vale destacar que o processo de abertura de novas contas é totalmente digital e feito a partir do App.
- **Integração de serviços do Cartão no App Riachuelo:** maior integração das funcionalidades de cartão com a nova home do app gerando maior recorrência e engajamento.
- **Concessão de crédito:** a companhia evoluiu a gestão de risco com uso de modelos robustos, com uso de dados do Cadastro Positivo, SCR e dados do histórico de comportamento do cliente no varejo. **Neste trimestre, 97,5% das decisões de crédito foram automáticas ante 62,9% referente ao1T20.**
- **Cobrança omnichannel:** a cobrança digital já corresponde a mais de 30% do total recebido da carteira em atraso. A companhia vem evoluindo cada vez mais no conceito OMNI na cobrança, disponibilizando ao cliente portais próprios de negociação de dívida, portal de parceiros, robôs, chat e WhatsApp.
- **Contratação e simulação de Empréstimo Pessoal** através do App apresentou crescimento de 612% comparativamente ao 1T20.



RIACHUELO

RIACHUELO

- No primeiro trimestre de 2021, a **Guararapes produziu 8,3 milhões de peças**, um crescimento de **2,0%** ante 8,1 milhões de itens registrados no 1T20. A indústria **faturou R\$319,1 milhões** para a Riachuelo no período acumulado de janeiro a março de 2021.
- Em um momento em que toda a cadeia de suprimentos encontra-se pressionada, os **produtos Guararapes** desempenharam um papel fundamental ao garantir um mix adequado à Riachuelo. Desta forma, os produtos Guararapes representaram **47,2%** da venda total de vestuário da Riachuelo neste primeiro trimestre.
- A **receita líquida de mercadorias** totalizou **R\$841,1 milhões** no 1T21, **16,7%** menor que os R\$1.009,3 milhões registrados no mesmo período de 2020. **83,1%** das vendas realizadas são feitas por **clientes identificadas**.
- No critério "**mesmas lojas**", houve uma redução de **16,6%** no 1T21. Vale ressaltar que no 1T21 algumas praças importantes estiveram fechadas e/ou operaram com redução do horário de funcionamento, além de outras restrições conforme as determinações das autoridades locais de cada município. No 1T21, as lojas físicas operaram com **70,2% de sua capacidade total de horas**. Vale destacar alguns indicadores que apresentaram evoluções relevantes quando comparado ao mesmo período de 2020.

Lojas em Operação	1T21
Venda em mesmas lojas	-16,6%
Percentual de horas em funcionamento	70,2%
Número de lojas em operação ao final do período	103
Percentual de lojas em operação	31,0%

Dados Operacionais	1T21	1T20	Var.(%)
Receita Líquida Consolidada (R\$ MM)	1.243,4	1.624,8	-23,5%
Receita Líquida Consolidada de Mercadorias (R\$ MM)	841,1	1.009,4	-16,7%
Evolução nominal "Todas Lojas" sobre mesmo período do ano anterior	-16,7%	-3,6%	
Evolução nominal "Mesmas Lojas" sobre mesmo período do ano anterior	-16,6%	-5,2%	
Número de lojas em Reforma durante o Período	1	0	
Quantidade total de Lojas ao final do período	330	323	2,2%
Área de vendas em mil m ² ao final do período	669,1	667,4	0,3%
Receita líquida por m ² (R\$ por m ²)			
Receita líquida pela área média de vendas do período	1.254,8	1.517,0	-17,3%
Ticket Médio Total (R\$)	144,1	131,1	9,9%
Ticket Médio do Cartão Riachuelo (R\$)	191,6	173,9	10,2%
Número de colaboradores (Grupo)*	33.087	36.464	-9,3%

*Considera os colaboradores intermitentes mensurados por FTE (Full-Time Equivalent) e não contempla colaboradores afastados.

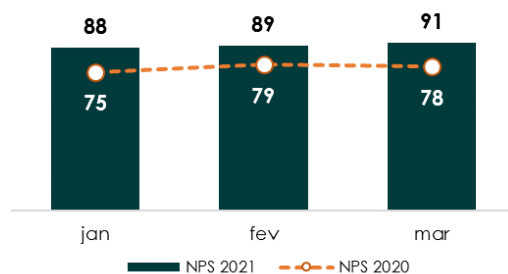
- A **margem bruta de mercadorias** atingiu **49,8%** no trimestre ante 48,4% referente ao 1T20 com expansão de **1,4 p.p.**. A expansão de margem apresentada no período reflete a boa qualidade dos estoques e o bom desempenho das coleções ao longo do trimestre, com destaque para o desempenho dos produtos Guararapes.

Margem Bruta Mercadorias	1T21	1T20
Margem Bruta Mercadorias sem Custo de Ociosidade	51,2%	49,0%
Impacto Custo Ociosidade	-1,4 p.p.	-0,7 p.p.
Margem Bruta Mercadorias Reportada	49,8%	48,4%

Margem Bruta Mercadorias	%
Margem Bruta Mercadorias 1T20	48,4%
Impacto Mix Produtos	-0,3 p.p.
Desempenho Novas Coleções	1,8 p.p.
Margem Bruta Mercadorias 1T21	49,8%

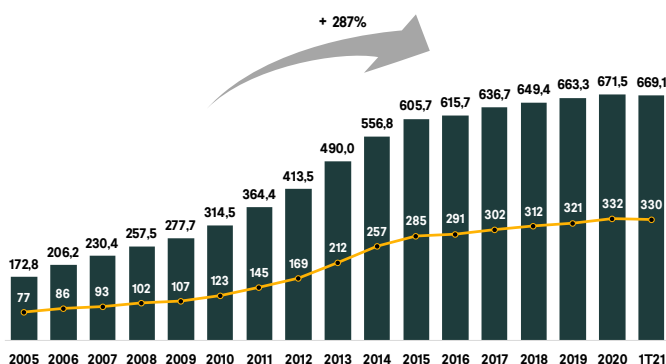
(R\$ Mil)	1T21	1T20	Var.(%)
(+) Receita Líquida de Mercadorias	841.117	1.009.352	-16,7%
(+) Receita Líquida Midway Financeira	388.096	600.934	-35,4%
(+) Receita Líquida Midway Mall	14.159	14.477	-2,2%
(=) Receita Líquida Consolidada	1.243.372	1.624.763	-23,5%
(+) Lucro Bruto de Mercadorias	418.891	488.071	-14,2%
(+) Lucro Bruto Midway Financeira	213.830	526.366	-59,4%
(+) Lucro Bruto Midway Mall	14.159	14.477	-2,2%
(=) Lucro Bruto Consolidado	646.880	1.028.915	-37,1%
Margem Bruta Consolidada de Mercadorias	49,8%	48,4%	1,4 p.p.

- NPS: Zona de Alta performance no canal físico

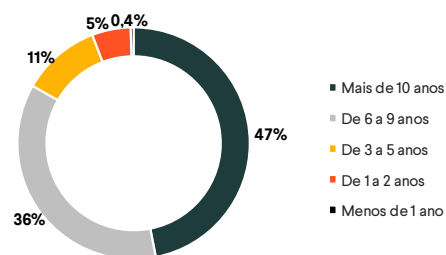


- O ciclo financeiro da Companhia encerrou o trimestre em **150 dias**, ante 195 dias no 1T20. O destaque positivo continua na ponta dos dias de “Fornecedores” que passou de 71 dias para **169 dias** no 1T21, reflexo do **alongamento dos prazos** junto aos principais fornecedores da companhia. Os “Estoques” encerraram o período em 232 dias ante 178 dias do mesmo período de 2020, um crescimento de 30,3%, ocasionado pela não venda das lojas que estiveram fechadas ou que operaram com redução do horário de funcionamento. “Contas a Receber” atingiu 87 dias no 1T21 ante 88 dias no mesmo período do ano anterior.

Área De Vendas m²



Idade Área Vendas 1T21





/Inaugurações e Reformas

- Até o momento Companhia totaliza 337 lojas, sendo 328 Riachuelo, 6 Carter's e 3 Casa Riachuelo.

Novas Lojas Riachuelo 2021	Inauguração	Área de vendas (m ²)
1 - SP - Ourinhos Plaza Shopping	18 de Abril	1.506
2 - PB - Patos Shopping	28 de Abril	1.513
3 - SP - Shopping West Plaza	29 de Abril	1.442
4 - SP - Campinas Shopping	4 de Maio	1.275
5 - SP - Carapicuíba Plaza Shopping	7 de Maio	1.362
6 - PR - Park Shopping Barigui	7 de Maio	1.436

Novas Lojas Carter's 2021	Inauguração	Área de vendas (m ²)
1 - RJ - Barra Shopping	27 de Abril	126

- No decorrer do trimestre, a Companhia encerrou as atividades de duas lojas, uma localizada no SH Nações Limeira e outra no Via Brasil SH.

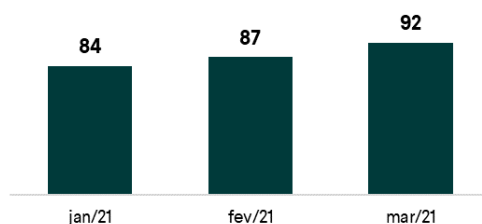


Casa Riachuelo

- Com este novo modelo, a Riachuelo quer alcançar não apenas as clientes atuais, mas também uma consumidora exigente e prática, que vê valor na loja pelo mix certo de produtos, preços competitivos, serviços financeiros e listas de presentes, tudo em uma experiência omni. 80% dos clientes são das classes A/B (27% A e 53% B), reforçando a força do Mix e da experiência da loja.
- O novo negócio da Casa Riachuelo vem atender uma fatia do público ainda pouco explorada. Com maior poder aquisitivo, essas consumidoras valorizam peças que trazem as últimas tendências em diferentes lifestyles, e veem valor em soluções completas. Na loja, a cliente encontrará desde os jogos de cama e banho, até produtos para pets e eletrônicos, em um ambiente elegante com atendimento diferenciado.

Casa Riachuelo		1T21
CASA RIACHUELO	Lojas físicas	3
	<i>Store in Store</i>	3
	Inaugurações	0
	Área de vendas m ²	1.992,4
	Receita Bruta (R\$000)	5.729,5
	Margem Bruta	50,4%

- NPS: Zona de Alta performance no canal físico**



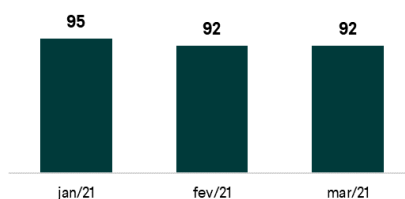


Carter`s

- Possui bastante sinergia com proposta da Riachuelo de oferecer produtos de qualidade com bom custo x benefício.
- Com a Carter's a Riachuelo pretende reforçar seu posicionamento no segmento de roupas para bebês e primeira infância, um mercado que hoje é servido por pequenas redes de expressão regional. 89% dos clientes são das classes A/B (37% A e 52% B), fato que reforça a força da marca.
- Além disso, a exclusividade da marca no Brasil a torna uma importante âncora para nossa plataforma de canais digitais que tem como proposta criar um ambiente que envolva todas as categorias relacionadas à maternidade, que será completa com a entrada do Marketplace, oferecendo para as mães roupas, enxovais, FMCG (*Fast Moving Consuming Goods*), linhas de puericultura leve e pesada, entre outros produtos e serviços que ampliam o relacionamento com o cliente e a frequência de compras.

carter's babies and kids	Carter's	1T21
	Número de lojas	
Inaugurações		0
Área de vendas m ²		483,6
Receita Bruta (R\$000)		4.873,9
Margem Bruta		50,9%

- NPS:** Zona de Alta performance no canal físico





Midway

Midway

- A **Receita da Operação Financeira** totalizou **R\$411,8 milhões** no 1T21, **35,2%** menor que os R\$635,4 milhões registrados no mesmo período do ano anterior.
- No 1T21, a **Receita de Comissões sobre Cartão Bandeira** registrou um aumento de **7,7%**, passando de R\$61,1 milhões no 1T20 para **R\$65,8 milhões** no 1T21. A **Receita Financeira de Vendas c/ Juros, Multa e Juros s/ atrasos** apresentou queda de 34,8%, passando de R\$367,4 milhões no 1T20 para **R\$239,6 milhões** no 1T21 e a **Receita de Empréstimo Pessoal e Saque Fácil** registrou queda de **58,2%**, totalizando **R\$68,7 milhões**.
- As reduções apresentadas nas receitas da operação financeira ainda refletem o impacto da **redução dos volumes** de suas principais operações devido ao período em que as lojas estiveram fechadas ou operaram com redução do horário de funcionamento, menor emissão de novos cartões Riachuelo e redução da concessão do Empréstimo Pessoal durante boa parte do ano de 2020 e do 1T21.

Midway Financeira - Demonstração de Resultados (R\$ Mil)	1T21	1T20	Var.(%)
Receita da Operação Financeira	411.793	635.392	-35,2%
Receita Financeira de Vdas c/ Juros, Multa e Juros s/ atrasos	239.617	367.418	-34,8%
Receita de Empréstimo Pessoal e Saque Fácil	68.706	164.509	-58,2%
Receitas de Comissões sobre Prod. Financeiros	37.672	42.363	-11,1%
Receitas de Comissões sobre Cartão Bandeira	65.799	61.102	7,7%
Despesas com tarifas das bandeiras	(8.904)	(7.598)	17,2%
Despesas Tributárias	(23.697)	(34.458)	-31,2%
Margem Financeira	379.192	593.337	-36,1%
Provisão para Perdas de Créditos Esperadas	109.566	(254.122)	n.m.
PPCE Empréstimo Pessoal e Saque Fácil	15.374	(70.531)	n.m.
PPCE Vdas com juros e sem juros	94.192	(183.592)	n.m.
Descontos em Operações de Crédito	(165.361)	(66.970)	146,9%
Despesas de Cobrança	(31.140)	(28.133)	10,7%
PDC Total	(86.936)	(349.226)	-75,1%
% PDC sobre Carteira (até 360 dias)	9,4%	31,1%	-21,7 p.p.
Resultado Bruto da Operação Financeira	292.309	244.234	19,7%
Outras Receitas Operacionais	133	17	662,3%
Despesas Operacionais	(182.225)	(177.180)	2,8%
Resultado da Operação Financeira	110.218	67.071	64,3%
Receitas Prestação de Serviço para Riachuelo	6.096	7.550	-19,3%
Depreciação e Amortização	(5.859)	(2.121)	176,3%
Resultado Operacional	110.455	72.500	52,4%
Despesas Financeiras	(11.962)	(8.843)	35,3%
Resultado antes do IR	98.493	63.657	54,7%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(39.436)	(25.228)	56,3%
Lucro (Prejuízo) Líquido	59.057	38.430	53,7%

- As **perdas e PPCE** encerraram o primeiro trimestre com uma reversão positiva de **R\$109,6 milhões**, ante uma despesa de R\$254,1 milhões registrada no mesmo período do ano anterior. Vale destacar que tais valores contemplam as perdas provenientes das operações do Cartão Riachuelo (Private Label + Bandeira) e de empréstimo pessoal. Os **descontos em operações de crédito** passaram de R\$67,0 milhões no 1T20, para **R\$165,4 milhões** no 1T21, sendo que 80% desse desconto vem da carteira em prejuízo, reflexo do aumento da recuperação nessas faixas que passaram de R\$81 milhões no 1T20 para **R\$188 milhões** no 1T21.

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

- Os patamares de desconto na carteira até 360 dias voltaram aos níveis pré-crise. As **despesas de cobrança** também foram impactadas pelo aumento no volume de renegociações e totalizaram **R\$31,1 milhões** no 1T21 ante R\$28,1 milhões no 1T20, também vale ressaltar que o aumento dessa despesa não foi na mesma intensidade do 4T20 em virtude dos ganhos de eficiência operacional. Desta forma, ao consolidar todos estes efeitos no **PDC (Perdas, Descontos e Cobrança)**, observa-se uma melhora de **75,1%**, totalizando **R\$87,0 milhões no 1T21** ante R\$349,2 milhões reportados no 1T20.
- As **despesas operacionais** totalizaram **R\$182,1 milhões** no 1T21, representando um aumento de **2,8%** frente aos R\$177,2 milhões apurados no 1T20. Nesse trimestre, houve o reconhecimento de R\$16MM de perdas operacionais.
- Como consequência dos elementos mencionados, o **Resultado da Operação Financeira** totalizou **R\$110,2 milhões no 1T21**, um aumento de **64,3%** em relação ao 1T20.
- O **Índice Basileia** encerrou o primeiro trimestre de 2021 em **18,7%**. Este índice é um indicador internacional definido pelo Comitê de Basileia de Supervisão Bancária, que recomenda a relação mínima de 8% entre o capital e os ativos ponderados pelos riscos. No Brasil, a relação mínima exigida é de 11%, conforme regulamentação vigente (Resolução nº 4.193/13 do CMN, Circular nº 3.644/13 e Circular nº 3.477/09 do BACEN).
- Conforme ilustrado a seguir, a Midway Financeira possui estoque de provisão superior ao patamar mínimo estabelecido pelo Banco Central. Sendo assim, a Companhia encerrou o período com **saldo de PPCE 10,9% acima do mínimo requerido pelo BACEN** com provisão total suficiente para cobrir **101,6%** dos créditos em atraso superiores a 90 dias. O **estoque de provisão** encerrou o período em **5,0%** sobre a carteira com vencidos até 180 dias.

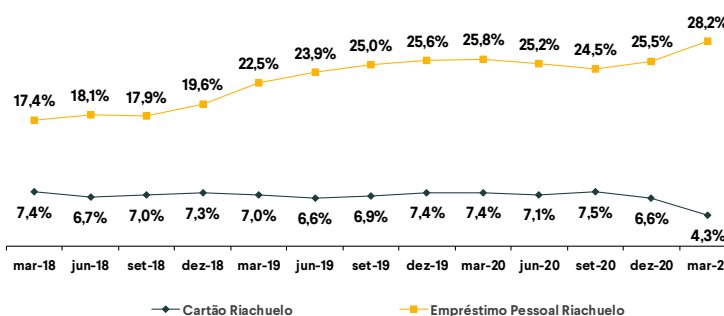
março-21					
Faixa de atraso (dias)	Risco	Carteira	Saldo PPCE	Saldo PPCE (%)	
em dia	A	2.772.379	13.862	0,5%	
15-30	B	124.227	1.242	1,0%	
31-60	C	124.662	3.740	3,0%	
61-90	D	79.444	7.944	10,0%	
91-120	E	55.445	16.634	30,0%	
121-150	F	48.964	24.482	50,0%	
151-180	G	48.439	33.908	70,0%	
181-360	H	454.071	454.071	100,0%	
Provisão Complementar		-	60.818		
Total		3.707.632	616.700	16,6%	
Até 180 dias		3.253.561	162.629	5,0%	
Índice de Cobertura (Vencidos há mais de 90 dias)*				101,6%	
Saldo PPCE x Mínimo requerido (Bacen)				110,9%	

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

- A **PPCE de empréstimos do cartão Riachuelo** atingiu o **menor percentual histórico**, garantindo a qualidade e melhor rentabilidade na gestão da carteira e novas concessões, ante um cenário de alta volatilidade de 2020.

- O nível de perda do cartão Riachuelo e o nível de perda das operações de empréstimo pessoal atingiram, respectivamente, **4,3%** e **28,2%** ao final do primeiro trimestre. A redução no indicador do cartão é reflexo do novo posicionamento de risco da Midway e retomada dos volumes, com a gestão orientada a dados e níveis de receita e inadimplência mais otimizados.

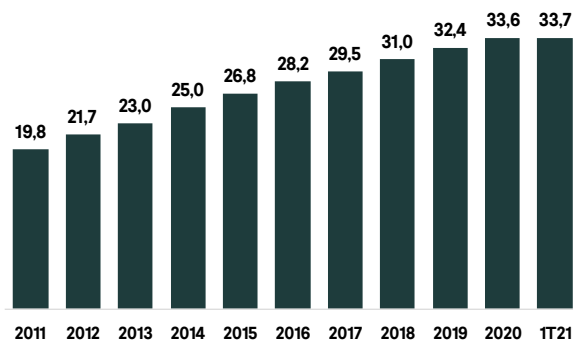
Nível de Perda das Operações de Empréstimo Pessoal e Cartão Riachuelo



- No empréstimo foi realizado um grande reposicionamento de risco, que ainda não se reflete no nível de perda devido a queda na carteira (redução no denominador). Os indicadores que tem menos influência na queda da carteira refletem melhor o reposicionamento. O **NPL creation do Empréstimo Pessoal** referente ao 1T20 apresentou crescimento de R\$ 71,8 MM nas carteiras com atraso superiores a 90 dias e no **1T21** o resultado foi uma redução **R\$ 15,2 MM**, reflexo de uma menor rolagem e recuperação maior. O over 30-90 da carteira foi de 11,2% no 1T20 contra 7,8% no 1T21. A manutenção desse posicionamento com a retomada dos volumes vai refletir no indicador de perda nos próximos trimestres.
- A carteira de cartão totalizava R\$3,4 bilhões ao final Março de 2021 apresentando queda de 10,8% em relação a Março de 2020. Se compararmos a carteira até 15 dias de atraso, a Midway totalizou R\$ 2,7 bilhões ao final Março de 2021 comparado com R\$ 2,6 bilhões em Março de 2020. O posicionamento de risco mais adequando e retomada das lojas estão contribuindo para a retomada dos volumes com níveis maiores de rentabilidade.
- A carteira de Empréstimo Pessoal, sem considerar encargos, totalizava R\$310,1 milhões ao final Março de 2021 apresentando queda de 54,8% em relação a Março de 2020. No 1T21, com retomada parcial das lojas, a produção total foi 34% maior do que no 4T20. A produção digital aumentou 253% no mesmo período, mitigando em partes o impacto do fechamento das lojas.
- O **reposicionamento da gestão de risco** vem refletindo no resultado da PDC e nos níveis de inadimplências das novas safras, com redução de **40% no níveis de FPD**.

- O **ticket médio** do Cartão Riachuelo totalizou **R\$191,6** no trimestre, **10,2%** acima dos R\$173,9 registrados no mesmo período do ano anterior. A base total de cartões atingiu **33,7 milhões de plásticos** neste primeiro trimestre de 2021, sendo **7,5 milhões de unidades do cartão co-branded** e **26,2 milhões de unidades Private Label**.

Base Total de Cartões (Milhões)



Distribuição de Vendas







- A receita líquida do Midway shopping totalizou **R\$14,8 milhões** no 1T21, **2,5%** menor que os R\$15,2 milhões registrados no mesmo período de 2020.
- No primeiro trimestre de 2021, o **EBITDA** do shopping totalizou **R\$12,3 milhões**, com queda de **10,2%** frente aos R\$13,6 milhões apurados no 1T20.
- O Resultado reportado no 1T21 foi impactado pelo aumento das restrições que ocorreram ao longo do período.

Midway Mall (R\$ Mil)	1T21	1T20	Var. (%)
Receita Líquida de Aluguel e Luvas (R\$ Mil)	14.791	15.173	-2,5%
EBITDA (R\$ Mil)	12.259	13.648	-10,2%
Margem EBITDA	82,9%	89,9%	-7,1 p.p.
ABL (mil m ²)	65,7	65,7	0,0%
EBITDA/ABL (R\$/m ²)	186,6	207,8	-10,2%
NOI (R\$ Mil)	13.044	14.623	-10,8%
Margem NOI	84,3%	91,0%	-6,6 p.p.

Midway Mall (R\$ Mil)	1T21	1T20	Var. (%)
Receita Bruta - Midway Shopping	15.471	16.077	-3,8%
Alugueis	15.163	15.750	-3,7%
Cessão de Direito	308	326	-5,7%

- Além da operação do Shopping Center, o grupo destaca-se por possuir um portfólio representativo de lojas em **imóveis próprios**. Dentre as 330 lojas da Riachuelo ativas ao final de Março de 2021, **46** estavam instaladas em imóveis pertencentes ao grupo. Desta forma, dos atuais **669,1 mil m²** de área de vendas total, **120,2 mil m²** (17,9%) referem-se às lojas localizadas em imóveis próprios. Considerando tais imóveis, juntamente com o centro de distribuição de Natal e as seis plantas de produção industrial, a Companhia possui aproximadamente **715 mil m²** em área bruta construída.

	Quantidade	Área de Vendas (m ²)	Área Total
Lojas em Imóveis Próprios	46	120.207	210.659
Lojas em Shopping	8	27.476	38.192
Lojas em Rua	38	92.731	172.467
Lojas em Imóveis Alugados	284	548.876	750.258
Lojas em Shopping	272	527.232	713.828
Lojas em Rua	12	21.644	36.430
Total de Lojas	330	669.082	960.917

CD Natal	
Área Construída Total	57.552
Escritório Riachuelo São Paulo	
Área do Terreno da Matriz	45.030
Área Construída Total	42.312



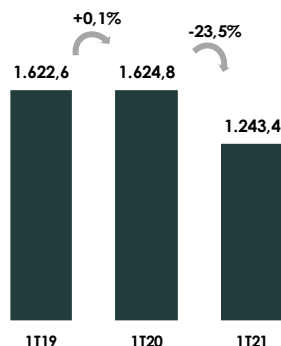
Guararapes
GUARARAPES CONFECÇÕES S/A



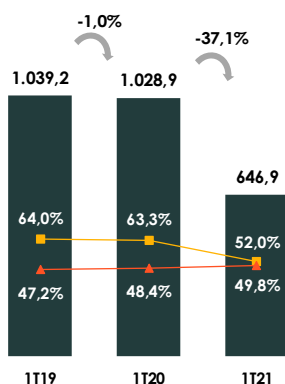
/ Receita Líquida e Lucro Bruto

- A **receita líquida consolidada** totalizou **R\$1.243,4 milhões** no 1T21, **23,5%** menor que os R\$1.624,8 milhões apurados no mesmo período de 2020. A receita líquida consolidada é composta pela receita líquida da Midway Financeira (R\$388,1 milhões no 1T21), pela receita líquida do Midway Mall (R\$14,2 milhões no 1T21) e pela receita líquida de mercadorias (R\$841,1 milhões no 1T21).

Receita Líquida Consolidada (R\$ MM)



- No decorrer do primeiro trimestre, o **lucro bruto consolidado** caiu **37,1%**, passando de R\$1.028,9 milhões no 1T20 para **R\$646,9 milhões** no 1T21. A **margem bruta consolidada** atingiu **52,0%**. A pressão apresentada por este indicador no período foi causada principalmente pelo aumento dos descontos nas renegociações dos créditos vencidos das operações financeiras quando comparados ao 1T20, Mas já apresentando uma redução em relação ao 4T20. **Lucro Bruto Consolidado (R\$ MM)**



■ Lucro Bruto Consolidado ■ Margem Bruta Consolidada (%) ▲ Margem Bruta de Mercadorias (%)

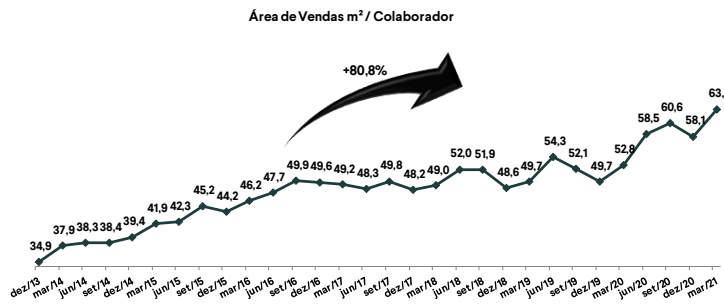
/ Despesas operacionais

- As **despesas operacionais** totalizaram **R\$737,8 milhões** no trimestre, **7,3%** acima dos R\$687,8 milhões apurados no 1T20.

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

- No primeiro trimestre de 2021, o desempenho das despesas operacionais ainda apresenta os efeitos positivos das renegociações dos contratos de locação, dos trabalhos relacionados ao OBZ (Orçamento base zero) e dos acordos com alguns sindicatos para manutenção da redução de jornada ou suspensão do contrato de trabalho no período em que as lojas permaneceram fechadas ou com redução do horário de funcionamento. Em contrapartida, as despesas operacionais foram impactadas negativamente pelo crescimento das despesas de cobrança devido ao aumento do volume das renegociações dos créditos vencidos conforme apresentado anteriormente e, também do aumento das despesas com fretes e das despesas com mídias dos Canais Digitais decorrentes do forte crescimento da operação.

Despesas Operacionais (R\$ Mil)	1T21	1T20	Var.(%)
Despesas com Vendas	(480.180)	(466.415)	3,0%
Despesas Gerais e Administrativas	(257.628)	(221.345)	16,4%
Total Despesas Operacionais	(737.808)	(687.760)	7,3%
Total Despesas Operacionais / Rec. Líq. Consolidada	59,3%	42,3%	17,0 p.p.



/Resultado Operacional

Reconciliação do EBITDA (R\$ Mil)	1T21	1T20	Var.(%)
Lucro Líquido	(104.917)	(47.517)	120,8%
(+) Provisão para IR e CSLL	(57.046)	(31.537)	80,9%
(+) Resultado Financeiro	59.491	47.766	24,5%
(+) Depreciação e Amortização (Despesa + Custo)	134.185	130.608	2,7%
EBITDA	31.713	99.319	-68,1%
(+) Incentivo Fiscal de IR	1.789	1.799	-0,6%
EBITDA Ajustado*	33.501	101.118	-66,9%
Margem EBITDA Ajustada s/ Rec. Líq.	2,7%	6,2%	-3,5 p.p.
Margem EBITDA Ajustada s/ Rec. Líq. Merc.	4,0%	10,0%	-6,0 p.p.

*Em linha com a Instrução CVM 527 a Companhia passa a fazer a reconciliação do EBITDA conforme dita a referida Instrução, isto é, EBITDA = lucro líquido, acrescido dos tributos sobre o lucro, das despesas financeiras líquidas das receitas financeiras e das depreciações, amortizações e exaustões. Ainda em acordo com a Instrução, parágrafo 4º, optamos por utilizar o EBITDA AJUSTADO por entender que o ajuste referente ao "Incentivo Fiscal de IR" contribui para a geração bruta de caixa da Companhia, já que não representa uma saída de caixa.

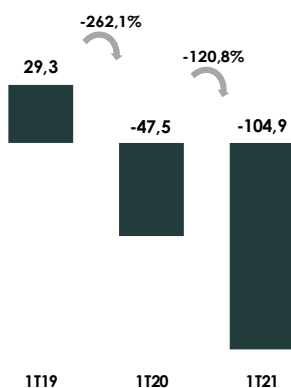
- O EBITDA Ajustado reduziu **66,9%**, atingindo **R\$33,5 milhões** no 1T21. A **margem EBITDA Ajustada** sobre a receita líquida consolidada atingiu **2,7%** (4,0% se calculado sobre a receita líquida de mercadorias). A performance apresentada no trimestre é reflexo da queda nas vendas em mesmas lojas, da expansão de margem bruta de mercadorias, do desempenho das despesas operacionais e do forte crescimento do Resultado da Operação Financeira.

EBITDA Ajustado (R\$ Mil)	1T21	1T20	Var.(%)
EBITDA de Mercadorias	(88.976)	20.399	n.m.
Resultado da Operação Financeira	110.218	67.071	64,3%
EBITDA Midway Shopping	12.259	13.648	-10,2%
EBITDA Consolidado Ajustado	33.501	101.118	-66,9%

/ Lucro (Prejuízo) Líquido

- O Grupo encerrou o primeiro trimestre com um **prejuízo líquido de R\$104,9 milhões, 120,8% maior** que o prejuízo registrado no 1T20 de R\$47,5 milhões.

Lucro (Prejuízo) Consolidado (R\$ MM)

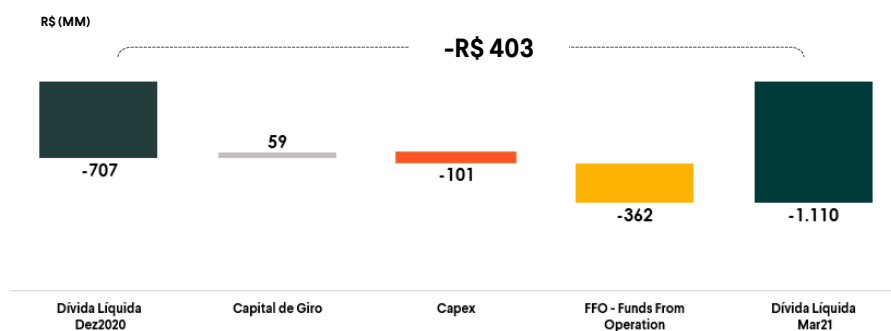


/ Endividamento Líquido

- Ao final de Março de 2021, as **disponibilidades** de caixa atingiram **R\$2.754,2 milhões**. Os **empréstimos e financiamentos** totalizaram **R\$3.864,7 milhões**. Sendo assim, a Companhia encerrou o primeiro trimestre de 2021 com endividamento líquido de R\$1.110,5 milhões ante R\$1.582,8 milhões reportados no 1T20.

Endividamento Líquido (R\$ Mil)	31/03/2021	31/12/2020	31/03/2020
Disponibilidades	2.754.241	3.378.307	1.342.528
Empréstimos e Financiamentos	(3.864.704)	(4.085.296)	(2.925.320)
Circulante	(1.084.996)	(1.301.932)	(1.157.471)
Não Circulante	(2.779.708)	(2.783.365)	(1.767.849)
Endividamento Líquido	(1.110.463)	(706.989)	(1.582.793)
Dívida Líquida / EBITDA (últimos 12 meses)	6,8	3,0	1,6

- No **1T21**, a companhia apresentou consumo de caixa no valor de **R\$403,5 milhões** conforme pode ser observado no gráfico abaixo:



/ Investimentos (CAPEX)

- No período acumulado de Janeiro a Março de 2021, os **investimentos** do grupo em ativos fixos totalizaram **R\$100,9 milhões** ante R\$85,9 milhões relativos ao mesmo período de 2020. Do montante investido neste período, **R\$65,5 milhões, ou 65%, foram direcionados à Tecnologia.**

Investimentos (R\$ Milhões)	1T21	(%)	1T20	(%)
TI	65,5	65%	48,8	57%
Lojas Novas	19,0	19%	10,5	12%
Fábrica	5,1	5%	9,9	12%
Projetos	3,4	3%	6,5	8%
Outros	3,4	3%	5,4	6%
Remodelações	2,2	2%	1,5	2%
Centros de Distribuição	1,8	2%	1,1	1%
Manutenção	0,5	1%	2,2	3%
Total Grupo	100,9	100%	85,9	100%

/ ESG

- 53% do algodão** comprado teve **origem BCI (Better Cotton Initiative)**. Importante destacar que **41%** das matérias primas que adquirimos foram matérias primas de origem **mais sustentável**. **15%** dos produtos ofertados em nossas lojas foram produtos mais sustentáveis, **feitos com matérias primas certificadas e/ou processos produtivos menos impactantes.**
- Ecoeficiência das operações: 50% da energia** consumida pelo Grupo vieram de fontes renováveis e **60%** da energia consumida em nossas lojas vieram de fontes limpas de energia.
- No campo social, **R\$ 2,0 milhões** em equipamentos de proteção individual (máscaras, aventais e jalecos médicos) e em peças de vestuário para o combate à Covid19.

Demonstração dos Resultados Consolidados

Demonstração de Resultados (R\$ Mil)	1T21	1T20	Var. (%)
Receita Bruta	1.525.706	1.964.826	-22,3%
Receita Bruta - Mercadorias	1.099.075	1.314.054	-16,4%
Receita Bruta - Midway Financeira	411.793	635.392	-35,2%
Receita Bruta - Midway Mall	14.838	15.380	-3,5%
Deduções	(296.346)	(354.683)	-16,4%
Incentivos Fiscais de ICMS	14.012	14.620	-4,2%
Receita Líquida	1.243.372	1.624.763	-23,5%
Receita Líquida - Mercadorias	841.117	1.009.352	-16,7%
Receita Líquida - Midway Financeira	388.096	600.934	-35,4%
Receita Líquida - Midway Mall	14.159	14.477	-2,2%
Custo de Bens e/ou Serviços Vendidos	(596.492)	(595.849)	0,1%
CPV - Mercadorias	(422.226)	(521.281)	-19,0%
Custos - Midway Financeira	(174.266)	(74.568)	133,7%
Lucro Bruto	646.880	1.028.915	-37,1%
Lucro Bruto - Mercadorias	418.891	488.071	-14,2%
Lucro Bruto - Midway Financeira	213.830	526.366	-59,4%
Lucro Bruto - Midway Mall	14.159	14.477	-2,2%
Margem Bruta	52,0%	63,3%	-11,3 p.p.
Margem Bruta - Mercadorias	49,8%	48,4%	1,4 p.p.
Margem Bruta - Midway Financeira	55,1%	87,6%	-32,5 p.p.
Despesas com Vendas	(480.180)	(466.415)	3,0%
Despesas Gerais e Administrativas	(257.628)	(221.345)	16,4%
Provisão Créditos de Liquidação Duvidosa	108.553	(255.390)	n.m.
Despesas de Depreciação e Amortização	(127.776)	(125.078)	2,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	7.678	8.025	-4,3%
EBIT	(102.472)	(31.289)	227,5%
Receitas (Despesas) Financeiras	(59.491)	(47.766)	24,5%
Resultado Antes de Tributação	(161.963)	(79.054)	104,9%
Provisão para IR e CSLL	57.046	31.537	80,9%
Lucro/Prejuízo Líquido	(104.917)	(47.517)	120,8%
Margem Líquida s/ Rec. Líq.	-8,4%	-2,9%	-5,5 p.p.
Margem Líquida s/ Rec. de Merc.	-12,5%	-4,7%	-7,8 p.p.
Depreciação e Amortização (Despesa + Custo)	134.185	130.608	2,7%
EBITDA	31.713	99.319	-68,1%
Incentivos Fiscais de IR	1.789	1.799	-0,6%
EBITDA Ajustado *	33.501	101.118	-66,9%
Margem EBITDA Ajustada s/ Rec. Líq.	2,7%	6,2%	-3,5 p.p.
Margem EBITDA Ajustada s/ Rec. de Merc.	4,0%	10,0%	-6,0 p.p.
Total Ações ON	499.200	499.200	
LPA (R\$)	(0,21)	(0,10)	120,8%

*Em linha com a Instrução CVM 527 a Companhia passa a fazer a reconciliação do EBITDA conforme dita a referida Instrução, isto é, EBITDA = lucro líquido, acrescido dos tributos sobre o lucro, das despesas financeiras líquidas das receitas financeiras e das depreciações, amortizações e exaustões. Ainda em acordo com a Instrução, parágrafo 4º, optamos por utilizar o EBITDA AJUSTADO por entender que o ajuste referente ao "Incentivo Fiscal de IR" contribui para a geração bruta de caixa da Companhia, já que não representa uma saída de caixa.

Fluxo de Caixa Consolidado

Fluxo de Caixa - Método Indireto (R\$ Mil)	1T21	1T20
Fluxos de caixa das atividades operacionais		
Lucro líquido do período	(104.917)	(47.517)
Perdas de crédito esperada	(304.899)	(6.746)
Recuperação de tributos	(1.394)	-
Depreciação e amortização	80.527	78.849
Depreciação IFRS 16	53.658	51.759
Lucro (prejuízo) na alienação do imobilizado	1.103	(61)
Tributos diferidos	(57.302)	(68.016)
Provisão para perdas de inventário	(6.336)	7.866
Provisão para riscos trabalhistas, fiscais e cíveis	1.869	2.783
Instrumentos Patrimoniais Outorgados	5.105	4.766
Juros e variações monetárias e cambiais	46.151	33.240
Juros provisionados sobre passivo de arrendamento	20.749	21.927
Ajustes de conversão de balanço de controlada no exterior	-	2.538
Ajuste IFRS16 de controlada "efeito COVID-19"	(12.364)	-
Juros de títulos e valores mobiliários	(2.233)	(6.303)
Variações nos ativos e passivos		
Contas a receber de clientes	613.289	700.962
Estoques	(344.769)	(256.810)
Tributos a recuperar	(20.911)	25.767
Outros ativos	(14.544)	(5.673)
Depósitos judiciais e outros	(1.621)	(1.244)
Fornecedores	(16.004)	(116.381)
Salários, provisões e contribuições sociais	6.310	(32.470)
Imposto de renda e contribuição social	3.974	42.779
Outros Impostos e Contribuições	(130.571)	(152.250)
Obrigações com administradoras de cartões	8.338	(201.983)
Receitas Diferidas	-	229
Outros passivos	(15.418)	(62.637)
Caixa gerado pelas atividades operacionais	(192.209)	15.374
Pagamento de juros	(508)	(21.730)
Provisão para riscos trabalhistas, civis e obrigações fiscais pagos	-	(96)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(7.170)	(131.336)
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	(199.887)	(137.788)
Fluxos de caixa das atividades de investimentos		
Títulos disponíveis para venda	-	(130.000)
Resgate de títulos e valores mobiliários	53.956	-
Adição a propriedade para investimento	(4.671)	-
Adição ao imobilizado	(37.209)	(33.367)
Adição ao intangível	(63.693)	(52.531)
Recebimento pela venda de imobilizado	594	324
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(51.023)	(215.574)
Fluxos de caixa das atividades de financiamento		
Juros sobre capital próprio pagos	-	(38)
Imposto de renda do juros sobre capital próprio pagos	-	(32.718)
Captação de empréstimos e financiamento	51.187	214.778
Amortização de empréstimos e financiamento	(280.167)	(109.831)
Amortização de Debêntures	(16.132)	-
Amortização do CRI	(21.124)	(17.272)
Amortização do arrendamento mercantil	(55.039)	(64.675)
Pagamento de Empréstimos com partes relacionadas	-	(1)
Caixa líquido aplicado nas atividades de financiamento	(321.274)	(9.758)
Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa, líquidos	(572.184)	(363.120)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	2.921.946	943.009
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	2.349.763	579.889

Balanço Patrimonial Consolidado

Ativo (R\$ Mil)	31/03/2021	31/12/2020	31/03/2020
Ativo Circulante	8.169.907	8.701.057	6.858.815
Disponibilidades	2.754.241	3.378.307	1.342.528
Contas a Receber de Clientes	1.415.983	1.763.474	1.680.570
Contas a Receber de Clientes Bandeira	2.013.679	1.974.579	1.976.585
Estoques	1.394.015	1.042.909	1.300.724
Impostos Diferidos ou a Recuperar	378.692	343.034	450.798
Outros créditos	213.297	198.753	107.611
Ativo não Circulante	5.181.735	5.125.536	5.101.419
Impostos Diferidos ou a Recuperar	1.805.691	1.758.724	1.695.848
Depósitos Judiciais e Outros	141.515	139.894	139.884
Ativos não circulantes mantidos para venda	-	-	33.699
Investimentos	169.263	166.063	170.237
Imobilizado	1.614.876	1.639.224	1.754.213
Direito de uso	922.186	937.925	973.519
Intangível	528.204	483.706	334.020
Ativo Total	13.351.642	13.826.592	11.960.234
Passivo (R\$ Mil)	31/03/2021	31/12/2020	31/03/2020
Passivo Circulante	4.718.243	5.080.495	4.047.416
Fornecedores	1.017.630	1.033.635	515.533
Empréstimos e Financiamentos	1.046.241	1.247.287	897.366
Debêntures	16.465	11.160	220.982
Empréstimos CRI - Certif Receb Imobiliários	22.290	43.485	39.124
Passivo de arrendamento	272.519	270.620	258.772
Dividendos e JCP a Pagar	177.113	177.113	258.057
Salários, Provisões e Contribuições Sociais	181.502	175.192	239.486
Impostos, Taxas e Contribuições	52.674	183.422	88.990
Obrigações com administradoras de cartões	1.678.527	1.670.189	1.325.221
Demais Contas a Pagar	253.282	268.394	203.886
Passivo não Circulante	3.706.028	3.718.754	2.728.588
Empréstimos e Financiamentos	692.136	700.194	545.761
Debêntures	2.087.572	2.083.170	1.199.210
Empréstimos CRI - Certif Receb Imobiliários	-	-	22.234
Passivo de arrendamento	723.387	734.020	764.324
Provisões para passivos eventuais	199.451	197.582	192.438
Empréstimos com partes relacionadas	-	-	643
Outros	3.483	3.788	3.976
Patrimônio Líquido	4.927.371	5.027.343	5.184.231
Capital Social Realizado	3.100.000	3.100.000	3.100.000
(-) Ações em tesouraria	(20)	(20)	(20)
Instrumentos patrimoniais outorgados	29.005	23.900	4.766
Ajustes conversão de balanço de controlada no Exterior	-	-	2.538
Reservas de Lucro	1.684.203	1.788.034	1.944.370
Ajuste de Avaliação Patrimonial	114.184	115.429	132.577
Passivo Total	13.351.642	13.826.592	11.960.234



RIACHUELO

VIVA SUA MODA

PARA MAIS INFORMAÇÕES, CONTATE:

*

Tulio Queiroz

CFO e Diretor de Relações com Investidores
tulioj@riachuelo.com.br

*

Fernando Rocha

Gerente de Relações com Investidores
fernandokr@riachuelo.com.br