



LOJAS RENNER S.A.

RENNER CMICADO youcom realize ASHUA repassa

**Resultados
1T26**

Lojas Renner S.A. inicia o ano com **margem bruta, lucro líquido e geração de caixa recordes** para um primeiro trimestre



Receita de varejo cresceu **4,3%**, com SSS de **3,2%** e vestuário avançou **5,1%**, com SSS de **3,7%**



Lucro bruto cresceu **7,4%** com margem bruta de varejo **recorde** para um primeiro trimestre, atingindo **56,7% (+1,6p.p.)** e vestuário **58,0% (+1,9p.p.)**



EBITDA Varejo de **R\$ 488 MM (+24%)**, com margem de **17,0%**



Realize com resultado de **R\$ 123 MM** e risco da carteira adequado



GMV digital cresceu **7,4%**, alcançando participação de **16,6%**



Venda por m² LTM de **R\$ 17,2 mil**, alta de **6,3%**



Mais um trimestre de evolução no ROIC¹ LTM, que atingiu **15,2% (+1,9 p.p.)**, acima do custo de capital



Geração recorde de **R\$ 258 MM** de fluxo de caixa livre, posição robusta de caixa de **R\$ 1,9 bi** e caixa líquido de **R\$ 1,5 bi**



Ciclo financeiro de 105 dias, com **redução de 8 dias** versus o 1T25



Lucro líquido recorde para um primeiro trimestre, de **R\$ 257 MM (+16%)**, e lucro por ação de **R\$ 0,2621 (+24%)**



Recompra de **6,6 MM** de ações, totalizando **R\$ 100 MM** e JCP de **R\$ 217 MM**



Lojas Renner S.A. é destaque em índices de sustentabilidade **ISE B3** e no **Dow Jones Best in Class**

¹Retorno Sobre Capital Investido, calculado conforme a fórmula $NOPAT/Capital\ Investido$, onde a) NOPAT: lucro operacional menos impostos e b) Capital Investido: capital total médio alocado, considerando a soma de capital próprio e de terceiros.

Mensagem do CEO

Iniciamos o ano com resultados alinhados ao nosso plano estratégico e que reforçam a consistência da execução de um modelo com potencial de crescer com rentabilidade. Mesmo diante de um ambiente de consumo desafiador e de uma base de comparação mais alta, combinamos **avanço de receita de 4,3%** (5,1% em vestuário) com **margem bruta recorde** para um primeiro trimestre (+1,6 p.p.), o que resultou em crescimento de **7,4%** do lucro bruto, de **24% do EBITDA de varejo** (+2,7p.p. na margem) e em geração de caixa recorde para o período, de R\$ 258 milhões. Esses resultados refletem a captura gradual dos investimentos realizados e nos dão confiança na nossa capacidade de cumprir os compromissos estabelecidos para o ciclo 2026-2030.

Como comentado na última *call* de resultados, nosso desempenho de vendas no trimestre foi impactado pelo fator não recorrente de indisponibilidade temporária de itens do canal digital decorrente da transferência planejada de estoques antigos do CD do RJ para o CD de SP. O efeito estimado no 1T26 foi de 1,0 p.p. nas vendas totais do varejo. Essa etapa foi concluída ao final de fevereiro com a normalização da disponibilidade dos estoques para o canal digital. A centralização dos estoques em um único CD viabiliza ganhos de eficiência operacional, melhora a experiência do cliente e, consequentemente contribui para maiores níveis de conversão. Mesmo com a indisponibilidade pontual de itens mais antigos, o canal digital manteve trajetória positiva de crescimento com eficiência.

Seguimos fortalecendo nossas marcas e engajamento com nossos clientes. Ao longo do trimestre tivemos o evento de lançamento da coleção de Outono-Inverno da Renner que foi um marco relevante para o fortalecimento da marca e impulsionou o fluxo para as lojas físicas e canais digitais. Também avançamos em nossa proposta omnicanal com soluções baseadas em IA incluindo vídeos para o e-commerce, provador virtual de beleza, e maior visibilidade de estoque das lojas via app e site, fortalecendo tráfego, vendas e a integração entre os canais.

Todos os nossos negócios evoluíram ao longo do período. As vendas da **Youcom** e da **Camicado** cresceram **14,4%** e **2,2%**, respectivamente, com margens saudáveis. A **Realize** alcançou resultado de **R\$ 123 milhões**, estável comparado com o mesmo período do ano anterior e seguiu com risco da carteira de crédito adequado ao ambiente atual. Também avançamos na agenda de inovação da Realize e iniciamos o piloto da nova processadora de cartões, com implementação prevista para o segundo semestre deste ano.

Os avanços estruturais em nosso modelo operacional dos negócios de Moda e Lifestyle, incluindo maior reatividade da cadeia de suprimentos e a melhoria na gestão de estoques com maior participação de vendas a preço cheio, resultaram na **expansão de 1,6 p.p.** na margem bruta de varejo, que atingiu **56,7%** (58,0% em vestuário com expansão de **1,9 p.p.**), nível recorde para um primeiro trimestre.

Neste trimestre, as despesas cresceram mais do que as receitas, impactadas por eventos pontuais que afetaram a comparabilidade com o ano anterior. As despesas de G&A cresceram em ritmo inferior ao crescimento da receita, evidenciando nosso compromisso com a gestão de despesas. Avançamos nas etapas do projeto de ganhos de eficiência, que será implementado a partir do segundo semestre e contribuirá para a diluição das despesas, conforme previsto em nosso plano estratégico.

Atingimos um **EBITDA de varejo de R\$ 488 milhões**, com expansão de **2,7 p.p. na margem**, refletindo a melhora da rentabilidade do negócio. O **lucro líquido alcançou R\$ 257 milhões**, crescimento de **16,4%** e recorde para um primeiro trimestre, acompanhado de aumento de **24% no lucro por ação**. Além da **geração de caixa recorde** para um primeiro trimestre, mantivemos uma evolução sequencial do ROIC LTM, que atingiu 15,2% (+1,9 p.p.). Nossa posição de caixa robusta, o que nos assegura flexibilidade para seguir investindo de forma disciplinada no crescimento do negócio e na distribuição de lucros. Recompramos 6,6 milhões de ações, representando 9% do programa e distribuímos R\$ 217,4 milhões em JCP.

Iniciamos 2026 confiantes no modelo de negócio e em nossa capacidade de atingir o *guidance* divulgado no Investor Day de 2025, tanto para esse ano quanto para os demais dessa jornada. Os resultados no trimestre, especialmente a expansão de margens, da rentabilidade e de geração de caixa, reforçam a solidez da estratégia e a consistência da nossa execução. Seguimos focados em capturar todo o potencial da Companhia, por meio do crescimento sustentado, e aumento da eficiência e geração de valor para os acionistas.

Fabio Faccio – CEO

¹Retorno Sobre Capital Investido, calculado conforme a fórmula *NOPAT/Capital Investido*, onde a) NOPAT: lucro operacional menos impostos e b) Capital Investido: capital total médio alocado, considerando a soma de capital próprio e de terceiros.

Principais Indicadores Financeiros

7 de maio de 2026 - A Lojas Renner S.A. (B3: LREN3), anuncia seus resultados do 1T26. Todos os valores são expressos em milhões de Reais e as comparações são feitas com o mesmo período do ano anterior, exceto quando indicado de outra forma.

R\$ milhões	1T26	1T25	Δ
Receita Líquida de varejo	2.875,9	2.756,8	4,3%
Vendas em mesmas lojas - varejo	3,2%	10,8%	NA
Receita Líquida de vestuário	2.564,8	2.440,9	5,1%
Vendas em mesmas lojas - vestuário	3,7%	12,2%	n.a
GMV digital (1P + 3P)	627,1	583,8	7,4%
Penetração do GMV Digital	16,6%	16,1%	0,5p.p.
Margem bruta de varejo	56,7%	55,1%	1,6p.p.
Margem bruta de vestuário	58,0%	56,1%	1,9p.p.
Despesas operacionais (pós IFRS 16)	(1.214,3)	(1.143,6)	6,2%
% Receita liq. de varejo	-42,2%	-41,5%	0,7p.p.
Despesas operacionais (ex IFRS 16)	(1.387,9)	(1.309,8)	6,0%
% Receita liq. de varejo	-48,3%	-47,6%	0,7p.p.
EBITDA de varejo	487,5	394,7	23,5%
Margem EBITDA de varejo	17,0%	14,3%	2,7p.p.
Resultado de serviços financeiros	122,9	125,5	-2,0%
EBITDA Total Ajustado	610,5	585,1	4,3%
Margem EBITDA total	21,2%	21,2%	0,0p.p.
Fluxo de caixa livre	258,0	70,9	263,7%
Lucro líquido	257,3	221,0	16,4%
Margem Líquida	8,9%	8,0%	0,9p.p.
Lucro por ação (R\$)	0,2621	0,2123	23,5%
ROIC ¹ LTM	15,2%	13,3%	1,9p.p.

¹Retorno Sobre Capital Investido, calculado conforme a fórmula $NOPAT/Capital\ Investido$, onde a) NOPAT: lucro operacional menos impostos e b) Capital Investido: capital total médio alocado, considerando a soma de capital próprio e de terceiros.

Vídeoconferência de Resultados

8 de maio de 2026
10h BRT / 9h US-EDT



Webinar com transmissão ao vivo e com tradução simultânea para o inglês. Para se inscrever, clique em:

https://us06web.zoom.us/webinar/register/WN_eksfy5l3SY2KXqK1E9hnFw

LREN3

Fechamento em 30/04/2026

- Cotação
R\$ 13,60/ação
- Valor de mercado
R\$ 13,3 bilhões
- Ações em circulação
976,3 milhões



Desempenho
Varejo

Receita Líquida de Varejo

R\$ milhões	1T26	1T25	Δ
Receita líquida de varejo	2.875,9	2.756,8	4,3%
Renner	2.623,5	2.522,5	4,0%
Youcom	121,7	106,4	14,4%
Camicado	130,7	127,9	2,2%
Vendas em mesmas lojas	3,2%	10,8%	n.a
Receita líquida de vestuário	2.564,8	2.440,9	5,1%
Vendas em mesmas lojas - vestuário	3,7%	12,2%	n.a
Dados operacionais			
GMV Digital (1P + 3P)	627,1	583,8	7,4%
Participação do digital	16,6%	16,1%	0,5p.p.
Receita líquida do varejo/m ² (R\$ mil)	3,5	3,4	2,2%
Ticket médio total (R\$)	202,0	193,5	4,4%
Ticket médio dos cartões próprios (R\$)	281,2	266,7	5,4%
Área de vendas média (mil m ²)	821,3	804,3	2,1%

Nota: a receita líquida do segmento de varejo inclui a receita das vendas de mercadorias (categorias de vestuário, calçados, beleza, casa e decoração), bem como a receita dos serviços relacionados às operações de marketplace. Para fins de melhor análise, a receita das operações de Ashua e Repassa é apresentada junto à operação da Renner.

Consolidado

A receita líquida consolidada de varejo atingiu **R\$ 2.875,9 milhões**, crescimento de **4,3%** em relação a alta de 12,0% do 1T25. No conceito de vendas em mesmas lojas (SSS), o crescimento foi de **3,2%**. Na categoria de vestuário, a receita líquida e o SSS cresceram **5,1%** e **3,7%**, respectivamente. Já a receita de varejo por m² - uma das principais alavancas de crescimento e produtividade da Companhia - avançou **2,2%** no trimestre.

A Companhia mantém o *guidance* anual de expansão da receita líquida entre 9% e 13% para o período de 2026 a 2030. Essa trajetória combina expansão disciplinada para novas cidades, aumento da penetração do digital e ganhos contínuos de produtividade omnicanal.

Renner

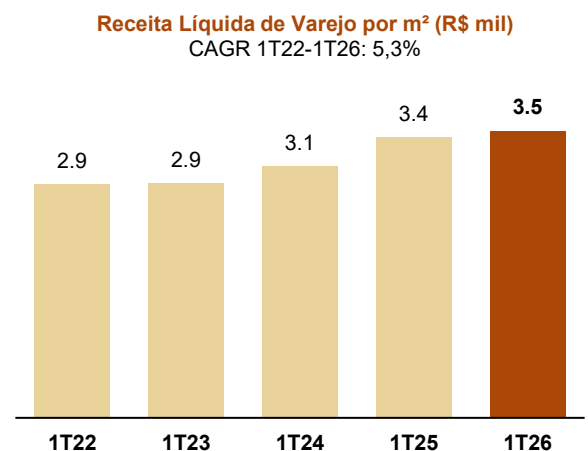
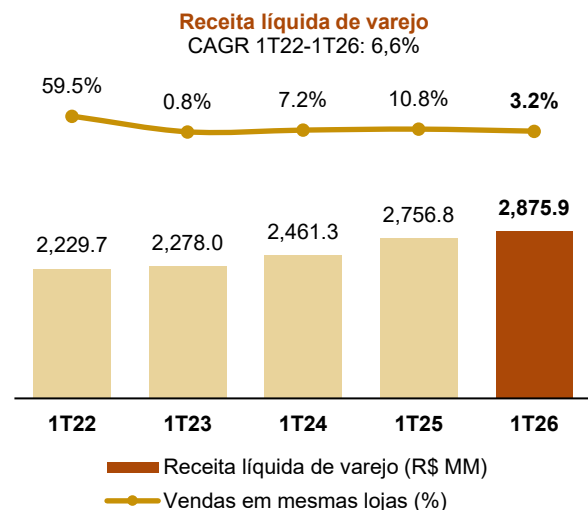
A marca Renner registrou receita operacional líquida de **R\$ 2.623,5 milhões**, crescimento de **4,0%** versus o 1T25. Vale destacar que o 1T26 enfrentou uma base de comparação mais desafiadora, dado que a receita do 1T25 cresceu 12,0%.

O desempenho de vendas no período foi impactado por fatores não recorrentes, principalmente pela indisponibilidade temporária de itens no canal digital. Conforme mencionado na videoconferência de resultados do 4T25, a Companhia efetuou, entre janeiro e fevereiro de 2026, a transferência planejada de estoques do CD RJ para o CD SP, o que afetou temporariamente a disponibilidade de produtos mais antigos no canal online, com impacto estimado de 1,0 p.p. nas vendas totais do varejo. Este processo foi concluído ao final de fevereiro.

Por mais um trimestre, a Companhia registrou aumento no ticket médio, impulsionado principalmente por um mix de produtos mais novos. Houve também aumento no número de transações e na taxa de conversão, que compensaram o menor fluxo.

A Companhia vem operando com mais eficiência, reduzindo de forma consistente os estoques mais antigos e a necessidade de promoções. A execução das coleções de transição evoluiu, mas ainda há oportunidades a serem capturadas.

Em março, a Renner realizou um evento de lançamento da coleção Outono-Inverno, conectando, em uma única experiência, criação, conteúdo e influência. O resultado foi a ampliação do alcance, engajamento e reforço do novo posicionamento da marca "Ouse ser você", consolidando a Renner como referência em moda. Destaque também para a performance da categoria Athleisure, que registrou mais um trimestre de crescimento de dois dígitos e para a evolução da marca própria Alchemia, que segue ganhando participação na categoria Beleza.



Digital

Conversão
+14%
vs 1T25

195MM
visitas no 1T26

O GMV Digital cresceu de **7,4%** no trimestre, com participação de **16,6%** e rentabilidade superior em relação ao 1T25.

A transferência planejada de estoques do CD RJ para o CD SP afetou temporariamente a disponibilidade de produtos mais antigos no canal online em janeiro e fevereiro, com normalização ao final de fevereiro. A conclusão desse processo é estruturalmente positiva, ao permitir a centralização dos estoques, ganhos de eficiência operacional e redução de *lead times*, permitindo uma melhor experiência na jornada do cliente.

A Companhia evoluiu sua proposta omnicanal com soluções baseadas em IA. Destacaram-se o lançamento do provador virtual de beleza, a produção de vídeos para o e-commerce e a nova experiência de busca por imagem e por produtos similares na web, tornando a navegação mais intuitiva, reduzindo fricções e contribuindo para maior engajamento e conversão.

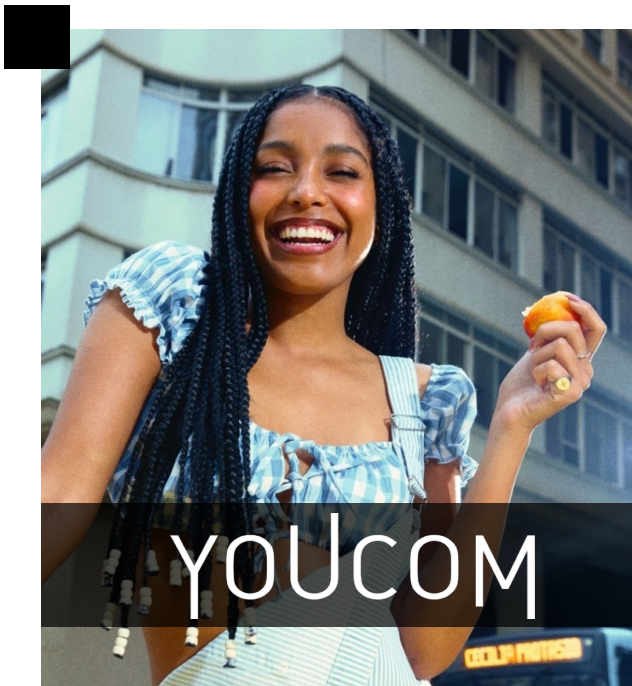
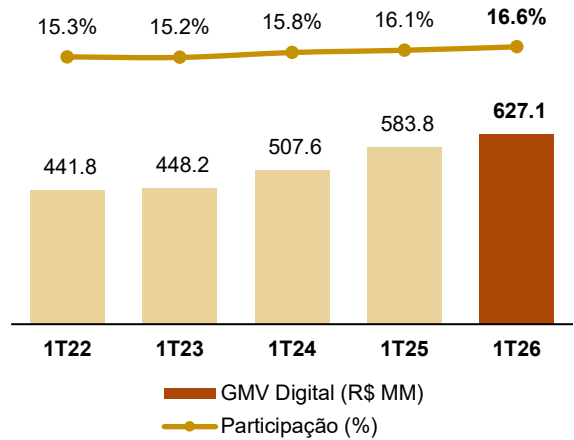
O app Renner manteve sua liderança entre os players nacionais de moda, encerrando o período com 7,2 milhões de usuários ativos mensais (MAU), crescimento de 7% em relação ao 1T25, sustentado pelo elevado engajamento da base. A Companhia também consolidou a liderança como o site e app de moda com maior volume de visitas, refletindo a força da marca e a eficiência das estratégias de marketing digital.

Negócios especializados

A Camicado alcançou receita líquida de **R\$ 130,7 milhões**, um crescimento de **2,2%**. O desempenho refletiu um ambiente de consumo mais moderado, parcialmente compensado por uma execução comercial consistente. Destaque para a reabertura da loja do Shopping Morumbi-SP, em março, com um novo conceito que reforça o posicionamento da marca, trazendo uma melhor experiência aos clientes. A unidade é uma das mais representativas dentro do portfólio da marca.

A Youcom registrou receita líquida de **R\$ 121,7 milhões**, com crescimento de **14,4%** no trimestre. Este resultado refletiu a boa aceitação da coleção, aliada a uma gestão de estoques adequada e ao crescimento da área de vendas de 17,2% dado o plano de expansão em andamento.

GMV Digital
CAGR 1T22-1T26: 9,1%



Lucro Bruto e Margem de Varejo

R\$ milhões	1T26	1T25	Δ
Lucro bruto de varejo	1.630,0	1.517,9	7,4%
Margem bruta de varejo	56,7%	55,1%	1,6p.p.
Renner	56,5%	54,8%	1,7p.p.
Youcom	61,2%	59,8%	1,4p.p.
Camicado	55,6%	55,4%	0,2p.p.
Lucro bruto de vestuário	1.486,8	1.368,6	8,6%
Margem bruta de vestuário	58,0%	56,1%	1,9p.p.

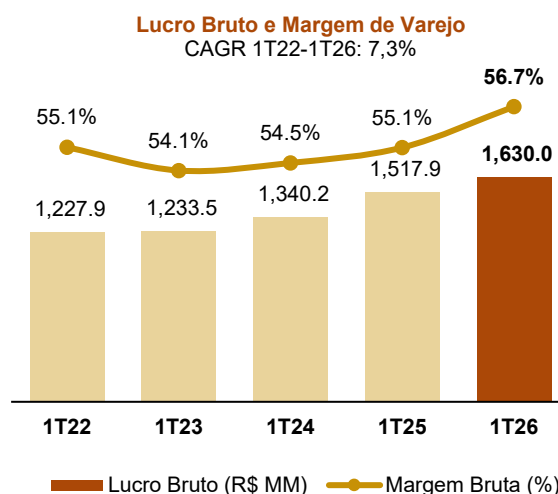
Nota: o lucro bruto do segmento de varejo inclui o custo das vendas de mercadorias (categorias de vestuário, calçados, beleza, casa e decoração). Para fins de melhor análise, o custo das operações de Ashua e Repassa é apresentado junto à operação da Renner.

Consolidado

O lucro bruto consolidado de varejo totalizou **R\$ 1.630,0 milhões**, alta de **7,4%** na comparação anual. A margem bruta consolidada do varejo avançou **1,6 p.p.**, atingindo **56,7%**, e a de vestuário evoluiu **1,9 p.p.**, alcançando **58,0%**, níveis recordes para um primeiro trimestre. A expansão da margem foi impulsionada principalmente pelo desempenho comercial, destacando-se a maior participação de vendas a preço cheio, aliada a uma gestão de inventário mais eficiente, menores níveis de remarcações e ganhos decorrentes de maior reatividade da cadeia de suprimentos e alocação mais precisa.

A centralização das operações no CD SP implicou a perda do benefício fiscal associado ao CD RJ, efeito mais do que compensado pelos ganhos operacionais. Na etapa final do processo, houve menor disponibilidade de itens mais antigos no canal online (já mencionada), com impacto estimado positivo de 0,3 p.p. na margem.

A Companhia encerrou o trimestre com redução de 1,1% no saldo dos estoques versus o 1T25, principalmente em razão da menor participação de itens antigos acima de 16 semanas que reduziram 15%. O prazo médio de estoques (LTM) finalizou o período em 124 dias, redução de 3 dias versus o ano anterior.



Renner

A Renner apresentou margem bruta de **56,5%**, aumento de **1,7p.p.** versus o ano anterior. A maior participação de peças vendidas a preço cheio, combinada a evolução do modelo de abastecimento que traz mais precisão de alocação, resultaram em menores níveis de remarcação. Adicionalmente, a dinâmica de ajustes de preços foi em linha com inflação.

Negócios especializados

A Camicado apresentou margem bruta de **55,6%**, aumento de **0,2p.p.** versus o ano anterior, resultado da melhor composição de mix, com maior participação de itens de marca própria Home & Style, além de ajustes comerciais mais assertivos.

A Youcom, apresentou margem bruta de **61,2%**, aumento de **1,4p.p.** versus o ano anterior, sustentada por um mix de produtos ajustado e níveis de estoques adequados.

Despesas Operacionais de Varejo

R\$ MM	1T26		1T25		Δ	
Despesas operacionais (pós IFRS 16)	(1.214,3)	-42,2%	(1.143,6)	-41,5%	6,2%	0,7p.p.
Vendas	(810,5)	-28,2%	(757,3)	-27,5%	7,0%	0,7p.p.
Gerais e administrativas	(366,4)	-12,7%	(353,3)	-12,8%	3,7%	-0,1p.p.
PPR e ILP	(37,4)	-1,3%	(33,0)	-1,3%	13,3%	0,0p.p.
Despesas operacionais (ex IFRS 16)	(1.387,9)	-48,3%	(1.309,8)	-47,6%	6,0%	0,7p.p.
Vendas	(957,9)	-33,3%	(898,0)	-32,6%	6,7%	0,7p.p.
Gerais e administrativas	(392,6)	-13,7%	(378,8)	-13,7%	3,6%	0,0p.p.
PPR e ILP	(37,4)	-1,3%	(33,0)	-1,3%	13,3%	0,0p.p.

Nota 1: Despesas Operacionais do Varejo: Vendas e G&A (+) Programa de Participação nos Resultados e Incentivos de Longo Prazo (-) Depreciação e amortização.

Nota 2: Conforme divulgado no 4T25, a partir do 1T26, a Companhia passa a apresentar de forma complementar as despesas operacionais de varejo no conceito anterior à adoção do IFRS 16. Nesta visão, as contraprestações de arrendamento passarão a compor as despesas operacionais, nas contas de despesas com vendas e G&A.

Nota 3: Conforme divulgado no 4T25, a partir do 1T26, a Companhia passa a apresentar juntamente com a conta de despesas com o Programa de Participação nos Resultados (PPR), as despesas relacionadas ao plano de outorga de ações restritas e de performance.

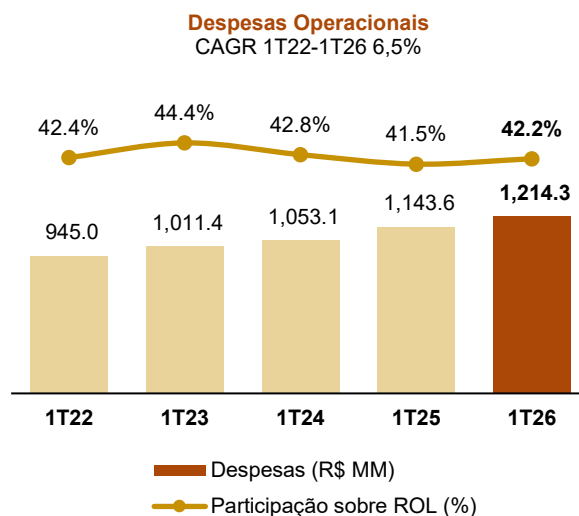
Nota 4: Contraprestação de arrendamento: R\$ (173,6) MM no 1T26; R\$ (166,2) MM no 1T25.

As despesas operacionais totalizaram **R\$ 1.214,3 milhões**, registrando crescimento de **6,2%**. Na visão ex IFRS 16, que inclui os pagamentos de arrendamento, as despesas operacionais atingiram **R\$ 1.387,9 milhões**, aumento de **6,0%**. Destaca-se que as despesas de G&A cresceram abaixo do ritmo das receitas, enquanto a Companhia segue avançando na implementação das iniciativas de eficiência. As despesas operacionais cresceram acima da receita, sobretudo devido a menores volumes de vendas e a efeitos não recorrentes/comparáveis, conforme detalhado a seguir:

- aumento de despesas de Vendas, não recorrente, em razão de rescisões trabalhistas decorrentes da desmobilização do CD do RJ, no montante aproximado de R\$ 5 milhões.
- aumento de despesas de G&A, não recorrente, em razão de processo trabalhista coletivo no CD do RJ no montante aproximado de R\$ 6 milhões
- aumento da despesa de pessoal em R\$ 9 milhões em razão da revisão de plano médico no 3T25, majoritariamente em Vendas. Esse é um efeito não comparável que será normalizado a partir do 3T26. Essa iniciativa contribui positivamente para a redução do turnover voluntário e aumento de engajamento.

A partir do 1T26, a Companhia passou a reportar, junto à rubrica de Programa de Participação nos Resultados (PPR), as despesas relacionadas aos Incentivos de Longo Prazo (ILP), compostos por ações restritas e, conforme aprovado na AGE de 2025, ações de performance. Até 2025, as despesas com ações restritas eram classificadas em Despesas com Pessoal. No 1T26, essas despesas totalizaram R\$ 11,1 milhões (R\$ 10,3 milhões no 1T25). Já as despesas com ações de performance somaram R\$ 2,1 milhões e não existiam em 2025. Mais informações vide NE 34.4.

A Companhia reforça o *guidance* divulgado no *Investor Day* de 2025, de reduzir a participação das despesas operacionais (ex IFRS 16) sobre a receita líquida de varejo, entre 2,5p.p. e 3,5p.p. até 2030, considerando como ponto de partida a despesas operacionais de 2025.



EBITDA de Varejo

R\$ milhões	1T26	1T25	Δ
Lucro Bruto	1.630,0	1.517,9	7,4%
Despesas Operacionais	(1.214,3)	(1.143,6)	6,2%
Outras receitas/despesas	71,8	20,4	252,2%
EBITDA de varejo	487,5	394,7	23,5%
Margem EBITDA de varejo	17,0%	14,3%	2,7p.p.
EBITDA de varejo (ex IFRS 16)	313,9	228,5	37,4%
Margem EBITDA de varejo (ex IFRS 16)	10,9%	8,3%	2,6p.p.

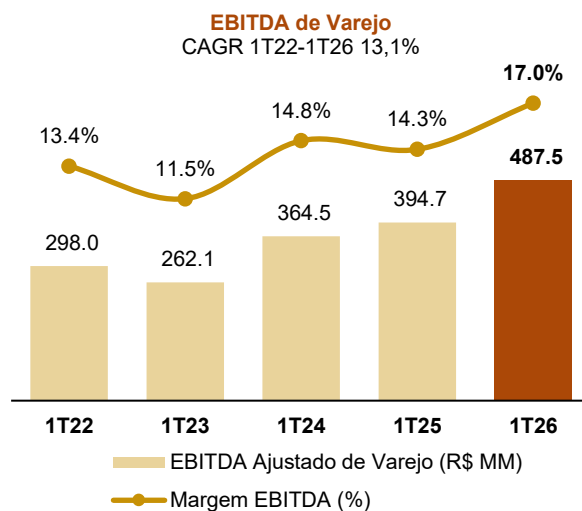
Nota 1: Margem EBITDA de Varejo está relacionada à receita líquida de varejo.

Nota 2: Conforme divulgado nos materiais do 4T25, a partir do 1T26, a Companhia apresenta de forma complementar o EBITDA de varejo e EBITDA total ajustado no conceito anterior à adoção do IFRS 16 – Arrendamentos. Nesta visão, as contraprestações de arrendamento passarão a compor as despesas operacionais, e por consequência, impactam o EBITDA.

O EBITDA de varejo atingiu **R\$ 487,5 milhões**, crescimento de **23,5%** versus o 1T25, alcançando uma margem de **17,0%**, maior em **2,7p.p.** em relação ao ano anterior. Na visão ex IFRS 16, o EBITDA de varejo foi de **R\$ 313,9 milhões**, com margem de **10,9%**, maior em **2,6p.p.** versus o 1T25.

Este desempenho foi fruto da melhora da margem bruta de varejo de **1,6p.p.**, e crescimento de outras receitas e despesas em razão, principalmente, da maior recuperação de créditos fiscais. Mais detalhes na NE nº 34.3. Em bases comparáveis, excluindo o montante de outras receitas e despesas, o EBITDA de varejo teria sido R\$ 415,7 milhões versus R\$ 374,3 milhões no 1T25, crescimento de 11,1%, com margem superior em 0,9p.p.

No contexto do *guidance* divulgado no Investor Day em 2025, a Companhia reforça a ambição de alcançar Margem EBITDA de Varejo anual no conceito ex IFRS 16 entre **18% e 20% até 2030**.





Desempenho

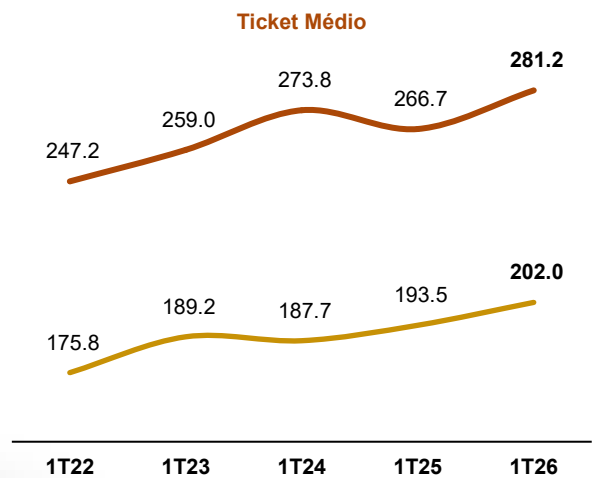
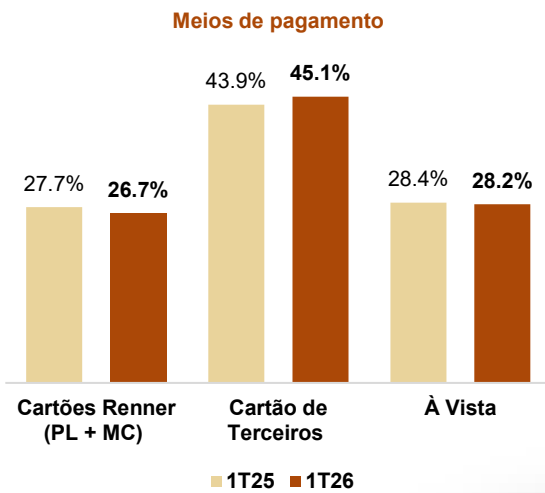
Serviços Financeiros

Serviços Financeiros

Meios de pagamento e base ativa de clientes

A participação dos cartões próprios nas vendas foi de 26,7%, redução de **1,0p.p.** e está diretamente relacionada à política de crédito mais seletiva adotada pela Companhia. Essa estratégia reduziu novas originações e, conseqüentemente, limitou o crescimento da base de clientes ativos, que encerrou o trimestre em **4,7 milhões**, estável versus o mesmo trimestre do ano anterior.

Já o ticket médio das vendas através dos cartões próprios cresceu **5,4%**, alcançando **R\$ 281**, superior em 40% o ticket médio total da Companhia, demonstrando o papel fidelizador e alavancador da Realize ao varejo.



Carteira de Crédito

(R\$ milhões)	31/03/2026 até 540 dias		31/03/2026 até 360 dias		31/03/2025 até 360 dias		Δ	
	Carteira total	6.586,7	100,0%	5.780,8	100,0%	5.816,1	100,0%	-0,6%
A vencer	4.590,2	69,7%	4.579,7	79,2%	4.597,1	79,0%	-0,4%	0,2p.p.
Vencida	1.996,5	30,3%	1.201,1	20,8%	1.219,0	21,0%	-1,5%	-0,2p.p.
Carteira total	6.586,7	100,0%	5.780,8	100,0%	5.816,1	100,0%	-0,6%	-
Estágio 1	3.353,5	50,9%	3.353,5	58,0%	3.449,9	59,3%	-2,8%	-1,3p.p.
Estágio 2	1.565,9	23,8%	1.565,9	27,1%	1.481,9	25,5%	5,7%	1,6p.p.
Estágio 3	1.667,3	25,3%	861,4	14,9%	884,3	15,2%	-2,6%	-0,3p.p.

Estágio 1: Operações em dia e até 30 dias de atraso: perda esperada para os próximos 6 meses.

Estágio 2: Atraso de 31 a 89 dias ou renegociação adimplente ou utilização do *overlimit* para o produto Meu Cartão, projetada para 12 meses.

Estágio 3: Atraso a partir de 90 dias ou renegociação inadimplente: mensuração de perda considerando apenas a perda efetiva, dado o default.

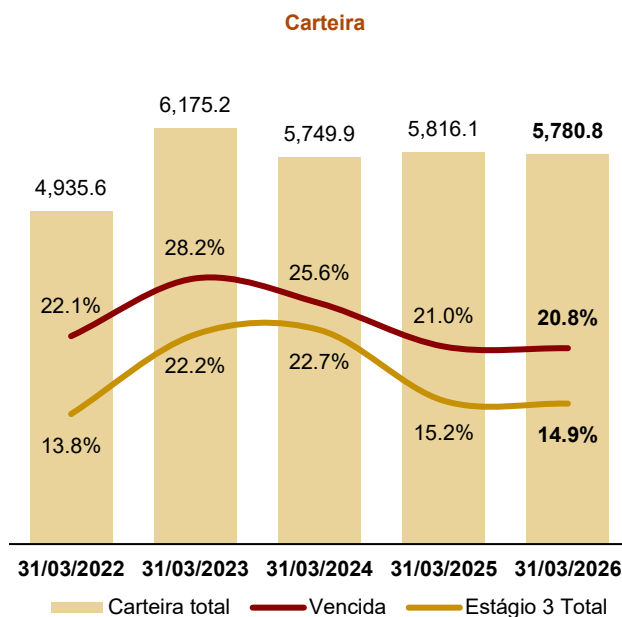
A adoção da Resolução 4.966, permitiu a ampliação do prazo para baixa de ativos vencidos para 540 dias e o reconhecimento adicional de juros de atraso para até 90 dias. Para fins de comparabilidade, a carteira do 1T26 e 1T25 são apresentadas ajustadas em até 360 dias.

A carteira total teve uma redução marginal de **0,6%**, reflexo da estratégia de concessão de crédito seletiva. Observou-se no período um maior volume de recebimentos da carteira a vencer, o que contribuiu para a redução do saldo versus 2025.

A redução de **0,2 p.p.** na participação da carteira vencida e redução de **0,3p.p.** no estágio 3 total (a vencer e vencida) reflete o risco de crédito adequado.

(R\$ milhões)	31/03/2026 até 540 dias		31/03/2026 até 360 dias		31/03/2025 até 360 dias		Δ	
	Provisão para perdas	(1.481,6)		(865,0)		(874,0)		-1,0%
Cobertura total	22,5%		15,0%		15,0%		0,0p.p.	
Cobertura vencidos	74,2%		72,0%		71,7%		0,3p.p.	
Cobertura estágio 3	88,9%		100,4%		98,8%		1,6p.p.	

Por fim, a cobertura para perdas da carteira total atingiu **15,0%**, estável ante o ano anterior. Já a cobertura da carteira no estágio 3 total (vencer e vencida) encerrou o trimestre em **100,4%**, nível adequado para o risco atual da carteira.



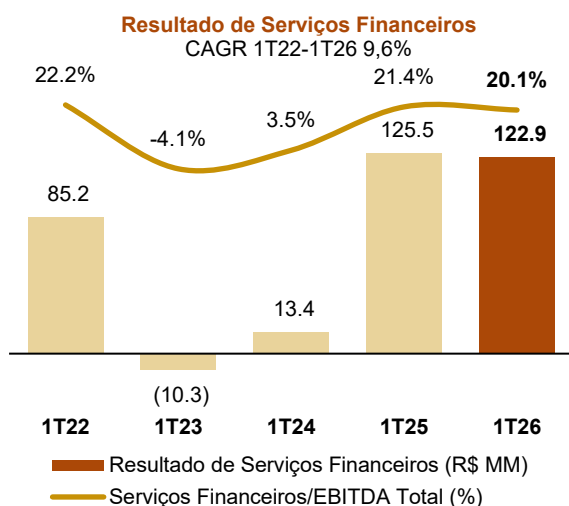
■ Resultado de Serviços Financeiros

(R\$ milhões)	1T26	1T25 Ajustado	Δ	1T25 Divulgado
Receitas, líquidas de funding	497,5	503,5	-1,2%	503,5
Perdas em créditos, líquidas das recuperações	(232,8)	(242,1)	-3,9%	(177,1)
Despesas operacionais	(141,8)	(135,9)	4,3%	(135,9)
Resultado de serviços financeiros	122,9	125,5	-2,0%	190,5
% sobre o EBITDA Total (pós IFRS 16)	20,1%	21,4%	-1,3p.p.	32,6%
% sobre o EBITDA Total (ex IFRS 16)	28,1%	30,0%	-1,9p.p.	45,5%

A mudança no prazo de baixa de ativos vencidos de 360 para 540 dias, decorrente da implementação da Resolução 4.966, beneficiou o resultado do 1T25 em R\$ 65 milhões na linha de Perdas em Créditos. Para fins de comparabilidade com o 1T26, este efeito foi revertido.

As receitas do trimestre reduziram **1,2%** em relação ao mesmo período do ano anterior, e representaram **7,4%** do total da carteira média, queda de 0,8 p.p., refletindo, principalmente, a redução de receitas com juros de atraso. Esse movimento está associado a uma carteira com melhor perfil de risco de crédito, resultado da manutenção de uma política de crédito mais seletiva. Vale destacar que, a partir do 1T25, entrou em vigor a Resolução 4.966, que passou a exigir o reconhecimento das receitas de juros de atraso sobre a parcela da carteira vencida entre 61 a 90 dias. Dessa forma, no 1T26 a comparabilidade entre os períodos já está estabelecida.

As perdas em crédito foram **3,9% menores que no 1T25**, e representaram **3,5%** do total da carteira média, queda de 0,5 p.p., refletindo a menor necessidade de provisionamento do portfólio em atraso, resultado de uma carteira de crédito saudável. A Companhia destaca que as provisões permanecem em níveis adequados para cobrir possíveis perdas futuras e reitera o compromisso com uma política de crédito seletiva, considerando o atual cenário de crédito no país.





Indicadores
Consolidados

EBITDA Total Ajustado

R\$ milhões	1T26	1T25	Δ
Lucro Líquido do Período	257,3	221,0	16,4%
Imposto de Renda e Contribuição Social	10,1	33,5	-69,9%
Resultado Financeiro, Líquido	22,1	18,5	19,5%
Depreciações e amortizações	316,2	304,9	3,7%
EBITDA Total	605,7	577,9	4,8%
Plano de Opção de Compra de Ações	4,6	3,6	27,8%
Resultado da Venda ou Baixa de Ativos	0,2	3,6	-94,4%
EBITDA Total Ajustado	610,5	585,1	4,3%
Margem EBITDA Total Ajustado	21,2%	21,2%	0,0p.p.
EBITDA Total Ajustado (ex IFRS 16)	436,9	418,9	4,3%
Margem EBITDA Total Ajustado (ex IFRS 16)	15,2%	15,2%	0,0p.p.

Nota 1: Margem EBITDA Total Ajustado está relacionada à receita líquida de varejo.

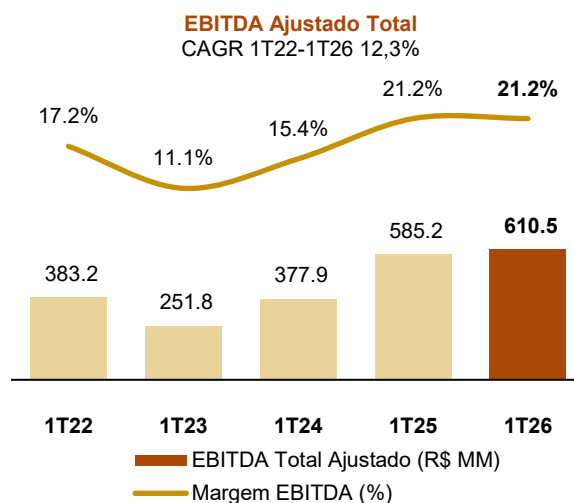
Nota 2: Conforme divulgado nos materiais do 4T25, a partir do 1T26, a Companhia apresenta de forma complementar o EBITDA total ajustado no conceito anterior à adoção do IFRS 16 – Arrendamentos. Nesta visão, as contraprestações de arrendamento passam a compor as despesas operacionais, e por consequência, impactam o EBITDA.

O EBITDA Total Ajustado alcançou **R\$ 610,5 milhões**, crescimento de **4,3%**, com margem estável. O resultado refletiu o desempenho dos segmentos de Varejo e Serviços Financeiros. Na visão ex IFRS 16, o EBITDA Total ajustado foi de **R\$ 436,9 milhões**, com margem de **15,2%**, estável versus o 1T25.

Conforme já mencionado, esta comparação também foi impactada por itens extraordinários:

- no varejo, no montante positivo de **R\$ 71,8 milhões** (R\$ 20,4 milhões no 1T25), na linha de Outras Receitas e Despesas Operacionais;
- na Realize, o efeito não comparável relativo à Resolução 4.966 de **R\$ 65 milhões**, fruto da postergação da baixa de ativos vencidos após 360 dias.

Excluindo os efeitos extraordinários, o EBITDA ajustado total teria sido R\$ 538,7 milhões, +7,8% versus 1T25, com margem de 18,7% (+0,6p.p.).



Investimentos e expansão

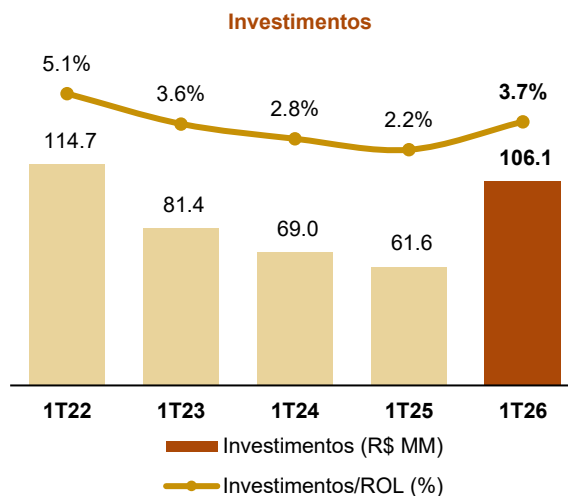
Investimentos

(R\$ MM)	1T26	1T25
Novas lojas	21,2	3,7
Remodelação de instalações e outros	33,3	29,7
Sistemas e equipamentos de tecnologia	48,5	24,3
Logística e outros	3,0	3,8
Total dos investimentos	106,1	61,6

Os investimentos totalizaram **R\$ 106,1 milhões** no trimestre. No período, foram realizadas duas inaugurações, sendo uma da marca Renner e uma da Youcom. Historicamente, o primeiro trimestre apresenta menor concentração de aberturas em função da sazonalidade.

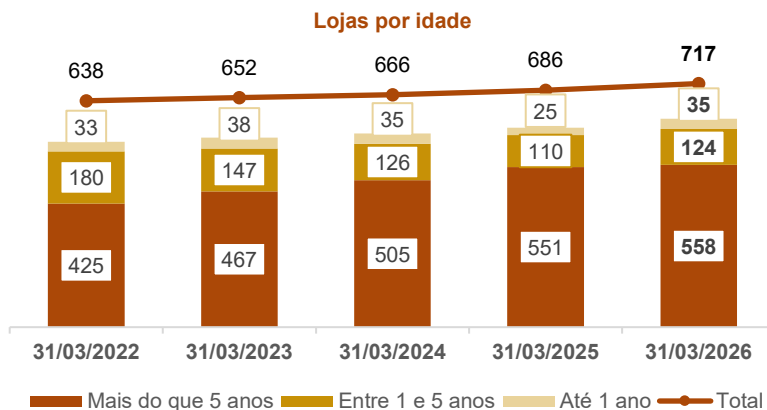
A Companhia alocou capital em remodelações e na manutenção de lojas, estratégia que visa aprimorar a experiência do cliente, aumentar a eficiência operacional e, conseqüentemente, impulsionar os resultados comerciais. Adicionalmente, foram realizados investimentos estruturais e de manutenção em sistemas e tecnologias.

Para 2026, o orçamento de capital proposto de R\$ 1.050 milhões contempla a inauguração de 50 a 60 lojas, sendo 22 a 30 Renner, 23 a 25 Youcom e cerca de 5 Camicado. O número indica aceleração da expansão em relação a 2025, em linha com a estratégia divulgada no Investor Day. O *guidance* de abertura de lojas da marca Renner prevê atingir entre 570 e 600 unidades até 2030, com foco em novas cidades de até 100 mil habitantes, no modelo essencial e com rentabilidade atrativa. Para a Youcom, o *guidance* é alcançar entre 260 e 290 unidades até 2030.



Lojas em operação por unidade de negócio

Quantidade de lojas	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26
Renner	430	431	432	443	444
Aberturas	1	1	1	11	1
Fechamentos	-	-	-	-	-
Camicado	102	102	102	104	103
Aberturas	-	-	1	2	-
Fechamentos	(1)	-	(1)	-	(1)
Youcom	135	139	142	152	153
Aberturas	-	4	3	10	1
Fechamentos	-	-	-	-	-
Ashua	19	19	18	18	17
Aberturas	-	-	-	-	-
Fechamentos	-	-	(1)	-	(1)
Total	686	691	694	717	717
Aberturas	1	5	5	23	2
Fechamentos	(1)	-	(2)	-	(2)



Depreciações e Amortizações

As Depreciações e Amortizações relacionadas ao imobilizado e intangível totalizaram **R\$ 186,7 milhões** no trimestre, **6,2%** maior versus o 1T25, decorrente da maior base de ativos. Já a Depreciação do Direito de Uso - IFRS 16, totalizou **R\$ 129,4 milhões**, maior em **0,3%** versus o mesmo período do ano anterior.

Gestão Financeira

Fluxo de Caixa Livre

(R\$ MM)	1T26	1T25	Δ R\$
EBITDA Total Ajustado (ex IFRS 16)	436,9	418,9	18,0
(+/-) IR, CSLL/Receitas Financeiras	(23,4)	(42,3)	18,9
Fluxo de Caixa Operacional	413,6	376,6	37,0
(+/-) Variação Capital de Giro	(26,4)	(234,3)	207,9
Contas a Receber	1.020,3	923,5	96,8
Obrigações com Administradora de Cartões	(133,0)	(146,5)	13,5
Estoques	(335,1)	(295,3)	(39,8)
Fornecedores	(171,2)	(391,9)	220,7
Impostos a Recuperar / Pagar	(315,6)	(250,5)	(65,1)
Outras Contas a Receber/Pagar	(91,8)	(73,5)	(18,3)
(-) Capex	(129,1)	(71,4)	(57,7)
(=) Fluxo de Caixa Livre	258,0	70,9	187,1

Fluxo de Caixa Livre recorde para um primeiro trimestre, beneficiado pela maior geração de EBITDA e principalmente pela gestão de capital de giro mais eficiente, com destaque para Fornecedores, devido ao maior prazo de pagamento.

(Caixa) Endividamento Líquido

	31/03/2026	31/12/2025	31/03/2025
Financiamentos de Operações de Crédito ao Cliente	399,0	379,9	424,5
Circulante	21,6	21,1	413,4
Não Circulante	377,4	358,8	11,0
Endividamento Bruto	399,0	379,9	424,5
Caixa e Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras	(1.853,5)	(1.902,8)	(1.630,8)
(Caixa) Endividamento Líquido	(1.454,5)	(1.522,9)	(1.206,3)

O caixa líquido da Companhia reduziu **R\$ 68,5 milhões** versus dezembro de 2025, em razão principalmente da utilização de **R\$ 100,1 milhões** para a recompra de ações, bem como do pagamento do JSCP do 4T25 no montante total de **R\$ 217,4 milhões**. Estes movimentos foram parcialmente compensados pela geração de fluxo de caixa livre de **R\$ 258,0 milhões** no período.

Resultado Financeiro

	1T26	1T25	Δ
Receitas Financeiras	46,0	47,9	-3,9%
Rendimentos de equivalentes de caixa e aplicações financeiras	30,5	42,7	-28,7%
Juros Selic sobre créditos tributários	15,5	5,1	203,4%
Despesas Financeiras	(63,5)	(72,7)	-12,7%
Juros de empréstimos, financiamentos e debêntures	(0,0)	(9,6)	-99,9%
Juros sobre arrendamentos	(63,5)	(63,1)	0,7%
Variações cambiais e correções monetárias, líquidas	2,2	0,9	151,2%
Outras receitas e (despesas)	(6,8)	5,5	NA
Resultado Financeiro	(22,1)	(18,5)	-19,7%

O Resultado Financeiro foi **R\$ (22,1) milhões**, comparado a R\$ (18,5) milhões no 1T25. O resultado foi impactado pelos menores rendimentos de caixa e aplicações financeiras, em função da redução na posição de caixa mencionada anteriormente e por menores juros, em decorrência da amortização da dívida realizada em fevereiro de 2025. Vale mencionar que neste trimestre foi reconhecido juros Selic sobre créditos tributários, no montante de **R\$ 15,5 milhões**. Excluindo esse efeito, em bases comparáveis, o resultado financeiro foi de R\$ (37,6) milhões, comparado a R\$ (23,6) milhões em 1T25.

Lucro Líquido e ROIC

O Lucro Líquido de **R\$ 257,3 milhões**, **creceu 16,4%** versus o mesmo trimestre do ano anterior, reflexo da melhor performance operacional, e da menor alíquota efetiva de IR e CS de 3,8% (vide NE 11.4). O lucro por ação no trimestre foi de **R\$ 0,2621**, maior em **23,5%** versus o 1T25 (R\$ 0,2123 por ação).

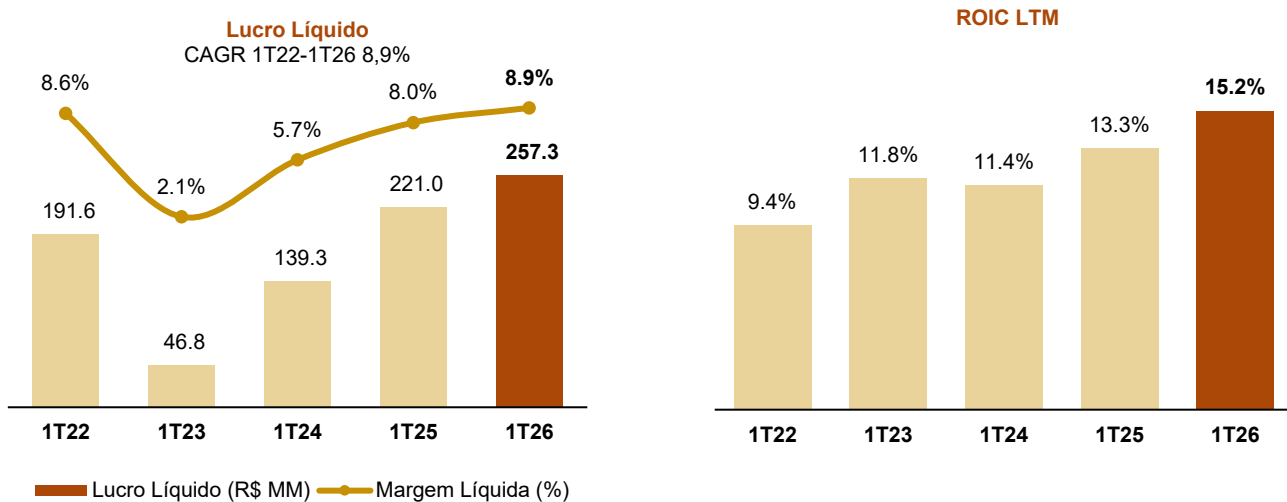
Em bases comparáveis, ajustando os efeitos de outras receitas e despesas operacionais, baixa de carteira e juros SELIC, líquido de IR e CS, o Lucro Líquido teria sido R\$ 199,8 milhões (+19,2%).

No trimestre, foram destinados aos acionistas **R\$ 217,4 milhões** de Juros sobre Capital Próprio (R\$ 189,6 milhões no 1T25), correspondentes a **R\$ 0,222698** por ação (R\$ 0,187752 no 1T25), cujo pagamento foi efetuado a partir de 14/04/2026.

A Companhia divulgou no Investor Day de 2025 o *guidance* de distribuição de capital de **50% a 80%** do lucro líquido para o período de 2026-2030.

O ROIC¹ LTM evoluiu **1,9p.p.**, atingindo **15,2%**, acima do custo de capital. A expansão contínua do ROIC é sustentada por ganhos de margem, maior giro de ativos impulsionado pela produtividade de estoques, disciplina no capital de giro e expansão de lojas com retorno incremental em novos mercados. Esses vetores reforçam a confiança da Companhia na trajetória rumo à meta de cerca de **20% de ROIC em 2030**.

¹Retorno Sobre Capital Investido, calculado conforme a fórmula $NOPAT/Capital\ Investido$, onde a) NOPAT: lucro operacional menos impostos e b) Capital Investido: capital total médio alocado, considerando a soma de capital próprio e de terceiros.





Anexos

Anexo 1: Demonstração dos Resultados Consolidados

	1T26	1T25
Receita operacional líquida	3.365,7	3.257,6
Vendas de mercadorias	2.870,0	2.748,3
Venda de serviços	495,7	509,3
Custo das vendas	(1.238,1)	(1.236,1)
Custo das mercadorias vendidas	(1.242,3)	(1.234,7)
Custos dos serviços	4,2	(1,4)
Lucro bruto	2.127,6	2.021,5
Despesas operacionais	(1.838,1)	(1.748,5)
Vendas	(810,5)	(757,3)
Gerais e administrativas	(366,4)	(353,3)
Depreciações e amortizações	(316,2)	(305,0)
Perdas em crédito	(232,8)	(177,1)
Outros resultados operacionais	(112,3)	(155,8)
Lucro operacional antes do resultado financeiro	289,5	273,0
Resultado financeiro	(22,1)	(18,5)
Imposto de renda e contribuição social	(10,1)	(33,5)
Lucro líquido do período	257,3	221,0

Anexo 2: Fluxos de Caixa Consolidados

	1T26	1T25
Fluxos de caixa das atividades operacionais		
Lucro líquido ajustado	693,6	847,6
(Aumento) Redução nos Ativos		
Contas a receber de clientes	1.016,5	744,9
Estoques	(320,9)	(284,5)
Tributos a recuperar	(33,2)	(13,7)
Outros ativos	(63,3)	(52,1)
Aumento (Redução) nos Passivos		
Fornecedores	(150,6)	(386,2)
Obrigações - risco sacado	(35,0)	-
Obrigações fiscais	(334,7)	(287,8)
Obrigações com administradoras de cartões	(133,0)	(146,5)
Outras obrigações	3,3	(1,0)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(64,1)	(96,5)
Juros pagos sobre empréstimos, financiamentos e debêntures	(1,2)	(34,0)
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais, antes das aplicações financeiras	577,4	290,2
Aplicações financeiras	84,4	130,0
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	661,8	420,2
Fluxos de caixa das atividades de investimentos		
Aquisições de imobilizado e intangível	(129,1)	(71,4)
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimentos	(129,1)	(71,4)
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos		
Recompra de ações	(100,1)	(500,3)
Captações e amortizações de empréstimos e debêntures	6,6	(511,0)
Contraprestação de arrendamentos a pagar	(206,9)	(184,8)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(196,7)	(155,5)
Caixa líquido consumido pelas atividades de financiamentos	(497,1)	(1.351,6)
Efeito da variação cambial sobre o saldo de caixa e equivalentes de caixa	(0,3)	(7,5)
Redução no caixa e equivalentes de caixa	35,3	(1.010,3)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	978,1	1.925,9
Caixa e equivalentes de caixa no fim do período	1.013,2	915,6

Anexo 3: Balanços Patrimoniais Consolidados

	31/03/2026	31/12/2025
Ativo total	18.872,9	19.625,9
Ativo circulante	10.955,0	11.633,6
Caixa e equivalentes de caixa	1.013,2	978,1
Aplicações financeiras	840,3	924,7
Contas a receber	6.155,0	7.175,2
Estoques	2.195,5	1.860,4
Tributos a recuperar	489,5	470,0
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	134,4	122,7
Instrumentos financeiros derivativos	0,1	7,9
Outros ativos	127,0	94,6
Ativo não circulante	7.917,9	7.992,3
Tributos a recuperar	354,5	368,7
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	18,8	32,3
Imposto de renda e contribuição social diferidos	769,7	741,9
Outros ativos	179,8	177,5
Investimentos	55,7	55,1
Imobilizado	2.865,4	2.929,2
Direito de uso	2.082,5	2.076,6
Intangível	1.591,5	1.611,0
Passivo total e patrimônio líquido	18.872,9	19.625,9
Passivo circulante	6.172,2	6.866,6
Financiamentos - operações serviços financeiros	21,6	21,1
Arrendamentos a pagar	721,4	740,2
Fornecedores	1.603,7	1.774,4
Obrigações - risco Sacado	6,9	41,2
Obrigações com administradora de cartões	2.469,2	2.602,2
Obrigações fiscais	186,9	503,3
Imposto de renda e contribuição social a pagar	37,2	86,8
Obrigações sociais e trabalhistas	556,6	543,9
Obrigações estatutárias	203,0	212,0
Provisão para riscos	107,0	92,1
Instrumentos financeiros derivativos	51,0	13,8
Outras obrigações	207,7	235,6
Passivo não circulante	2.334,7	2.303,1
Financiamentos - operações serviços financeiros	377,4	358,8
Arrendamentos a pagar	1.774,6	1.765,3
Imposto de renda e contribuição social diferidos	2,7	1,6
Fornecedores	71,2	71,6
Provisão para riscos	61,0	64,2
Outras obrigações	47,8	41,6
Patrimônio líquido	10.366,0	10.456,2
Capital social	9.544,8	9.544,8
Ações em tesouraria	(433,8)	(344,4)
Reservas de capital	6,3	10,2
Reservas de lucros	1.148,8	1.148,8
Ajuste de avaliação patrimonial	60,1	96,8
Lucros (prejuízos) acumulados	39,8	-

Sobre a Lojas Renner S.A.

A Companhia foi constituída em 1965 e teve seu capital aberto em 1967. Desde 2005, tem capital totalmente pulverizado com 100% de free float, sendo considerada a primeira corporação brasileira. Negociada na B3 sob o código LREN3, no Novo Mercado, o mais alto nível de Governança Corporativa.

A **Lojas Renner S.A.** é um ecossistema de moda e lifestyle conectado aos clientes por meio de canais digitais e suas lojas físicas no Brasil, Argentina e Uruguai e é, hoje, o ecossistema líder no varejo de moda omnichannel no país, através dos negócios Renner, Camicado, Youcom, Realize CFI e Repassa.

A **Renner** tem como propósito entregar a melhor experiência omni em moda com diferentes estilos para o segmento médio/alto, encantando seus clientes com produtos e serviços de qualidade a preços competitivos, sempre inovando de forma sustentável. A Renner desenvolve e vende roupas, calçados e moda íntima de qualidade sob marcas próprias no conceito de lifestyle.

A **Camicado**, adquirida em 2011, tem mais de 35 anos de especialização no setor de Home & Decor. Oferece uma grande variedade de produtos para decoração, utensílios domésticos, eletroportáteis, organização, cama, mesa e banho.

A **Youcom**, criada em 2013, é uma marca com um estilo de vida inspirado no jovem urbano, que oferece uma experiência omnichannel para seus clientes. A marca segue crescendo e cumprindo seu propósito de encantar e conectar pessoas de lifestyle jovem com a moda.

A **Ashua**, marca fashion plus size lançada em 2016, inspira o empoderamento feminino e celebra a diversidade, oferecendo coleções modernas, com foco em cortes confortáveis e o estilo de cada mulher, através da experiência omnichannel.

A **Realize** é uma instituição financeira que apoia a fidelização e a conveniência dos clientes do ecossistema, oferecendo um conjunto de serviços financeiros, entre eles o Cartão Renner e o Meu Cartão.

A Companhia conta também com a **Repassa**, uma plataforma online de revenda de vestuário, calçados e acessórios.

Relações com Investidores

CFO e DRI
Daniel Martins dos Santos

Relações com Investidores

ri@lojasrenner.com.br

Fabiana Oliver
Maurício Tóller
Caroline Luccarini
Luciana Moura

Governança Corporativa

gc@lojasrenner.com.br

Eloisa Sassen
Bruna Miranda
Ana Cristina Borelli
Pedro da Costa

Aviso Legal

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da Lojas Renner S.A. são meramente expectativas 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.

LOJAS RENNER S.A.

RENNER CAMICADO youCOM realize ASHUA repassa





LOJAS RENNER S.A.

RENNER CMICADO youcom realize ASHUA repassa

1Q26
Results

Lojas Renner S.A. reports **record** first-quarter **gross margin, net income** and cash generation



Retail revenue increased **4.3%**, with SSS growth of **3.2%** & apparel increased **5.1%**, with SSS of **3.7%**



Gross profit increased **7.4%** with **record** retail gross margin for a first quarter, reaching **56.7% (+1.6 p.p.)** & apparel of **58.0% (+1.9 p.p.)**



Retail EBITDA of **R\$ 488 million (+24%)**, with 17,0% margin



Realize delivered operating profit of **R\$ 123 million**, with an adequate portfolio risk profile



Digital GMV increased **7.4%**, reaching a **16.6%** participation



Revenue per square meter LTM of **R\$ 17.2 thousand**, an increase of **6.3%**



ROIC¹ LTM improved another quarter reaching **15.2% (+1.9 p.p.)**, above the cost of capital



Record Free Cash Flow generation of **R\$ 258 million**, with a strong cash position of **R\$1.9 billion** and net cash of **R\$1.5 billion**



Financial cycle of 105 days, a **reduction of 8 days** versus 1Q25



Net income of R\$ **257 million (+16%)**, record for a first quarter, and earnings per share of **R\$ 0.2621 (+24%)**



Repurchase of **6.6 million shares**, totaling **R\$ 100 million**, and Interest on Capital (IoC) payments of **R\$ 217 million**



Lojas Renner S.A. is featured in the **ISE B3** sustainability indexes and in the **Dow Jones Best in Class**

¹Return on Invested Capital (ROIC), calculated as NOPAT divided by Invested Capital, where (a) NOPAT represents operating profit after taxes and (b) Invested Capital corresponds to the average total capital allocated, including equity and debt.

Message from CEO

We started the year with results aligned with our strategic plan reinforcing the consistency in the execution of a model with profitable growth potential. Despite a challenging consumer environment and a higher comparison base, we delivered revenue growth of 4.3% (5.1% in apparel), combined with a record first-quarter gross margin (+1.6 p.p.), resulting in a 7.4% increase in gross profit and a 24% growth in Retail EBITDA, with a 2.7 p.p. margin expansion, and record cash generation for the period of R\$ 258 million. These results reflect the gradual capture of the investments made and give us confidence in our ability to deliver the commitments established for the 2026–2030 cycle.

As mentioned in the last earnings call, our sales performance in the quarter was impacted by non-recurring factors, particularly a temporary shortfall of items in the digital channel following the planned transfer of older inventory from the Rio de Janeiro DC to the São Paulo DC. The estimated impact in 1Q26 was 1.0 p.p. on total retail sales. This process was concluded by the end of february, with inventory availability normalized for the digital channel. The centralization of inventories in a single DC enables operational efficiency gains, enhances the customer experience and, consequently, contributes to higher conversion levels. Despite the temporary unavailability of older items, the digital channel maintained a positive growth trajectory efficiently.

We continued to strengthen our brands and customer engagement. During the quarter, the launch event for Renner's Fall–Winter collection was an important milestone, driving traffic on both physical stores and digital channel. We also advanced our omnichannel proposition with AI based solutions, including product videos in e-commerce and a virtual beauty try-on, and greater visibility of store inventory via the app and website, boosting traffic and sales, while enhancing integration across channels.

All of our businesses segments progressed throughout the quarter. Sales at Youcom and Camicado grew by 14.4% and 2.2%, respectively, with healthy margins. Realize delivered results of R\$ 123 million, stable compared to the same period last year, and maintained an adequate credit risk profile to the current environment. We also continued to advance Realize's innovation agenda and initiated the pilot of a new card processing platform, that will be implemented from the second half of the year onwards.

The structural improvements in our operating model across the Fashion and Lifestyle businesses, including greater supply chain reactivity, more enhanced inventory management, with a higher share of full-price sales, resulted in a 1.6 p.p. expansion in retail gross margin and 1.9 p.p in apparel, reaching 56.7% in retail and 58.0% in apparel, both record levels for a first quarter.

In the quarter, expenses grew more than revenues, impacted by one-off events that affected comparability with the prior year. G&A expenses grew at a pace lower than revenue growth, evidencing our commitment to expense management. We advanced in the stages of the efficiency gains project, which will be implemented in the second half and will contribute to expense dilution, as provided for in our strategic plan.

We achieved retail EBITDA of R\$ 488 million, with a 2.7 p.p. margin expansion, reflecting improved profitability. Net income reached R\$ 257 million, an increase of 16.4%, and a record level for a first quarter, alongside a 24% increase in earnings per share. In addition to record cash generation for a first quarter and another quarter of improvement in LTM ROIC, which reached 15.2% (+1.9 p.p.). Our robust cash position, ensuring the flexibility necessary to continue investing in business growth and shareholder returns in a disciplined manner. We repurchased 6.6 million shares, representing 9% of the program, and distributed R\$ 217.4 million in Interest on Capital (IoC).

We began 2026 confident in the business model and in our ability to deliver the guidance disclosed at our 2025 Investor Day, both for this year and for the remainder of the cycle. The results of the quarter, particularly the expansion in margins, profitability, and cash generation, reinforce the strength of the strategy and the consistency of our execution. We remain focused on unlocking the Company's full potential through sustained growth, increasing efficiency, and value creation for the shareholders.

Fabio Faccio – CEO

¹Return on Invested Capital (ROIC), calculated as NOPAT divided by Invested Capital, where (a) NOPAT represents operating profit after taxes and (b) Invested Capital corresponds to the average total capital allocated, including equity and debt.

Main Financial Indicators

May 7, 2026 – Lojas Renner S.A. (B3: LREN3) announces its results for 1Q26. All figures are expressed in millions of Brazilian reais, and comparisons are made with the same period of the previous year, unless otherwise indicated.

R\$ million	1Q26	1Q25	Δ
Retail net revenue	2,875.9	2,756.8	4.3%
Retail Same Store Sales	3.2%	10.8%	NA
Apparel net revenue	2,564.8	2,440.9	5.1%
Apparel Same Store Sales	3.7%	12.2%	n.a
Digital GMV (1P + 3P)	627.1	583.8	7.4%
Digital GMV Penetration	16.6%	16.1%	0.5p.p.
Retail gross margin	56.7%	55.1%	1.6p.p.
Apparel gross margin	58.0%	56.1%	1.9p.p.
Operating expenses (post IFRS 16)	(1,214.3)	(1,143.6)	6.2%
% Operating expenses/Retail net revenue	-42.2%	-41.5%	0.7p.p.
Operating expenses (ex IFRS 16)	(1,387.9)	(1,309.8)	6.0%
% Operating expenses/Retail net revenue	-48.3%	-47.6%	0.7p.p.
Retailing EBITDA	487.5	394.7	23.5%
Retailing EBITDA Margin	17.0%	14.3%	2.7p.p.
Financial Services Result	122.9	125.5	-2.0%
Total Adjusted EBITDA	610.5	585.1	4.3%
Total EBITDA Margin	21.2%	21.2%	0.0p.p.
Free Cash Flow	258.0	70.9	263.7%
Net Income	257.3	221.0	16.4%
Net Margin	8.9%	8.0%	0.9p.p.
Earnings per Share (R\$)	0.2621	0.2123	23.5%
ROIC ^{LTM}	15.2%	13.3%	1.9p.p.

¹Return on Invested Capital (ROIC), calculated as NOPAT divided by Invested Capital, where (a) NOPAT represents operating profit after taxes and (b) Invested Capital corresponds to the average total capital allocated, including equity and debt.

Earnings Conference Call

May 8, 2026

10 AM BRT / 9 AM US-EDT



The webinar will be live broadcast with simultaneous English translation.

To register, click here:

https://us06web.zoom.us/webinar/register/WN_eksfy5l3SY2KXqK1E9hnFw

Data as of 04/30/2026

- Price
R\$ 13.60/per share
- Market Cap
R\$ 13.3 billion
- Outstanding shares
976.3M

LREN3



Retail Operating Performance

Retail Net Revenue

R\$ million	1Q26	1Q25	Δ
Retail net revenue	2,875.9	2,756.8	4.3%
Renner	2,623.6	2,522.5	4.0%
Youcom	121.7	106.4	14.4%
Camicado	130.7	127.9	2.2%
Retail same store sales	3.2%	10.8%	n.a
Apparel net revenue	2,564.8	2,440.9	5.1%
Apparel same store sales	3.7%	12.2%	n.a
Operating data			
Digital GMV (1P + 3P)	627.1	583.8	7.4%
Digital GMV participation	16.6%	16.1%	0.5p.p.
Retailing net revenue per sq meters (thousand R\$)	3.5	3.4	2.2%
Company average ticket size (R\$)	202.0	193.5	4.4%
Proprietary cards average ticket size (R\$)	281.2	266.7	5.4%
Average sales area (thousand sq. meters)	821.3	804.3	2.1%

Note: Retail net revenue includes revenue from merchandise sales (apparel, footwear, beauty, home, and decoration categories), as well as revenue from services related to marketplace operations. For enhanced analysis, revenue from Ashua and Repassa operations is presented together with Renner's operation.

Consolidated

The Company reported consolidated retail net revenue of R\$ 2,875.9 million, representing 4.3% growth, compared to 12.0% increase in 1Q25. On a same-store sales (SSS) basis, growth totaled 3.2%. In the apparel category, net revenue and SSS increased by 5.1% and 3.7%, respectively. Retail revenue per square meter, one of the Company's key growth and productivity drivers, advanced 2.2% in the quarter.

The Company maintains its annual guidance for net revenue growth in the range of 9% to 13% for the 2026–2030 period. This trajectory combines disciplined expansion into new municipalities, increased digital penetration, and continued gains in omnichannel productivity.

Renner

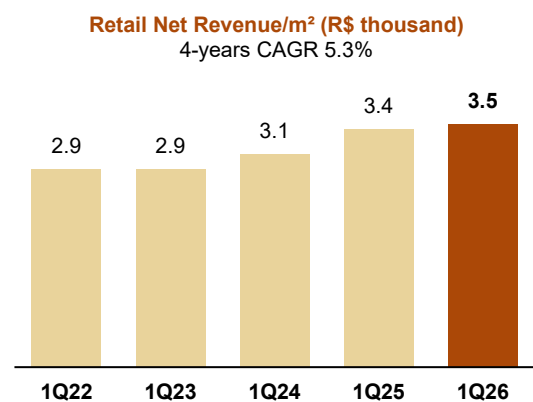
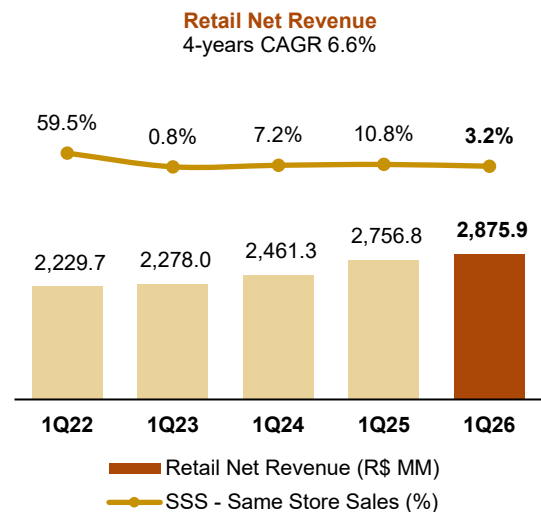
The Renner brand reported net operating revenue of R\$ 2,623.5 million, representing 4.0% growth compared to 1Q25. Worthy of note, 1Q26 faced a more challenging comparison base as 1Q25 revenues grew 12.0%.

Sales performance during the period was affected by non-recurring factors particularly the temporary shortfall of items in the digital channel. As mentioned during the 4Q25 earnings call, between January and February 2026, the Company executed a planned transfer of inventories from the Rio de Janeiro DC to the São Paulo DC, which temporarily affected the availability of older products in the online channel with an estimated impact of 1.0 p.p. on total retail sales for the quarter. This process was concluded by the end of February.

For another quarter, the Company recorded an increase in average ticket size, driven primarily by a fresher product mix. There was also growth in the number of transactions and in conversion rates, which offset the lower store traffic.

The Company has been operating more efficiently, consistently reducing older inventory levels and the need for promotions. Execution of transitional collections has improved, and there are still further opportunities to be captured.

In March, Renner held the Fashion Show for launching the Fall/Winter collection, connecting creation, content, and influence in a unique experience. The initiative resulted in expanded reach and engagement and reinforced the brand's new positioning, "Ouse ser Você", strengthening Renner as a reference in fashion. Highlights also include the performance of the Athleisure category, which delivered another quarter of double-digit growth, and the continued proprietary brand Alchemia progress, which continues to gain share in the Beauty category.



Digital

Conversion
+14%
vs 1Q25

195MM
1Q26 visits

Digital GMV increased 7.4% in the quarter, reaching 16.6% participation and delivering higher profitability compared to 1Q25.

The planned transfer of inventories from the Rio de Janeiro to the São Paulo DC, temporarily impacted the availability of older products in the online channel during January and February, normalized as of the end of February. The completion of this process is structurally positive, as it enables inventory centralization, operational efficiency gains, and shorter lead times, supporting an improved customer journey experience.

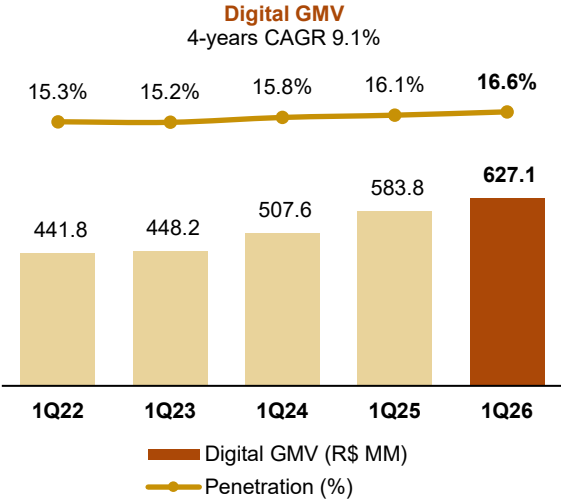
The Company advanced its omnichannel value proposition through the implementation of artificial intelligence-based solutions. Highlights included the launch of a virtual beauty try-on, the production of videos for e-commerce, and an enhanced search experience for similar-products and images on the digital platform. These initiatives made browsing more intuitive, reduced friction, and contributed to higher engagement and conversion.

The Renner app maintained its leadership among domestic fashion players, ending the period with 7.2 million monthly active users (MAU), which represented a 7% growth compared to 1Q25, supported by a high level of engagement within the user base. The Company also reinforced its online fashion leadership with the highest volume of visits, reflecting brand strength and its digital marketing strategies' effectiveness.

Specialized business

Camicado reported net revenue of R\$ 130.7 million, representing 2.2% year-over-year growth. Performance reflected a more moderate consumption environment, partially offset by consistent commercial execution. Highlights includes the reopening in March of the Shopping Morumbi store, featuring a new concept that reinforces the brand's positioning and delivers an enhanced customer experience. The unit is one of the most representative within the brand's portfolio.

Youcom recorded net revenue of R\$ 121.7 million, with 14.4% growth in the quarter. This result reflected strong acceptance of the collection, supported by efficient inventory management and sales area growth of 17.2% in line with the ongoing store expansion plan.



Retail

Gross Profit and Margin

R\$ million	1Q26	1Q25	Δ
Retail gross profit	1,630.0	1,517.9	7.4%
Retail gross margin	56.7%	55.1%	1.6p.p.
Renner	56.5%	54.8%	1.7p.p.
Youcom	61.2%	59.8%	1.4p.p.
Camicado	55.6%	55.4%	0.2p.p.
Apparel gross profit	1,486.8	1,368.6	8.6%
Apparel gross margin	58.0%	56.1%	1.9p.p.

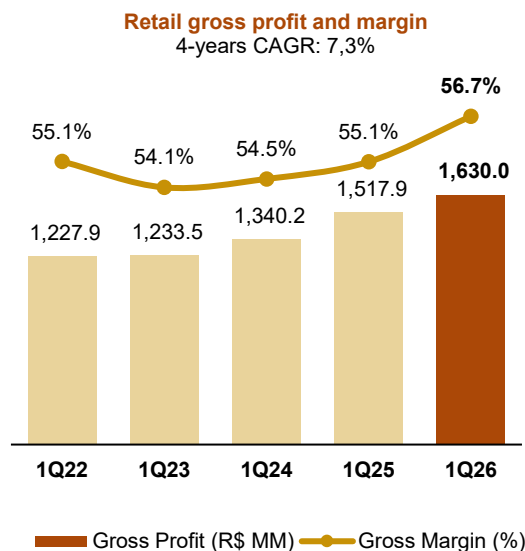
Note: Retail gross profit includes the cost of goods sold for merchandise sales (apparel, footwear, beauty, home, and décor categories). For improved comparability and analysis, the cost related to Ashua and Repassa operations is presented together with Renner's operations.

Consolidated

Consolidated gross profit from retail operations totaled R\$ 1,630.0 million, representing 7.4% growth compared to 1Q25. Consolidated gross margin rose by 1.6 p.p., reaching 56.7%, while apparel gross margin increased by 1.9 p.p., reaching 58.0% - a first quarter record level. Margin expansion was driven mainly by commercial performance, particularly the higher share of full-price sales, combined with improved inventory management, reduced markdown levels, and gains from greater supply chain reactivity and more precise allocation.

The centralization of operations at the São Paulo DC resulted in the loss of the tax benefit associated with Rio de Janeiro DC, an effect more than offset by operational gains. In the final stage of the process, the lower availability of older items in the online channel (as previously mentioned) had an estimated positive impact of 0.3 p.p. on margin.

The Company ended the quarter with a 1.1% reduction in inventory balance compared to 1Q25, mainly due to a lower share of aged items over 16 weeks, a 15% reduction. Average inventory days (LTM) closed the period at 124 days, a reduction of 3 days year-over-year.



Renner

Renner reported a gross margin of 56.5%, representing an increase of 1.7 p.p. year-over-year. The higher share of full-price sales, combined with the evolution of the fulfilment model that enables more precise allocation, resulted in lower levels of markdown. Additionally, price adjustment dynamics were in line with inflation.

Specialized business

Camicado reported a 55.6% gross margin, representing a 0.2 p.p. year-over-year increase, reflecting an improved mix, with a higher share of proprietary Home & Style branded items, as well as more effective commercial adjustments.

Youcom reported a gross margin of 61.2%, up 1.4 p.p. compared to the prior year, supported by an adjusted product mix and adequate inventory levels.

Retail

Operating Expenses

R\$ million	1Q26		1Q25		Δ	
Operating expenses (post IFRS 16)	(1,214.3)	-42.2%	(1,143.6)	-41.5%	6.2%	0.7p.p.
Sales	(810.5)	-28.2%	(757.3)	-27.5%	7.0%	0.7p.p.
General and Administrative	(366.4)	-12.7%	(353.3)	-12.8%	3.7%	-0.1p.p.
Profit Sharing Program and LTI	(37.4)	-1.3%	(33.0)	-1.3%	13.3%	0.0p.p.
Operating expenses (ex IFRS 16)	(1,387.9)	-48.3%	(1,309.8)	-47.6%	6.0%	0.7p.p.
Sales	(957.9)	-33.3%	(898.0)	-32.6%	6.7%	0.7p.p.
General and Administrative	(392.6)	-13.7%	(378.8)	-13.7%	3.6%	0.0p.p.
Profit Sharing Program and LTI	(37.4)	-1.3%	(33.0)	-1.3%	13.3%	0.0p.p.

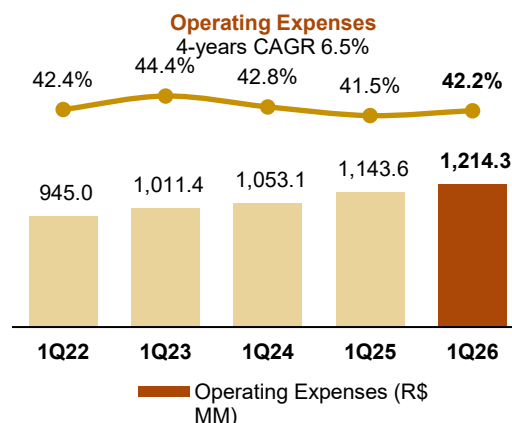
Note 1: Retail Operating Expenses comprise Selling and General & Administrative (G&A) expenses, plus the Profit Sharing Program and Long-Term Incentives, less Depreciation and Amortization.
 Note 2: As disclosed in 4Q25, as from 1Q26, the Company began to present, on a supplementary basis, retail operating expenses under the accounting framework prior to the adoption of IFRS 16. Under this view, lease payments are included in operating expenses, within Selling and G&A expense lines.
 Note 3: As disclosed in 4Q25, as from 1Q26, the Company also presents, together with Profit Sharing Program (PSP) expenses, expenses related to restricted and performance share grant plans.
 Note 4: Lease payments amounted to R\$ (173.6) million in 1Q26 and R\$ (166.2) million in 1Q25.

Operating expenses totaled R\$1,214.3 million, representing 6.2% growth. Under the ex-IFRS 16 concept, which includes lease payments, operating expenses amounted to R\$1,387.9 million, an increase of 6.0%. It is worth noting that G&A expenses grew below the pace of revenues, while the Company continues to advance its efficiency initiatives. Operating expenses grew above revenue, mainly due to lower sales volumes and non-recurring/comparable effects as detailed below:

- non-recurring increase in Selling expenses, related to employee termination contracts associated with the reduced structure of the Rio de Janeiro DC, amounting to approximately R\$ 5 million.
- non-recurring increase in G&A expenses, explained by a collective labor lawsuit at the Rio de Janeiro DC, amounting to approximately R\$ 6 million.
- increase in personnel expenses of R\$ 9 million, due to the revision of medical insurance in 3Q25, mostly within Selling expenses. This is a non-comparable effect that will be normalized from 3Q26 onwards. This initiative contributes positively to reducing voluntary turnover and increasing employee engagement.

As from 1Q26, the Company began reporting expenses related to Long-Term Incentives (LTI) within the Profit Sharing Program (PSP) line. LTI comprises restricted shares and, as approved at the 2025 Extraordinary General Meeting, performance shares. Until 2025, restricted share expenses were accounted under Personnel Expenses. In 1Q26, restricted share expenses totaled R\$ 11.1 million (R\$ 10.3 million in 1Q25), while performance share expenses amounted to R\$ 2.1 million and were not present in 2025. For further details, see Explanatory Note 34.4.

The Company reiterates the guidance disclosed at Investor Day 2025 to reduce operating expenses (ex-IFRS 16) as a percentage of retail net revenue by between 2.5 p.p. and 3.5 p.p. by 2030, using 2025 operating expenses as the baseline.



Retail EBITDA

R\$ million	1Q26	1Q25	Δ
Gross profit	1,630.0	1,517.9	7.4%
Operating expenses	(1,214.3)	(1,143.6)	6.2%
Other revenues/expenses	71.8	20.4	252.2%
Retail EBITDA	487.5	394.7	23.5%
Retail EBITDA Margin	17.0%	14.3%	2.7p.p.
Retail EBITDA (ex IFRS 16)	313.9	228.5	37.4%
Retail EBITDA Margin (ex IFRS 16)	10.9%	8.3%	2.6p.p.

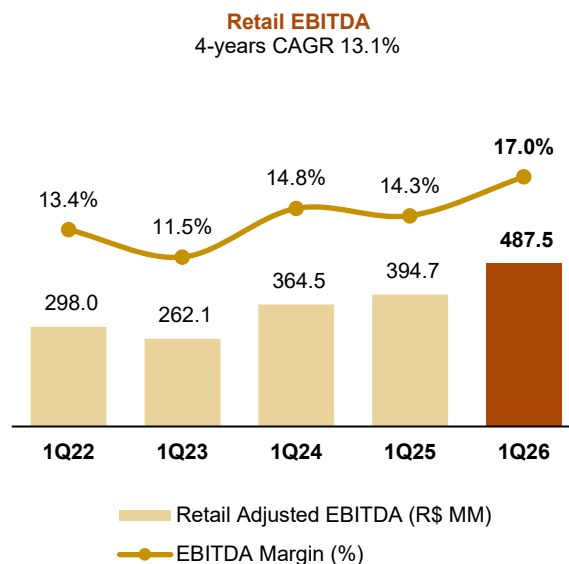
Note 1: Retail EBITDA margin is calculated in relation to retail net revenue.

Note 2: As disclosed in the 4Q25 materials, as from 1Q26, the Company presents, on a supplementary basis, retail EBITDA and total adjusted EBITDA under the accounting framework prior to the adoption of IFRS 16 - Leases. Under this view, lease payments are included in operating expenses and, consequently, impact EBITDA.

Retail EBITDA reached R\$ 487.5 million, representing growth of 23.5% compared to 1Q25, with a margin of 17.0%, up 2.7 p.p. year-over-year. Under the ex-IFRS 16 concept, retail EBITDA amounted to R\$ 313.9 million, with a margin of 10.9%, an increase of 2.6 p.p. versus 1Q25.

This performance reflected the 1.6 p.p. improvement in retail gross margin, as well as growth in other revenues/expenses, mainly due to higher recovery of tax credits. Further details are provided in Explanatory Note 34.3. On a comparable basis, excluding other revenues/expenses, retail EBITDA would have totaled R\$ 415.7 million, compared to R\$ 374.3 million in 1Q25, representing growth of 11.1%, with an expansion in EBITDA margin of 0.9 p.p.

In the context of the guidance disclosed at Investor Day in 2025, the Company reiterates its ambition to achieve an annual EBITDA margin from retail operations, ex-IFRS-16, in the range of 18% to 20% by 2030.





Financial Services

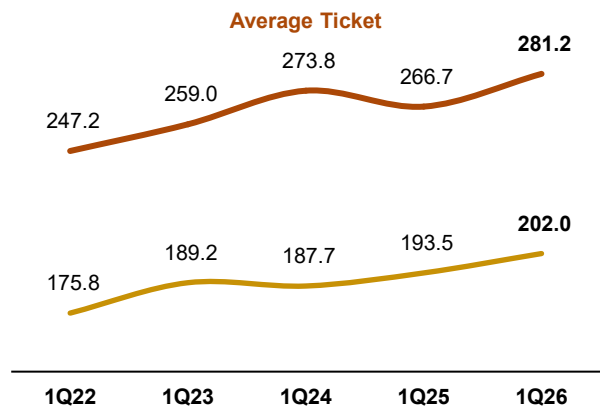
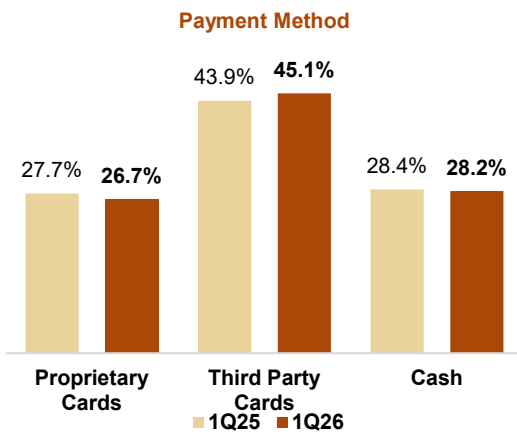
Performance

Financial Services

Payment Methods and Active Customer Base

The share of proprietary cards in sales reached 26.7%, a reduction of 1.0 p.p., directly related to the more selective credit policy adopted by the Company. This strategy led to lower new originations and, consequently, limited growth in the active customer base, which closed the quarter at 4.7 million, stable compared to the same quarter of the prior year.

Average ticket size for sales using proprietary cards increased by 5.4% to R\$ 281, 40% higher than the Company's overall average ticket demonstrating Realize's role as a loyalty driver and growth enabler for the retail business.



Credit Portfolio

(R\$ million)	31/03/2026		31/03/2026		31/03/2025		Δ	
	Up to 540 days		Up to 360 days		Up to 360 days			
Total portfolio	6,586.7	100.0%	5,780.8	100.0%	5,816.1	100.0%	-0.6%	-
On due	4,590.2	69.7%	4,579.7	79.2%	4,597.1	79.0%	-0.4%	0.2p.p.
Past due	1,996.5	30.3%	1,201.1	20.8%	1,219.0	21.0%	-1.5%	-0.2p.p.
Total portfolio	6,586.7	100.0%	5,780.8	100.0%	5,816.1	100.0%	-0.6%	-
Stage 1	3,353.5	50.9%	3,353.5	58.0%	3,449.9	59.3%	-2.8%	-1.3p.p.
Stage 2	1,565.9	23.8%	1,565.9	27.1%	1,481.9	25.5%	5.7%	1.6p.p.
Stage 3	1,667.3	25.3%	861.4	14.9%	884.3	15.2%	-2.6%	-0.3p.p.

Stage 1 – Performing exposures and up to 30 days past due: expected credit loss measured over the next 6 months.

Stage 2 – Past due between 31 and 89 days, or performing renegotiated exposures, or use of overlimit for the Meu Cartão product: expected credit loss measured over 12 months.

Stage 3 – Past due from 90 days onwards, or non-performing renegotiated exposures: loss measurement considers only the effective loss, given default.

The adoption of Resolution 4,966 allowed the extension of the period for writing off overdue assets to 540 days and the additional recognition of late interest for up to 90 days. For comparability purposes, the portfolios for 1Q26 and 1Q25 are presented adjusted up to 360 days.

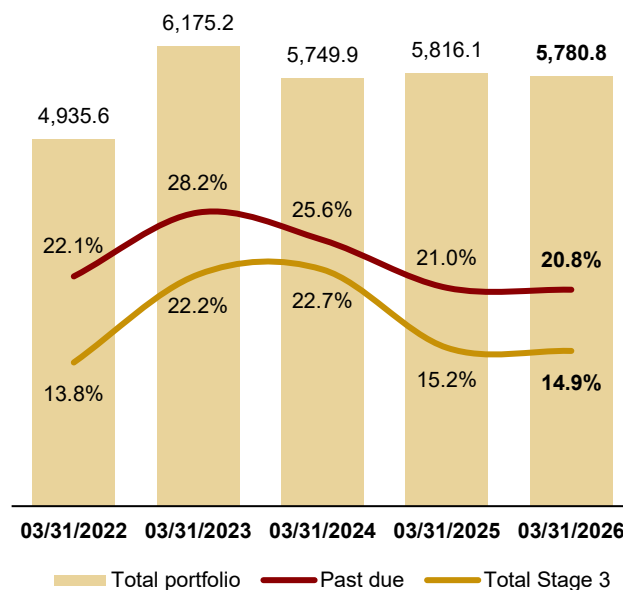
The total portfolio experienced a marginal reduction of **0.6%**, reflecting the selective credit granting strategy. During the period, a higher volume of collections from the portfolio due was observed, which contributed to the decrease in the balance versus 2025.

The **0.2 p.p.** reduction in the share of the overdue portfolio and the **0.3 p.p.** decrease in Stage 3 total (due and overdue) reflect adequate credit risk.

(R\$ million)	31/03/2026		31/03/2026		31/03/2025		Δ	
	Up to 540 days		up to 360 days		up to 360 days			
Estimated credit losses	(1,481.6)		(865.0)		(874.0)		-1.0%	
Total coverage	22.5%		15.0%		15.0%		0.0p.p.	
Past due coverage	74.2%		72.0%		71.7%		0.3p.p.	
State 3 coverage	88.9%		100.4%		98.8%		1.6p.p.	

Finally, the coverage for losses on the total portfolio reached **15.0%**, stable compared to the previous year. Coverage for the Total Stage 3 (due and overdue) ended the quarter at **100.4%**, an adequate level for the current risk profile of the portfolio.

Portfolio



Financial Results

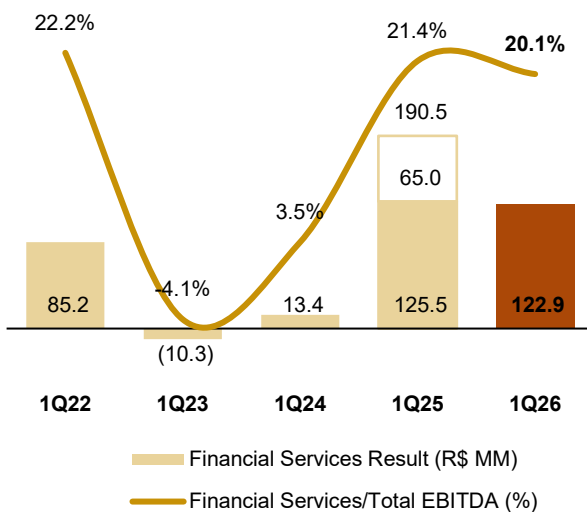
(R\$ million)	1Q26	1Q25 Adjusted	Δ	1Q25 Reported
Net revenues, net of funding costs	497.5	503.5	-1.2%	503.5
Credit losses, net of recoveries	(232.8)	(242.1)	-3.9%	(177.1)
Operating expenses	(141.8)	(135.9)	4.3%	(135.9)
Financial services result	122.9	125.5	-2.0%	190.5
% of Total EBITDA (post IFRS 16)	20.1%	21.4%	-1.3p.p.	32.6%
% of Total EBITDA (ex IFRS 16)	28.1%	30.0%	-1.9p.p.	45.5%

The change in the write-off period for past-due assets from 360 to 540 days, resulting from the implementation of Resolution 4,966, benefited 1Q25 results by R\$ 65 million in credit losses. For comparability purposes with 1Q26, this effect was reversed.

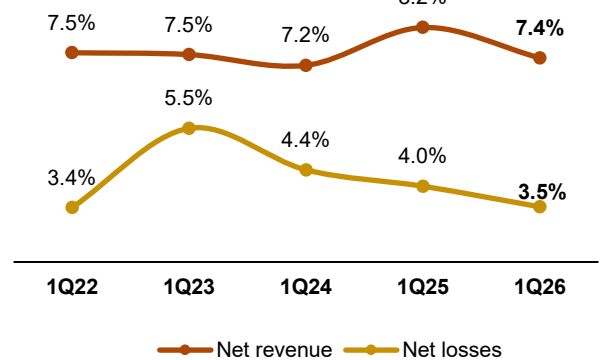
Quarterly revenues decreased by 1.2% compared to the previous year and represented 7.4% of the average portfolio, a decline of 0.8 p.p., mainly reflecting lower late interest income. This movement is associated with a portfolio with a better credit risk profile, resulting from the maintenance of a more selective credit policy. It is worth noting that, starting in 1Q25, Resolution 4,966 came into effect, requiring the recognition of late interest income on the portion of the overdue portfolio between 61 and 90 days. As a result, in 1Q26, comparability between periods is already re-established.

Credit losses were 3.9% lower than in 1Q25 and represented 3.5% of the average portfolio, a decrease of 0.5 p.p., reflecting the reduced need for provisioning of the past-due receivables, as a result of a healthy credit portfolio. The Company highlights that provisioning remains at adequate levels to cover potential future losses and reiterates its commitment to a selective credit policy, considering the current environment in Brazil.

Financial Services Results
4-year CAGR 9.6%



Revenue and Losses
over average portfolio





Consolidated Indicators

Total Adjusted EBITDA

(R\$ million)	1Q26	1Q25	Δ
Net Income for the Period	257.3	221.0	16.4%
Income Tax and Social Contribution	10.1	33.5	-69.9%
Financial Result, Net	22.1	18.5	19.5%
Depreciation and amortization	316.2	304.9	3.7%
Total EBITDA	605.7	577.9	4.8%
Stock Option Plan	4.6	3.6	27.8%
Result of Disposals or Asset Write-Offs	0.2	3.6	-94.4%
Total Adjusted EBITDA	610.5	585.1	4.3%
Total Adjusted EBITDA margin	21.2%	21.2%	0.0p.p.
Total Adjusted EBITDA (ex IFRS 16)	436.9	418.9	4.3%
Total Adjusted EBITDA margin (ex IFRS 16)	15.2%	15.2%	0.0p.p.

Note 1: Total Adjusted EBITDA margin is calculated in relation to retail net revenue.

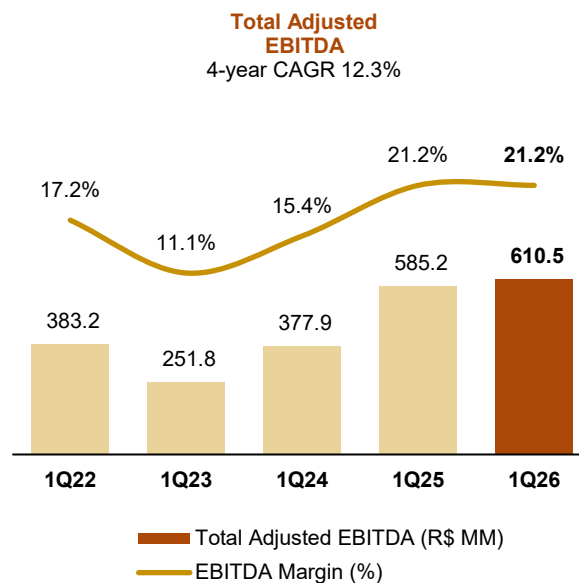
Note 2: As disclosed in the 4Q25 materials, as from 1Q26, the Company presents, on a supplementary basis, total adjusted EBITDA under the accounting framework prior to the adoption of IFRS 16 - Leases. Under this view, lease payments are included in operating expenses and, consequently, impact EBITDA.

Total Adjusted EBITDA reached **R\$ 610.5 million**, representing growth of **4.3%**, with a stable margin. The result reflects the performance of the Retail and Financial Services segments. Under the ex-IFRS 16 view, Total Adjusted EBITDA amounted to **R\$ 436.9 million**, with a margin of **15.2%**, stable compared to 1Q25.

As previously mentioned, this comparison was also impacted by extraordinary items:

- a) In the retail segment, a positive impact of **R\$ 71.8 million** (R\$ 20.4 million in 1Q25) recorded within Other Operating Revenues and Expenses;
- b) At Realize, a non-comparable effect of **R\$ 65 million** related to Resolution 4,966, resulting from the deferral of write-offs of assets overdue more than 360 days.

Excluding these extraordinary items, Total Adjusted EBITDA would have totaled R\$ 538.7 million, up 7.8%, with a margin of 18.7%, an expansion of 0.6 p.p.



Investments and expansion

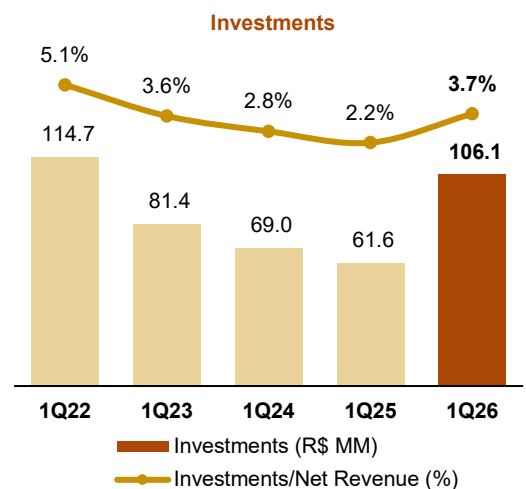
Investments

(R\$ million)	1Q26	1Q25
New stores	21.2	3.7
Remodeling of installations and others	33.3	29.7
IT equipment and systems	48.5	24.3
Logistics and others	3.0	3.8
Total investments	106.1	61.6

Investments totaled R\$ 106.1 million in the quarter. During the period, there were two store openings, one Renner brand and unit one under Youcom banner. Historically, there are fewer openings in the first quarter for seasonal reasons.

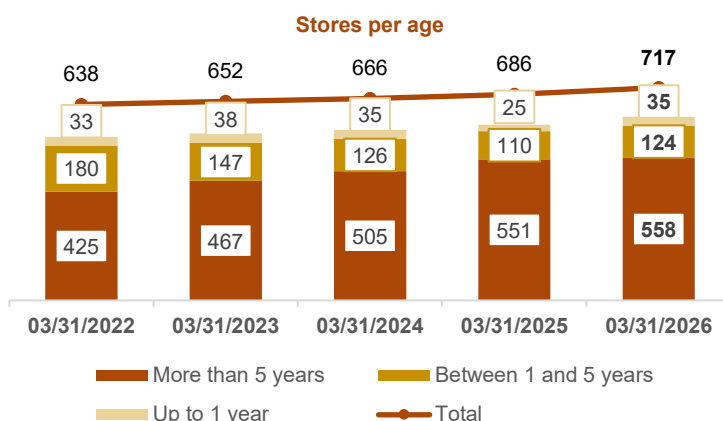
The Company allocated capital to store remodeling and maintenance, a strategy aimed at enhancing customer experience, increasing operational efficiency, and, consequently, supporting commercial performance. Additionally, structural and maintenance investments were made in systems and technology.

For 2026, the proposed capital budget of R\$ 1,050 million provides for the opening of 50 to 60 stores, including 22 to 30 Renner and 23 to 25 Youcom units and approximately 5 Camicado stores. This level represents an acceleration in expansion compared to 2025, in line with the strategy presented at Investor Day. Store opening guidance for the Renner brand is between 570 and 600 stores by 2030, focusing on new urban centers with populations of up to 100,000 where the Company still has no footprint, stores to be based on the essential model with attractive profitability. Guidance in the case of Youcom is to reach between 260 and 290 stores by 2030.



Stores in Operation by Business Unit

Number of Stores	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26
Renner	430	431	432	443	444
Openings	1	1	1	11	1
Closures	-	-	-	-	-
Camicado	102	102	102	104	103
Openings	-	-	1	2	-
Closures	(1)	-	(1)	-	(1)
Youcom	135	139	142	152	153
Openings	-	4	3	10	1
Closures	-	-	-	-	-
Ashua	19	19	18	18	17
Openings	-	-	-	-	-
Closures	-	-	(1)	-	(1)
Total	686	691	694	717	717
Openings	1	5	5	23	2
Closures	(1)	-	(2)	-	(2)



Depreciation and Amortization

Depreciation and amortization related to property, plant and equipment and intangible assets totaled R\$ 186.7 million in the quarter, representing an increase of 6.2% compared to 1Q25, reflecting a higher asset base. Depreciation of right-of-use assets under IFRS 16 totaled R\$ 129.4 million, up 0.3% year-over-year.

Cash Management

Free Cash Flow

(R\$ million)	1Q26	1Q25	Δ R\$
Total Adjusted EBITDA (ex IFRS 16)	436.9	418.9	18.0
(+/-) Income Tax, Social Contribution/Financial Revenue	(23.4)	(42.3)	18.9
Operating Cash Flow	413.6	376.6	37.0
(+/-) Change in Working Capital	(26.4)	(234.3)	207.9
Accounts Receivable	1,020.3	923.5	96.8
Card Administrator Obligations	(133.0)	(146.5)	13.5
Inventory	(335.1)	(295.3)	(39.8)
Suppliers	(171.2)	(391.9)	220.7
Taxes	(315.6)	(250.5)	(65.1)
Other Accounts Receivable/Payable	(91.8)	(73.5)	(18.3)
(-) Capex	(129.1)	(71.4)	(57.7)
(=) Free Cash Flow	258.0	70.9	187.1

Record free cash flow for a first quarter benefited from higher EBITDA generation and, primarily, from more efficient working capital management, with particular emphasis on suppliers, driven by longer payment terms.

Net (Cash) Debt

(R\$ million)	03/31/2026	12/31/2025	03/31/2025
Financing of Customer Credit Operations	399.0	379.9	424.5
Current	21.6	21.1	413.4
Non-current	377.4	358.8	11.0
Gross Debt	399.0	379.9	424.5
Cash and Cash Equivalents and Financial Investments	(1,853.5)	(1,902.8)	(1,630.8)
Net (Cash) Debt	(1,454.5)	(1,522.9)	(1,206.3)

The Company's net cash position decreased by R\$ 68.5 million compared to December 2025, mainly due to the use of approximately R\$100.1 million for share buy-backs, as well as the payment of Interest on Capital (IoC) related to 4Q25, totaling R\$ 217.4 million. These movements were partially offset by free cash flow generation of R\$ 258.0 million during the period.

Financial Results

(R\$ MM)	1Q26	1Q25	Δ
Financial Revenues	46.0	47.9	-3.9%
Income from cash equivalents and financial investments	30.5	42.7	-28.7%
Selic interest on tax credits	15.5	5.1	203.4%
Financial Expenses	(63.5)	(72.7)	-12.7%
Interest on loans, financing and debentures	(0.0)	(9.6)	-99.9%
Interest on leasing	(63.5)	(63.1)	0.7%
Variations in foreign exchange and monetary restatement, net	2.2	0.9	151.2%
Other revenues and (expenses)	(6.8)	5.5	NA
Financial Result	(22.1)	(18.5)	-19.7%

The Financial Result was negative R\$ (22.1) million, compared to R\$ (18.5) million in 1Q25. The result was impacted by lower returns on cash and financial investments, due to the reduction in the cash position mentioned above, as well as lower interest expenses, resulting from the debt amortization carried out in February 2025. It is worth mentioning that, in this quarter, Selic interest on tax credits was registered in the amount of R\$ 15.5 million. Excluding this effect, on a comparable basis, the financial result was R\$ (37.6) million, versus R\$ (23.6) million in 1Q25.

Net Income and ROIC

Net income reached R\$ 257.3 million, increasing 16.4% compared to the same quarter of the prior year, reflecting improved operational performance and a lower effective income tax and social contribution rate of 3.8% (see Explanatory Note 11.4). Earnings per share for the quarter reached R\$ 0.2621, up 23.5% compared to 1Q25 (R\$ 0.2123 per share).

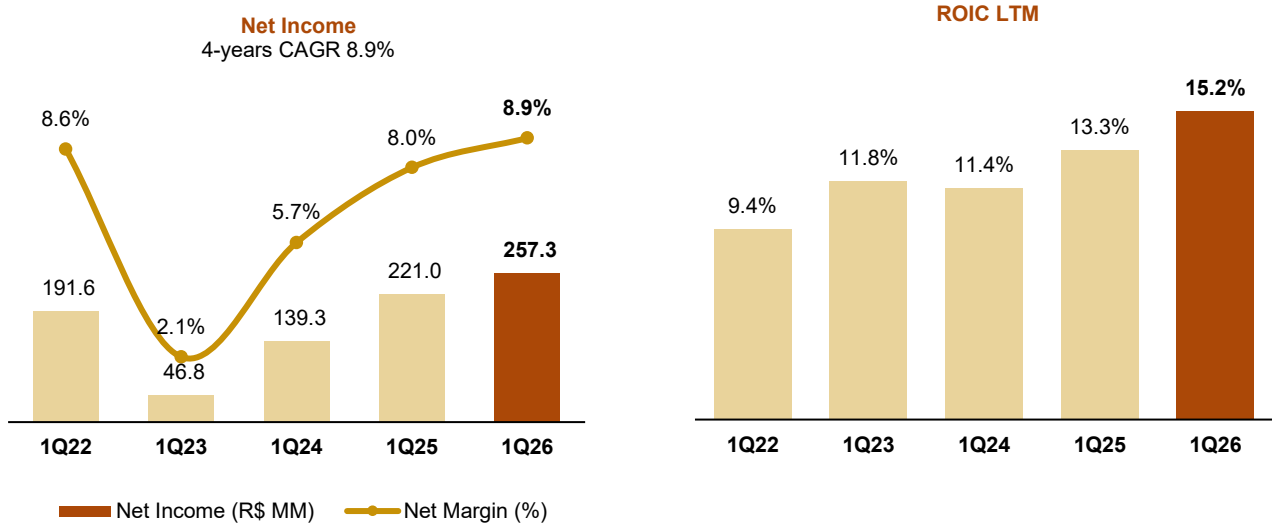
On a comparable basis, adjusting the effects of other operating revenues and expenses, portfolio write-downs, and Selic interest, net of income tax and social contribution, net income would have totaled R\$ 199.8 million (+19.2%).

During the quarter, R\$ 217.4 million in Interest on Capital was paid out to shareholders (R\$ 189.6 million in 1Q25), corresponding to R\$ 0.222698 per share (R\$ 0.187752 in 1Q25), payment effected as from April 14, 2026.

The Company announced at its Investor Day in 2025 a capital distribution guidance of 50% to 80% of net income for the 2026–2030 period.

LTM ROIC¹ increased by 1.9 p.p., reaching 15.2%, above the cost of capital. Continued ROIC expansion is supported by margin gains, higher asset turnover driven by inventory productivity, disciplined working capital management, and store expansion with incremental returns from new markets. These drivers reinforce the Company’s confidence in reaching its target of achieving approximately 20% ROIC by 2030.

¹Return on Invested Capital (ROIC), calculated as NOPAT divided by Invested Capital, where (a) NOPAT represents operating profit after taxes and (b) Invested Capital corresponds to the average total capital allocated, including equity and third-party capital.





Appendices

Appendix 1: Consolidated Income Statement

(R\$ MM)	1T26	1T25
Net Operating Revenue	3,365.7	3,257.6
Net Revenue from merchandise sales	2,870.0	2,748.3
Net Revenue from Services	495.7	509.3
Cost of Sales	(1,238.1)	(1,236.1)
Cost of merchandise sales	(1,242.3)	(1,234.7)
Cost of services	4.2	(1.4)
Gross Profit	2,127.6	2,021.5
Operating Expenses	(1,838.1)	(1,748.5)
Sales	(810.5)	(757.3)
General and Administrative	(366.4)	(353.3)
Depreciation and Amortization	(316.2)	(305.0)
Credit Losses, Net	(232.8)	(177.1)
Other Operating Results	(112.3)	(155.8)
Operating Profit (loss) before Financial Result	289.5	273.0
Financial Result, Net	(22.1)	(18.5)
Income Tax and Social Contribution	(10.1)	(33.5)
Net Income for the Period	257.3	221.0

Appendix 2: Consolidated Cash Flow Statements

(R\$ MM)	1Q26	1Q25
Cash flows from operating activities		
Adjusted net income	693.6	847.6
(Increase) Reduction in the Assets		
Accounts receivable from customers	1,016.5	744.9
Inventories	(320.9)	(284.5)
Taxes recoverable	(33.2)	(13.7)
Other assets	(63.3)	(52.1)
Increase (Reduction) in Liabilities		
Suppliers	(150.6)	(386.2)
Obligations - forfait	(35.0)	-
Fiscal obligations	(334.7)	(287.8)
Obligations with card administrators	(133.0)	(146.5)
Other obligations	3.3	(1.0)
Payment of income tax and social contribution	(64.1)	(96.5)
Interest paid on loans, financing and debentures	(1.2)	(34.0)
Net cash generated by operating activities, before investments. Financial	577.4	290.2
Financial investments	84.4	130.0
Net cash generated by operating activities	661.8	420.2
Cash flows from investment activities		
Acquisitions of fixed and intangible assets	(129.1)	(71.4)
Net cash consumed by investment activities	(129.1)	(71.4)
Cash flows from financing activities		
Share buy-back	(100.1)	(500.3)
Borrowing and amortization of loans and debentures	6.6	(511.0)
Lease installment payable	(206.9)	(184.8)
Interest on equity and dividends payable	(196.7)	(155.5)
Cash flows from financing activities	(497.1)	(1,351.6)
Effect of exchange rate variation on balance of cash and cash equivalents	(0.3)	(7.5)
Variation in cash and cash equivalents	35.3	(1,010.3)
Cash and cash equivalents at the start of the period	978.1	1,925.9
Cash and cash equivalents at the end of the period	1,013.2	915.6

Appendix 3: Consolidated Balance Sheets

(R\$ MM)	03/31/2026	12/31/2025
TOTAL ASSETS	18,872.9	19,625.9
Current Assets	10,955.0	11,633.6
Cash and Cash Equivalents	1,013.2	978.1
Financial Investments	840.3	924.7
Accounts Receivable	6,155.0	7,175.2
Inventories	2,195.5	1,860.4
Recoverable Taxes	489.5	470.0
Income tax and social security contributions recoverable	134.4	122.7
Financial Derivatives	0.1	7.9
Other Assets	127.0	94.6
Non-Current Assets	7,917.9	7,992.3
Recoverable Taxes	354.5	368.7
Income tax and social security contributions recoverable	18.8	32.3
Deferred Income Tax and Social Contribution	769.7	741.9
Other Assets	179.8	177.5
Investments	55.7	55.1
Fixed Assets	2,865.4	2,929.2
Right of Use of Assets	2,082.5	2,076.6
Intangible	1,591.5	1,611.0
TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS EQUITY	18,872.9	19,625.9
Current Liabilities	6,172.2	6,866.6
Financing – Financial Services Operations	21.6	21.1
Financial Leases payable	721.4	740.2
Suppliers	1,603.7	1,774.4
Obligations - Forfait	6.9	41.2
Obligations with Card Administrators	2,469.2	2,602.2
Fiscal Obligations	186.9	503.3
Income tax and social contribution payable	37.2	86.8
Social and Labor Obligations	556.6	543.9
Statutory Obligations	203.0	212.0
Provision for Risks	107.0	92.1
Financial Derivatives	51.0	13.8
Other Obligations	207.7	235.6
Non-Current Liabilities	2,334.7	2,303.1
Financing – Financial Services Operations	377.4	358.8
Financial Services Payable	1,774.6	1,765.3
Deferred Income Tax and Social Contribution	2.7	1.6
Suppliers	71.2	71.6
Provision for Risks	61.0	64.2
Other Obligations	47.8	41.6
Shareholders' Equity	10,366.0	10,456.2
Capital Stock	9,544.8	9,544.8
Treasury Stock	(433.8)	(344.4)
Capital Reserves	6.3	10.2
Profit Reserves	1,148.8	1,148.8
Other Comprehensive Income	60.1	96.8
Retained Earnings (Accumulated Deficit)	39.8	-

About Lojas Renner S.A.

Lojas Renner S.A. was founded in 1965 and completed its initial public offering in 1967. Since 2005, the company has maintained a fully dispersed shareholding structure, with 100% free float, establishing itself as the first Brazilian corporation of its kind. Renner shares are traded on B3 under the ticker LREN3 in the Novo Mercado segment, which represents the highest standard of Corporate Governance.

Lojas Renner S.A. operates as a fashion and lifestyle ecosystem, engaging customers through digital channels and physical stores in Brazil, Argentina, and Uruguay. The company is recognized as the leading omnichannel retail fashion ecosystem in Brazil, encompassing the businesses Renner, Camicado, Youcom, Realize CFI, and Repassa.

Renner's purpose is to deliver the best omnichannel experience in fashion, offering diverse styles for the mid-to-high segment. The brand aims to Enchant customers with high-quality products and services at competitive prices, consistently innovating with a focus on sustainability. Renner designs and sells apparel, footwear, and intimate fashion under proprietary lifestyle brands.

Camicado, acquired in 2011, has over 35 years of expertise in the Home & Decor segment. The brand provides a comprehensive assortment of products for décor, household items, small appliances, organization, bedding, tableware, and bath ware.

Youcom, established in 2013, is a brand inspired by the urban youth lifestyle, offering an omnichannel customer experience. The brand continues to expand, fulfilling its purpose of connecting and engaging young lifestyle consumers with contemporary fashion.

Ashua, a plus-size fashion brand launched in 2016, fosters female empowerment and celebrates diversity by offering modern collections with an emphasis on comfortable cuts and individual style, accessible through omnichannel experiences.

Realize is a financial institution that supports customer loyalty and convenience within the ecosystem, providing a suite of financial services including the Renner Card and Meu Cartão.

The company also operates Repassa, an online platform for the resale of apparel, footwear, and accessories.

Investor Relations

CFO and IRO
Daniel Martins dos Santos

Investor Relations
ri@lojasrenner.com.br

Fabiana Oliver
Maurício Tóller
Caroline Luccarini
Luciana Moura

Corporate Governance
gc@lojasrenner.com.br

Eloisa Sassen
Bruna Miranda
Ana Cristina Borelli
Pedro da Costa

Legal Disclaimer

Statements contained in this document regarding business outlook, operational and financial results, as well as expectations for the growth of Lojas Renner S.A., are merely forward-looking statements and, as such, are based solely on management's current expectations regarding the future of the business. These expectations are substantially dependent on market conditions, the performance of the Brazilian economy, the sector, and international markets, and are therefore subject to change without prior notice. All variations presented herein are calculated based on figures expressed in thousands of Brazilian reais, as are any rounding adjustments.

LOJAS RENNER S.A.

RENNER CAMICADO YOUCOM renner.com.br renner@lojasrenner.com.br

