



A Teleconferência será realizada  
somente em português.

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

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

RESULTADOS \* **IT21**

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.



# AGENDA DO CALL

1. ABERTURA
2. TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
3. CAMPANHAS/MARKETPLACE/NPS
4. VISÃO FINANCEIRA
5. Q&A COM ANALISTAS

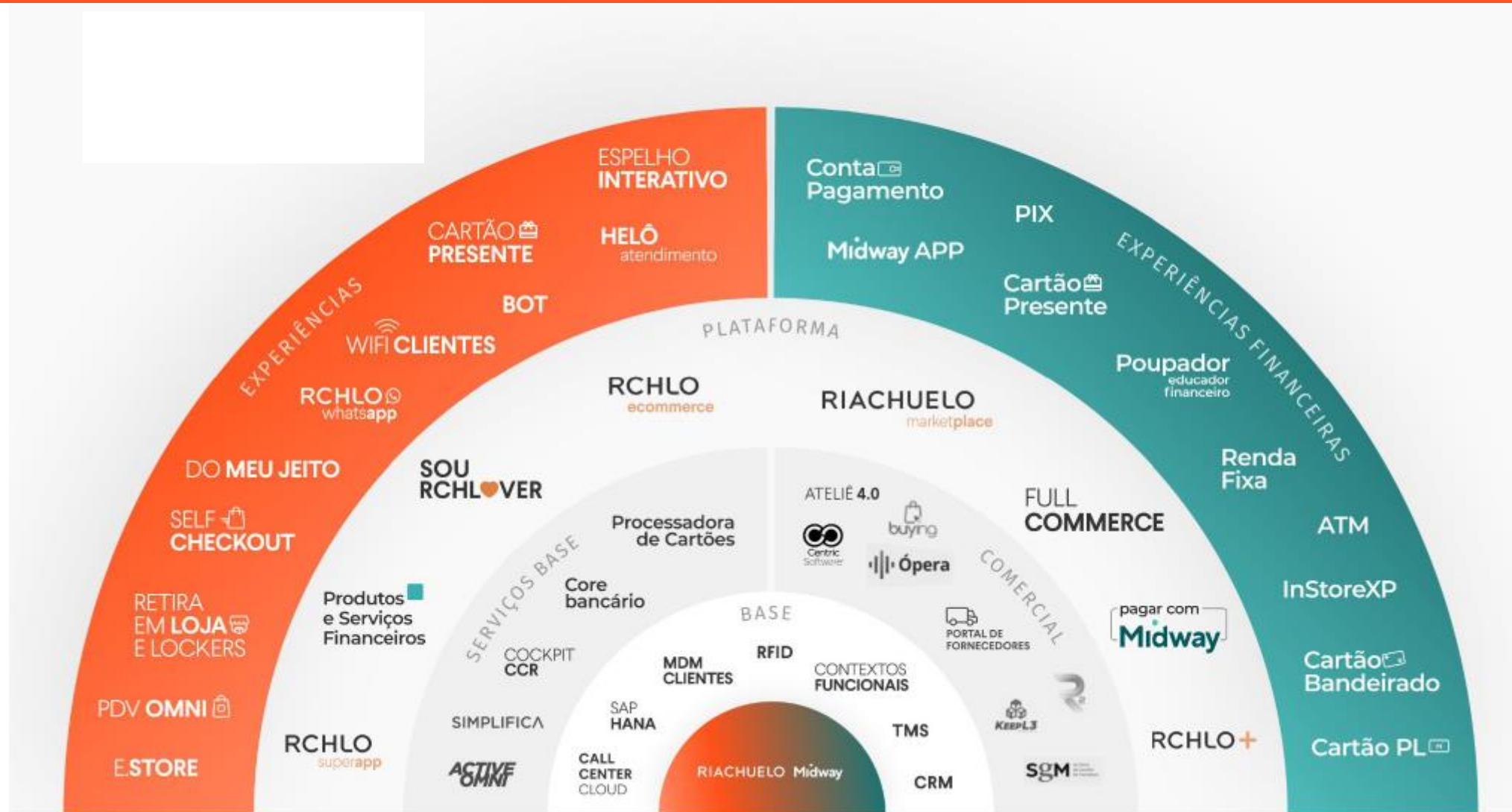
transformação

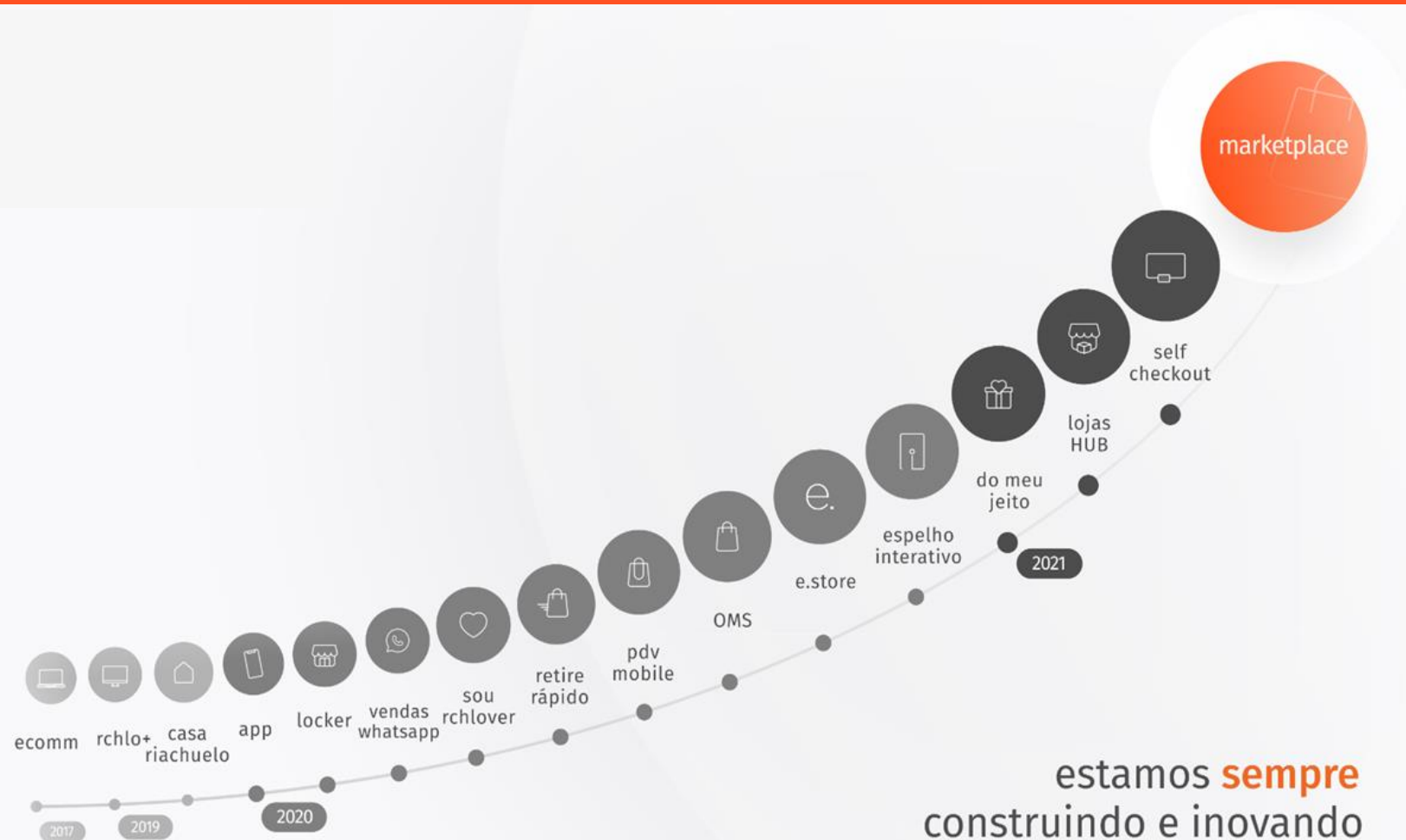


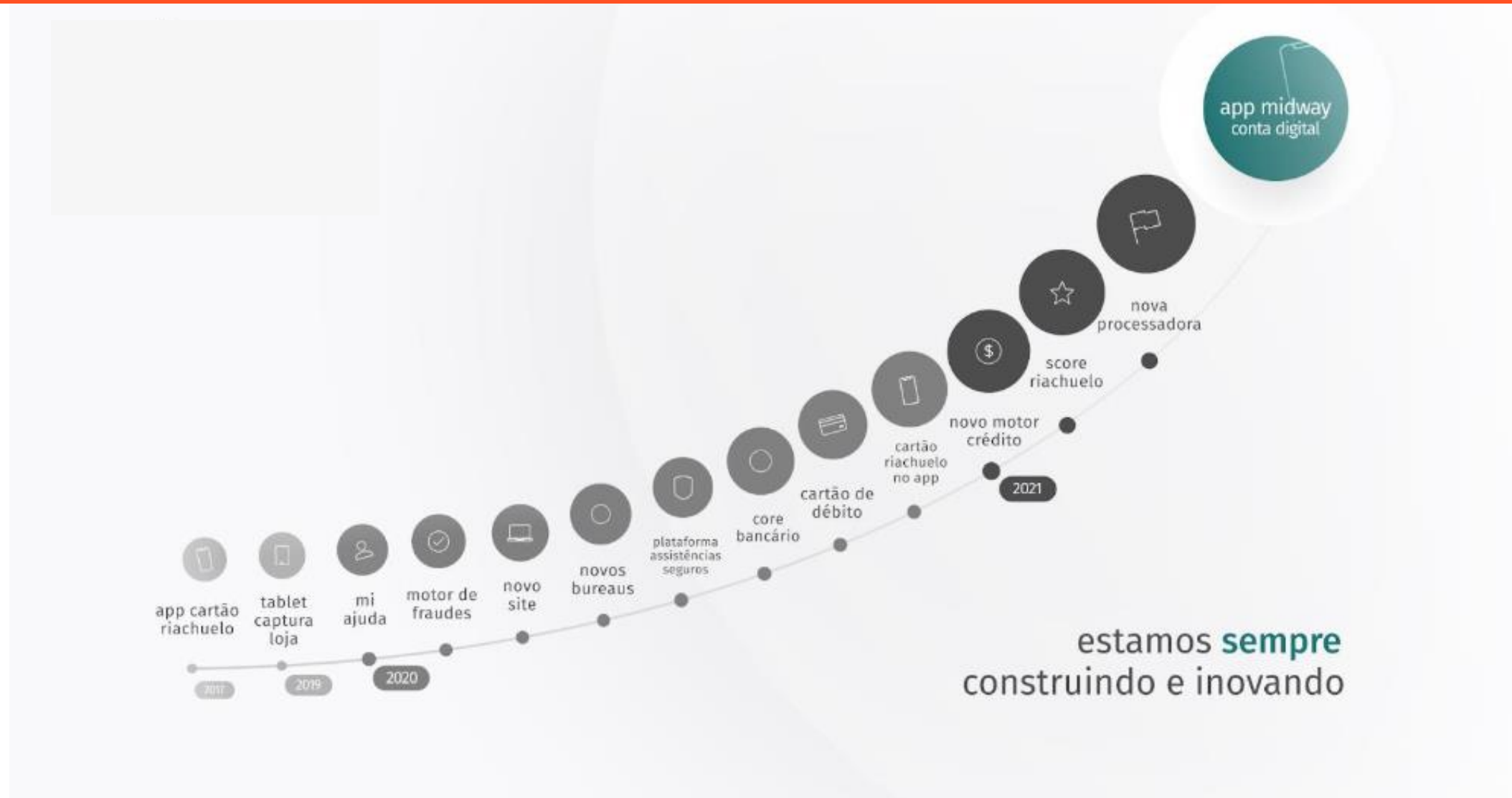
Diretor: Carlos Alves

# DIGITAL









Diretor: Elio França

- **Campanhas**
- **Marketplace**
- **NPS**



## NOVO POSICIONAMENTO DE MARCA

A moda agora não é mais sobre algo inacessível. A consumidora deseja se ver representada. Não é mais sobre um grupo de pessoas decidindo o que o mundo vai usar. É sobre como as pessoas interpretam as informações de moda à sua realidade e cultura.

A nova campanha **Riachuelo começou a seguir @você** provoca a inversão dos códigos da moda, em que a Riachuelo passa a seguir e se inspirar nas pessoas, no que elas se interessam, usam e conversam.

A Riachuelo empodera e passa a estar mais próxima das conversas e a se inspirar nos seus clientes de forma mais conectada.

euiliana  
ana  
hortência  
maria  
lucia  
roberta  
gabriel  
edipe  
sepin  
elis  
bianca  
Ri@CHUELO

#tesigosomando



# ALTA EXPOSIÇÃO DA MENSAGEM

# RIACHUELO

## DIGITAL & OFFLINE

- + **549MM** de impressões
- + **112MM** de pessoas alcançadas em mídia paga
- + **105MM** de visualizações completas
- + **10.5MM** de cliques
- + **75MM** impactos na imprensa
- + **109MM** impactos redes sociais
- + **16.6MM** de sessões no site (5x a mais vs 2020)
- + **1MM** interações orgânicas no Instagram com 7.5MM de seguidores (líder com 45% participação de interações entre principais players)
- Top #1 e #2** posição no ranking das mais tocadas na categoria Pop nas principais rádios nacionais
- 13% lift** nos atributos de imagem de marca

Período: 05/Mar até 15/Abr

\*Fonte: Dados de usuários únicos (alcance) extraídos via Comscore, sessões no site Google Analytics, impactos redes sociais Metwater, imprensa via Clipping Service, interações redes sociais Social Bakers (principais players: Riachuelo, Renner, C&A e Marisa). Lift atributos imagem Ipsos.



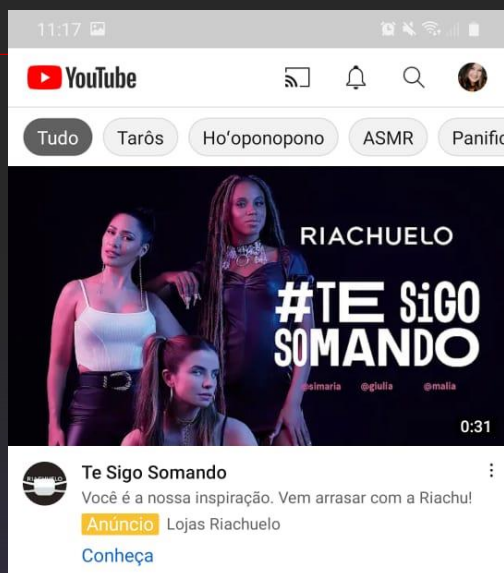
# ALTA EXPOSIÇÃO DA MENSAGEM

# RIACHUELO

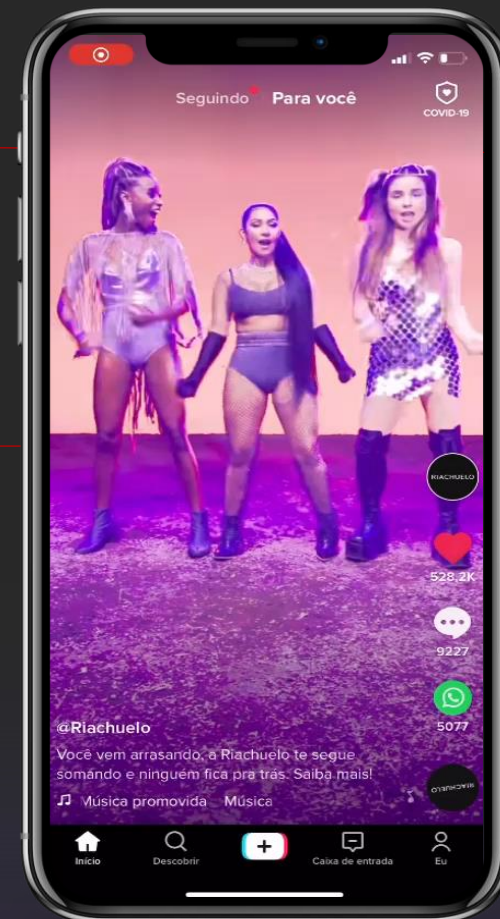


Na diária de Spotify, mais **1,2 MM** de áudios ouvidos completos

Masthead  
com **18 MM**  
de views  
completos



Grande destaque para **TIKTOK** que além da alta exposição, trouxe **pico de sessões** no site, mais de **650k** em um único dia



# ALTA EXPOSIÇÃO DA MENSAGEM

## TIKTOK

#AiAiAiChallenge – 27/04 a 02/05

PRIMEIRA MARCA DE VAREJO E DE MODA A FAZER A AÇÃO NO BRASIL

+ **2.2 Bi** de views até o dia 11/05

+ **12 MM** de comentários nos vídeos

+ **8 MM** de shares

+ **1 MM** de vídeos criados (22% maior que a média)

+ **7x** mais seguidores no perfil orgânico

Taxa de Engajamento da página em 13,3%






























# RIACHUELO





RIACHUELO  marketplace



Multicategorias	Moda Feminina	Moda Masculina	Moda Infantil	Moda Esportiva
  	     		 	  
Ligerie	Moda Praia	Beleza	Calçados	Moda Acessórios
 		 	     	  

Adegas

TodoVino

UD e Cozinha

MaisBarato.net

Decor

FOM

Brinquedos e  
Puericultura

RIHAPPY

GO  
GROW

ESTRELA

GIROTONDO

Eletrônicos

MULTILASER

PHILIPS

Philco

Eletrodomésticos

MALLORY

BRITANIA

COOK  
ELETRO RARO

Moveis

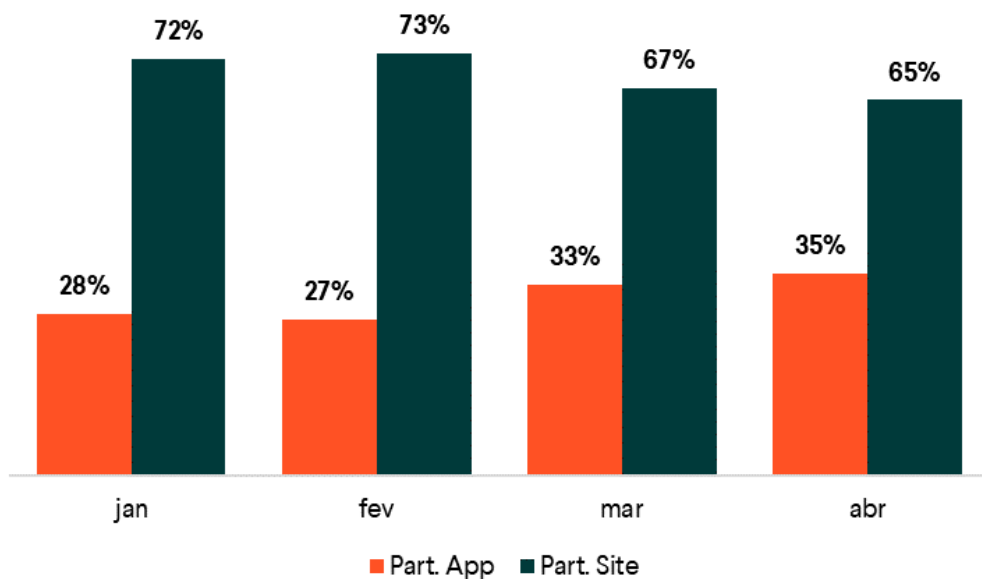
Ébba  
móveis

Pet

PET LUNI



## Geração dos Pedidos



**2.3 MM**

Clientes Ativos  
12M



**204,2%**

Crescimento  
12M



**326,4 Mil**

Novos Clientes  
1T21

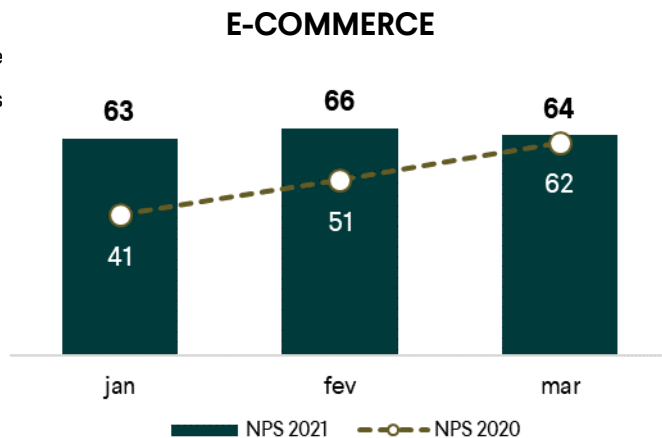


**111,8%**

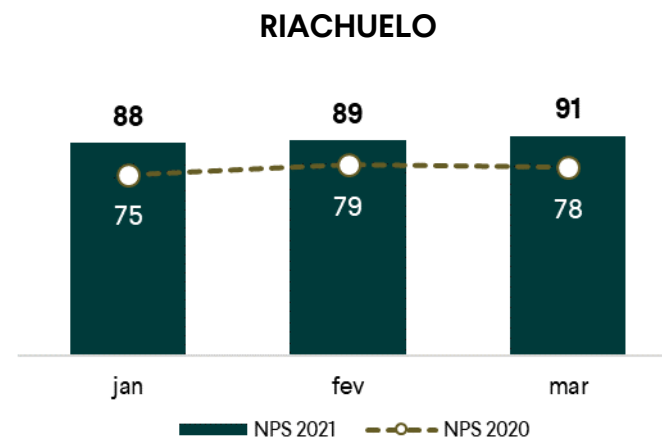
Crescimento  
1T21



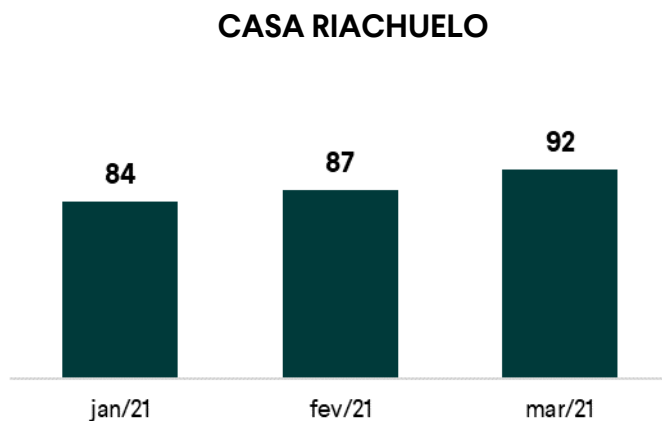
- NPS: Zona de Qualidade nos canais digitais.



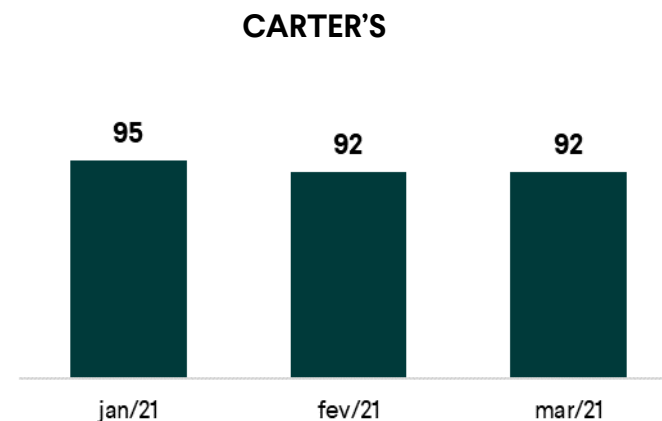
- NPS: Zona de Alta performance no canal físico



- NPS: Zona de Alta performance no canal físico



- NPS: Zona de Alta performance no canal físico





Diretor: Tulio Queiroz

# visão **FINANCEIRA**

# DESTAQUES FINANCEIROS

1T21

**+253,5%**

VENDAS CANAIS  
DIGITAIS

**13,3%**

PARTICIPAÇÃO  
DIGITAL NA VENDA  
TOTAL 1T21

**-16,6%**

VENDA EM MESMAS LOJAS

**49,8%**

Expansão de 1.4 p.p.

MARGEM BRUTA DE  
MERCADORIAS

**+7,3%**

DESPESAS  
OPERACIONAIS

**R\$33,5 MM**

EBITDA AJUSTADO

**R\$ 110,2 MM**

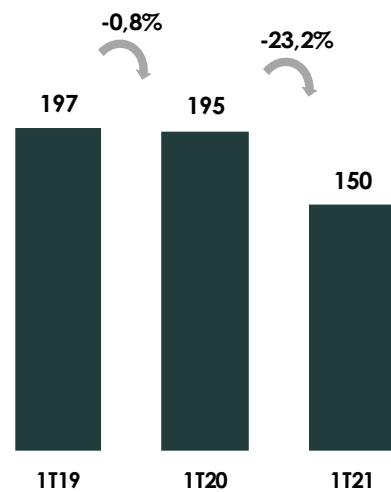
+ 64,3%

RESULTADO OPERAÇÃO  
FINANCEIRA

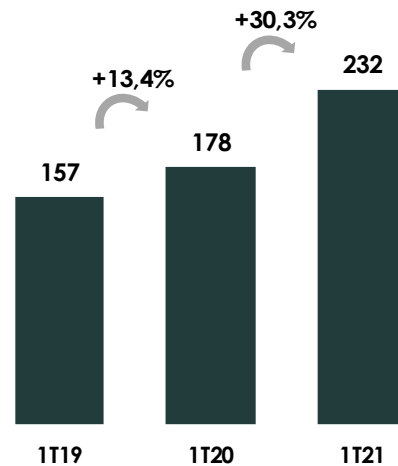
**150 DIAS**

CICLO FINANCEIRO

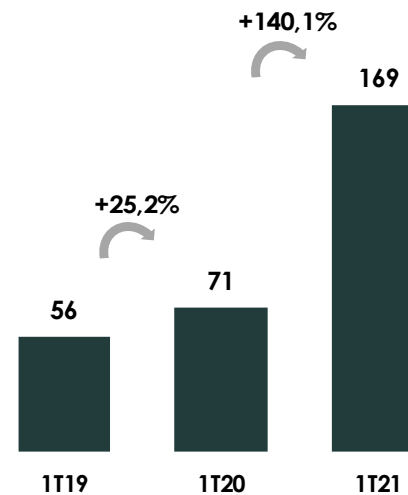
### Ciclo Financeiro



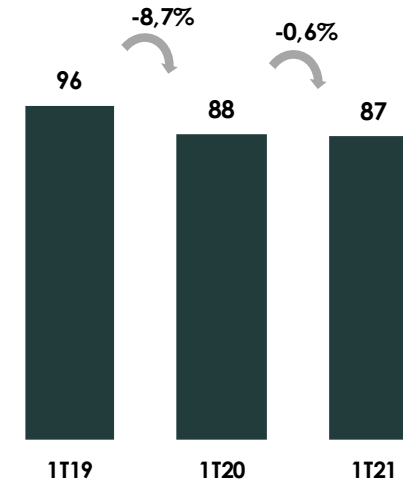
### Estoque



### Fornecedores



### Recebíveis





# INVESTIMENTOS 1T21

Total Grupo R\$100,9 milhões

65,5%

TI

19,0%

Loja Novas

5,1%

Fábrica

3,4%

Projetos

3,4%

Outros

2,2%

Remodelações

1,8%

Centro de  
Distribuição

0,5%

Manutenção

# Q&A

# Q&A

RIACHUELO

**VIVA  
SUA  
MODA**



PARA MAIS INFORMAÇÕES:

**Tulio Queiroz**

Diretor de Relações com Investidores

[tulioj@riachuelo.com.br](mailto:tulioj@riachuelo.com.br)

**Fernando Rocha**

Gerente de Relações com Investidores

[fernandokr@riachuelo.com.br](mailto:fernandokr@riachuelo.com.br)