



Resultados 2T26

LOJAS RENNER S.A.

RENNER CMICADO youcom realize ASHUA

Disciplina na busca por eficiência operacional e gestão de despesas preservando rentabilidade



Receita de varejo cresceu **1,1%**, com SSS de **0,5%** e vestuário avançou **2,5%**, com SSS de **1,5%**



Receita líquida por m² LTM de **R\$ 17,2 mil**, alta de **1,7%**



GMV digital cresceu **13,1%**, alcançando participação de **16,9%** sobre as vendas totais



Lucro bruto cresceu **1,8%** com margem **recorde** para um segundo trimestre, atingindo **57,5% (+0,4p.p.)** e vestuário **58,7% (+0,3p.p.)**



Disciplina na gestão de despesas, com crescimento de apenas 1,5% (+1,9% ex-IFRS 16)



EBITDA Varejo de **R\$ 791,2 MM (+2,3%)**, com margem de **21,4% (+0,2p.p.)**



Realize com resultado de **R\$ 53,5 MM** e nível de inadimplência estável e adequado



Lucro líquido de **R\$ 405 MM**, e lucro por ação de **R\$ 0,4165 (+3,5%) (ou +11,7% em bases comparáveis)**



Mais um trimestre de evolução no ROIC¹ LTM, que atingiu **15,1% (+1,9 p.p.)** em bases comparáveis², acima do custo de capital



Geração de **R\$ 135 MM** de fluxo de caixa livre, posição robusta de caixa de **R\$ 1,9 bi** e caixa líquido de **R\$ 1,2 bi**



Ciclo financeiro de 105 dias, com **redução de 3 dias** versus o 2T25



Recompra de **22,0 MM** de ações, totalizando **R\$ 313 MM** e deliberação de JCP de **R\$ 438 MM, no 1S26**



Inauguração de **44 unidades** LTM **+2,2%** de área de vendas



Destaque nos índices de sustentabilidade **ISE/B3** e **Dow Jones Best in Class**; divulgação 2ª edição do Relatório 2025 IFRS S1 e S2/CBPS 1 e 2

¹ Retorno 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.
² ROIC ajustado excluindo os efeitos da Resolução 4966.

Mensagem do CEO

O segundo trimestre de 2026 apresentou um crescimento de receita abaixo das nossas projeções. Esse desempenho refletiu, além da forte base comparativa do 2T25, um impacto mais pronunciado da Copa do Mundo no fluxo das lojas físicas e nos padrões de compra dos consumidores, acima do que havíamos previsto e do histórico observado em eventos anteriores. Apesar desse contexto, avançamos a margem bruta para patamares recordes, mantivemos uma gestão disciplinada dos estoques e exercemos um rígido controle de despesas, preservando rentabilidade, expandindo o ROIC¹ e o lucro líquido.

A receita líquida de varejo cresceu **1,1%** no trimestre, com avanço de **2,5%** em vestuário. Em uma visão de 2 anos, o crescimento foi de 19,8% e 23,1% respectivamente. Ao longo do trimestre, seguimos investindo em importantes iniciativas comerciais e de fortalecimento da marca. Nossa campanha de **Dia das Mães teve vendas recordes** para o evento, enquanto nossas *colabs* com o tema Brasilcore fortaleceram o engajamento dos clientes durante a Copa do Mundo. Também expandimos nosso portfólio de marcas próprias para o segmento de beleza com o lançamento da linha de fragrâncias da Alchemia, reforçando nossa capacidade de inovar e nos diferenciar.

Nosso canal digital manteve sua trajetória consistente, com avanço de **13,1% no GMV** e participação de **16,9%** das vendas totais do varejo. Em um período marcado por menor fluxo nas lojas físicas durante a Copa do Mundo, o ambiente digital se mostrou relevante para a captura da demanda dos clientes, impulsionado por ações comerciais direcionadas, ativações temáticas e iniciativas de gamificação. Esse desempenho reforça a relevância da nossa proposta omnicanal e a capacidade de nos engajar com os consumidores em diferentes momentos da jornada de compra.

Fortalecemos a qualidade estrutural do negócio entregando mais um trimestre com **margem bruta de varejo e vestuário recordes de 57,5% e 58,7%**, respectivamente, que resultou em crescimento de **1,8%** do lucro bruto. A expansão da margem foi impulsionada pela melhor gestão de estoques, maior participação de vendas a preço cheio e câmbio favorável, evidenciando nossa capacidade de capturar ganhos de eficiência do modelo operacional.

Um importante destaque neste trimestre foi a **disciplina na gestão das despesas operacionais**, que cresceram apenas **1,5%**, mesmo com pressão inflacionária e maiores investimentos relacionados à abertura de lojas no período. Esse desempenho reflete a consistência das iniciativas de eficiência, revisão de processos e ganhos de produtividade, sustentando nosso compromisso de diluição de despesas.

Esses avanços operacionais se traduziram em um EBITDA de varejo de **R\$ 791 milhões**, com expansão de **0,2 p.p.** na margem e lucro líquido ajustado de **R\$ 397 milhões**, representando um aumento de **8%** em base comparável, acompanhado por um avanço de **11,7%** no lucro por ação também em base comparável. Por mais um trimestre tivemos evolução sequencial do **ROIC¹ LTM, para 15,1%**, aumento de **1,9p.p.** em bases comparáveis². Durante o ano, recomparamos **22 milhões de ações**, correspondentes a **R\$ 313 milhões** e deliberamos **R\$ 438 milhões** em juros sobre capital próprio, resultando em uma **distribuição de 113% do lucro líquido** do semestre, refletindo nosso foco em uma alocação disciplinada de capital e no retorno aos acionistas.

Pautados pelo compromisso de transparência com o mercado, **revisamos a projeção de crescimento de receita líquida para o ano de 2026** de 9% a 13% **para 4% a 8%**, diante do desempenho de vendas abaixo do esperado no 2T26 e de uma conjuntura macroeconômica e competitiva mais desafiadora. A aceleração do crescimento no segundo semestre de 2026 será sustentada pela expansão da área de vendas, pela reinauguração de unidades relevantes, pelo avanço de iniciativas comerciais e, também por uma base comparativa mais favorável. **Para os anos de 2027 a 2030, mantemos a projeção de crescimento de receita líquida de 9% a 13%**. Todas as demais métricas projetadas para o ciclo 2026 até 2030 permanecem inalteradas.

Avançamos na execução da nossa estratégia de longo prazo apoiados nas iniciativas estruturais que sustentam nossas ambições para 2030: expansão de lojas, aumento da produtividade omni e crescimento do digital. O desempenho médio das lojas inauguradas neste ano e nos últimos anos está acima das nossas expectativas, reforçando a confiança no plano de expansão de 50 a 60 lojas para 2026, alcançando 570 a 600 lojas da Renner e 260 a 290 lojas da Youcom até 2030. A evolução em rentabilidade, geração de caixa e retorno sobre o capital investido, reafirma nosso compromisso na geração de valor para os acionistas.

Fabio Faccio – CEO

¹ Retorno 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.
² ROIC ajustado excluindo os efeitos da Resolução 4966.

Principais Indicadores Financeiros

6 de agosto de 2026 - A Lojas Renner S.A. (B3: LREN3), anuncia seus resultados do 2T26 e 6M26. 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	2T26	2T25	Δ	6M26	6M25	Δ
Receita líquida de varejo	3.689,2	3.649,7	1,1%	6.565,2	6.406,5	2,5%
Vendas em mesmas lojas - varejo	0,5%	17,3%	n.a	1,8%	14,5%	n.a
Receita líquida de vestuário	3.345,1	3.262,6	2,5%	5.909,9	5.703,4	3,6%
Vendas em mesmas lojas - vestuário	1,5%	18,5%	n.a	2,6%	15,7%	n.a
GMV digital (1P + 3P)	837,6	740,5	13,1%	1.464,7	1.324,3	10,6%
Penetração do GMV Digital	16,9%	15,2%	1,7p.p.	16,8%	15,1%	1,7p.p.
Margem bruta de varejo	57,5%	57,1%	0,4p.p.	57,1%	56,2%	0,9p.p.
Margem bruta de vestuário	58,7%	58,4%	0,3p.p.	58,4%	57,4%	1,0p.p.
Despesas operacionais (pós IFRS 16)	(1.341,2)	(1.320,8)	1,5%	(2.555,5)	(2.464,5)	3,7%
% Receita liq. de varejo	-36,4%	-36,2%	0,2p.p.	-38,9%	-38,5%	0,4p.p.
Despesas operacionais (ex IFRS 16)	(1.515,2)	(1.487,4)	1,9%	(2.903,1)	(2.797,3)	3,8%
% Receita liq. de varejo	-41,1%	-40,8%	0,3p.p.	-44,2%	-43,7%	0,5p.p.
EBITDA de varejo	791,2	773,4	2,3%	1.278,7	1.168,1	9,5%
Margem EBITDA de varejo	21,4%	21,2%	0,2p.p.	19,5%	18,2%	1,3p.p.
Resultado de serviços financeiros	53,5	118,5	-54,9%	176,4	308,9	-42,9%
EBITDA Total Ajustado	844,6	891,9	-5,3%	1.455,1	1.477,0	-1,5%
Margem EBITDA total	22,9%	24,4%	-1,5p.p.	22,2%	23,1%	-0,9p.p.
Fluxo de caixa livre	135,1	333,1	-59,4%	393,2	404,0	-2,7%
Lucro líquido	404,6	404,5	0,0%	661,9	625,5	5,8%
Margem Líquida	11,0%	11,1%	-0,1p.p.	10,1%	9,8%	0,3p.p.
Lucro por ação (R\$)	0,4165	0,4024	3,5%	0,6785	0,6115	11,0%
ROIC ¹ LTM	15,1%	14,1%	1,0p.p.	15,1%	14,1%	1,0p.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

7 de agosto 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_6CDMveE8Q3mhgW-lx3s9BA

LREN3

Fechamento em 31/07/2026

- Cotação
R\$ 13,60/ação
- Valor de mercado
R\$ 13,1 bilhões
- Ações em circulação
961,3 milhões



Desempenho
Varejo

Receita Líquida de Varejo

R\$ milhões	2T26	2T25	Δ	6M26	6M25	Δ
Receita líquida de varejo	3.689,2	3.649,7	1,1%	6.565,2	6.406,5	2,5%
Renner	3.414,1	3.376,8	1,1%	6.037,7	5.899,3	2,3%
Youcom	142,0	140,0	1,4%	263,6	246,5	6,9%
Camicado	133,1	132,9	0,2%	263,9	260,7	1,2%
Vendas em mesmas lojas	0,5%	17,3%	n.a	1,8%	14,5%	n.a
Receita líquida de vestuário	3.345,1	3.262,6	2,5%	5.909,9	5.703,4	3,6%
Vendas em mesmas lojas - vestuário	1,5%	18,5%	n.a	2,6%	15,7%	n.a
Dados operacionais						
GMV Digital (1P + 3P)	837,6	740,5	13,1%	1.464,7	1.324,3	10,6%
Participação do digital	16,9%	15,2%	1,7p.p.	16,8%	15,1%	1,7p.p.
Receita líquida do varejo/m² (R\$ mil)	4,49	4,54	-1,1%	7,99	7,97	0,3%
Ticket médio total (R\$)	228,8	226,9	0,8%	216,4	211,4	2,4%
Ticket médio dos cartões próprios (R\$)	315,4	318,8	-1,1%	300,1	294,8	1,8%
Área de vendas média (mil m²)	822,0	804,5	2,2%	821,9	804,3	2,2%

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 de varejo atingiu **R\$ 3.689,2 milhões**, crescimento de **1,1%** em relação a alta de 18,5% do 2T25. Em uma visão de 2 anos, a Companhia apresenta um crescimento de 19,8% (9,4% CAGR). No conceito de vendas em mesmas lojas (SSS), o crescimento foi de **0,5%**. Na categoria de vestuário, a receita líquida e o SSS cresceram **2,5%** e **1,5%**, respectivamente. Em uma visão de 2 anos, a Companhia apresenta um crescimento de 23,1% (10,9% CAGR). No 1S26, a receita líquida de varejo totalizou **R\$ 6.565,2 milhões**, crescimento de **2,5%** versus o 1S25. Na categoria de vestuário, a receita líquida e as vendas em mesmas lojas (SSS) cresceram **3,6%** e **2,6%**, respectivamente.

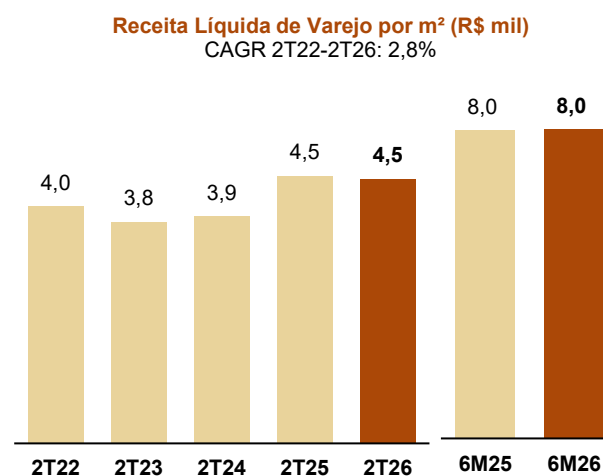
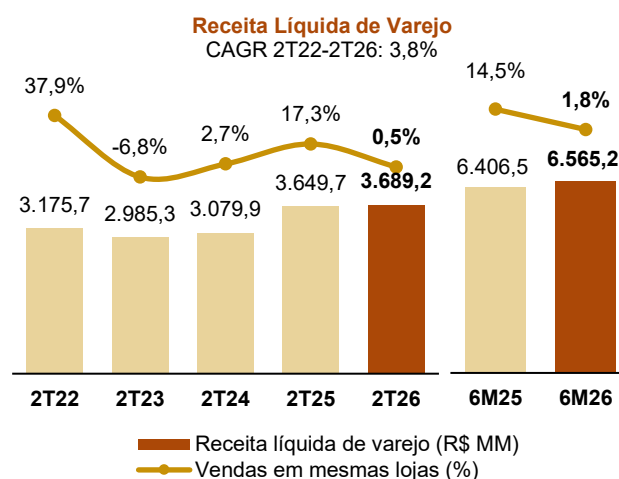
O desempenho no 2T26 ficou abaixo das expectativas iniciais da Companhia, refletindo um ambiente de consumo mais desafiador do que o previsto. Desde a elaboração das projeções para 2026, observou-se uma deterioração do cenário macroeconômico, com queda dos juros em ritmo mais lento e aumento do endividamento das famílias.

Os jogos da Copa do Mundo impactaram negativamente o fluxo nas lojas físicas e o perfil de consumo de forma mais intensa do que os padrões históricos. O trimestre também foi marcado por maior engajamento dos consumidores com plataformas de apostas esportivas e por um ambiente competitivo mais acirrado, com maior atividade de plataformas internacionais de cross-border após a isenção da tributação federal.

Diante deste contexto, a **Companhia revisou a projeção de crescimento** de receita líquida para 2026, de 9% a 13% para **4% a 8%**, refletindo o desempenho abaixo do esperado no 2T26 e uma conjuntura macroeconômica e competitiva mais desafiadora.

A expectativa para o segundo semestre é de reaceleração do crescimento, impulsionada por uma base comparativa mais favorável, pela expansão da área de vendas, reinauguração de unidades relevantes que foram reformadas ao longo de 2026 e pelo avanço de iniciativas comerciais, digitais e de inovação em produtos.

A Companhia mantém suas projeções de crescimento de 9% a 13% para os anos de 2027 a 2030.



Renner

A marca Renner registrou receita operacional líquida de **R\$ 3.414,1 milhões**, crescimento de **1,1%** versus o 2T25, em um trimestre marcado por uma base de comparação elevada. No 2T25, a receita líquida de varejo havia crescido 18,5%, impulsionada por temperaturas atipicamente mais baixas, que anteciparam a demanda por itens de inverno. Em 2026, embora a normalização das temperaturas em maio tenha favorecido as categorias invernais, o impacto no fluxo das lojas físicas durante a Copa e o ambiente competitivo mais agressivo resultaram em uma performance de vendas abaixo das expectativas.

Vale mencionar que a receita líquida foi negativamente impactada no trimestre em ~0,4 p.p. pela saída da categoria de Beleza da sistemática do ICMS Substituição Tributária no Estado de SP em 01/04/2026, que gera um efeito contábil sem impacto no Lucro Bruto. Esta mudança deve ser a mais relevante dentre os demais Estados.

Em relação às ativações comerciais do trimestre, destacaram-se a performance do Dia das Mães, com recorde de faturamento. As coleções desenvolvidas para a Copa do Mundo, incluindo *co/ab* com Guaraná Antarctica e com Ronaldinho Gaúcho, fortaleceram a conexão com os consumidores durante este evento. A coleção de São João foi destaque na utilização de jornada personalizada e contribuiu para elevar a relevância cultural da marca. Também no período, foi lançada a primeira linha de perfumes da Alchemia, ampliando o portfólio de marca própria da Renner e fortalecendo sua atuação em novas categorias.

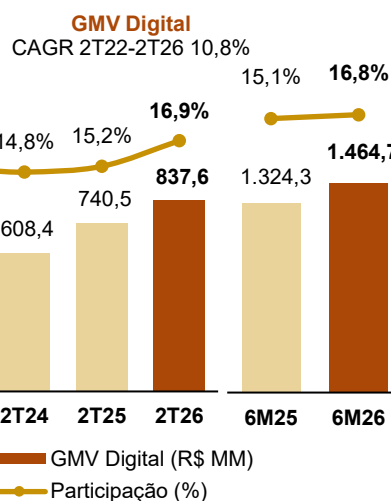
Digital

O GMV Digital cresceu **13,1%** no trimestre, com participação de **16,9%** e rentabilidade superior em relação ao 2T25.

A conversão evoluiu 19,7%, refletindo melhorias na experiência de compra e avanços na jornada digital, com destaque para a expansão da funcionalidade de busca por imagem e produtos similares para o app Renner, na sequência do lançamento do recurso na *web* no 1T26.

Em um ambiente de menor fluxo nas lojas físicas em junho por conta do evento da Copa do Mundo, o consumidor ficou mais propenso a compras *online*. Diante disso, ativações realizadas nos dias de jogos, iniciativas de CRM e o crescimento das Favoritas Renner (influenciadoras) contribuíram para ampliar o engajamento dos clientes e incrementar vendas.

O *app* Renner manteve sua liderança entre os *players* nacionais de moda, encerrando o período com 7,2 milhões de usuários ativos mensais (MAU). A Companhia também consolidou a liderança como o *site* e *app* de moda com maior número de visitas, refletindo a força da marca e a eficiência das estratégias de marketing digital.



Negócios especializados

A Camicado alcançou receita líquida de **R\$ 133,1 milhões**, estável em **0,2%**, refletindo um ambiente de consumo mais desafiador, sobretudo em junho. Ainda assim, houve expansão da base de clientes omni, com crescimento da frequência de compra. As iniciativas de CRM começaram a ganhar tração, permitindo a realização de campanhas mais segmentadas, como kits de presentes e ofertas direcionadas, com resultados iniciais positivos e potencial de intensificação ao longo do segundo semestre.

A Youcom registrou receita líquida de **R\$ 142,0 milhões**, crescimento de **1,4%** sobre a alta de 21,7% registrada no 2T25, refletindo uma base de comparação mais forte e um cenário de consumo mais desafiador, especialmente em junho. O desempenho também foi impactado por efeitos temporários, acima do esperado, relacionados à transição de sistemas, que afetaram o abastecimento das lojas em parte do período. A implantação de sistema mencionada já foi concluída e a operação foi normalizada.



youcom



CAMICADO

Lucro Bruto e Margem de Varejo

R\$ milhões	2T26	2T25	Δ	6M26	6M25	Δ
Lucro bruto de varejo	2.121,3	2.084,3	1,8%	3.751,3	3.602,2	4,1%
Margem bruta de varejo	57,5%	57,1%	0,4p.p.	57,1%	56,2%	0,9p.p.
Renner	57,2%	56,9%	0,3p.p.	56,9%	56,0%	0,9p.p.
Youcom	63,7%	63,7%	0,0p.p.	62,5%	62,0%	0,5p.p.
Camicado	57,9%	55,9%	2,0p.p.	56,8%	55,6%	1,2p.p.
Lucro bruto de vestuário	1.963,7	1.906,3	3,0%	3.450,6	3.274,8	5,4%
Margem bruta de vestuário	58,7%	58,4%	0,3p.p.	58,4%	57,4%	1,0p.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.

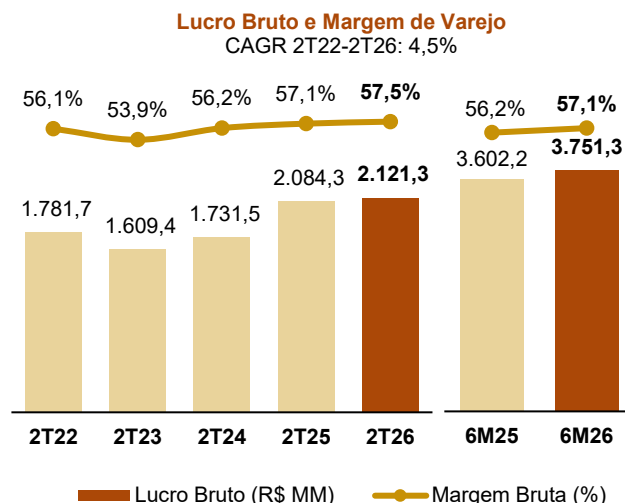
Consolidado

O lucro bruto consolidado de varejo totalizou **R\$ 2.121,3 milhões**, alta de **1,8%** na comparação anual. A margem bruta consolidada do varejo avançou **0,4 p.p.**, atingindo um **recorde de 57,5%**, e a de vestuário evoluiu **0,3 p.p.**, alcançando o **recorde 58,7%**, mesmo sobre uma base de comparação recorde no 2T25.

A expansão da margem foi impulsionada principalmente pelo desempenho comercial, destacando-se a maior participação de vendas a preço cheio e ganhos decorrentes de maior reatividade da cadeia de suprimentos, além de um cenário cambial mais favorável.

A Companhia encerrou o período com alta de **6,5%** no saldo dos estoques versus o 2T25, enquanto o prazo médio de estoques (LTM) aumentou em 1 dia, para 123 dias. A Companhia manteve a gestão de estoque eficiente, com alocação mais precisa nas lojas. As ações promocionais realizadas de forma pontual mantiveram a qualidade dos estoques, com a participação de itens acima de 16 semanas inferior em **11,9%** ao mesmo período do ano anterior. O estoque segue ajustado à demanda futura, com quantidade e redução de idade, mesmo diante do ambiente de vendas mais desafiador observado em junho.

No 1S26, o lucro bruto consolidado de varejo totalizou **R\$ 3.751,3 milhões**, expansão de **4,1%** em relação ao ano anterior. A margem bruta consolidada atingiu **57,1%**, **recorde para um primeiro semestre**, com avanço de **0,9p.p.** A margem bruta de vestuário evoluiu **1,0p.p.**, e alcançou **58,4%**.



Renner

A Renner apresentou margem bruta de **57,2%**, aumento de **0,3p.p.** versus o ano anterior. O avanço refletiu principalmente o maior volume de vendas a preço cheio e a evolução do modelo de abastecimento, que permitiu maior precisão na alocação dos produtos. Apesar dos avanços em margem bruta, a Companhia manteve-se atenta a um ambiente de consumo mais sensível, preservando a sua competitividade, com repasse de preços abaixo da inflação.

Negócios especializados

A Camicado apresentou margem bruta de **57,9%**, aumento de **2,0p.p.**, resultado de uma execução comercial consistente, com destaque para a evolução de **4p.p.** na participação da marca própria Home & Style e uma gestão eficiente de estoques. A Youcom, por sua vez, apresentou margem bruta de **63,7%**, estável versus o ano anterior.

Despesas Operacionais de Varejo

R\$ MM	2T26	2T25	Δ
Despesas operacionais (pós IFRS 16)	(1.341,2)	(1.320,8)	1,5%
Vendas	(892,4)	(861,2)	3,6%
Gerais e administrativas	(398,7)	(393,8)	1,2%
PPR e ILP	(50,1)	(65,8)	-23,9%
Despesas operacionais (ex IFRS 16)	(1.515,2)	(1.487,4)	1,9%
Vendas	(1.040,5)	(1.002,2)	3,8%
Gerais e administrativas	(424,6)	(419,4)	1,2%
PPR e ILP	(50,1)	(65,8)	-23,9%

R\$ MM	6M26	6M25	Δ
Despesas operacionais (pós IFRS 16)	(2.555,5)	(2.464,5)	3,7%
Vendas	(1.702,9)	(1.618,5)	5,2%
Gerais e administrativas	(765,1)	(747,2)	2,4%
PPR e ILP	(87,5)	(98,8)	-11,4%
Despesas operacionais (ex IFRS 16)	(2.903,1)	(2.797,3)	3,8%
Vendas	(1.998,4)	(1.900,2)	5,2%
Gerais e administrativas	(817,2)	(798,3)	2,4%
PPR e ILP	(87,5)	(98,8)	-11,4%

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 Despesas Gerais e Administrativas.

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: Valores da contraprestação de arrendamento: R\$ (174,0) MM no 2T26, R\$ (166,6) no 2T25, R\$ (347,6) MM no 6M26 e R\$ (332,8) no 6M25.

As despesas operacionais totalizaram **R\$ 1.341,2 milhões**, crescimento de **1,5%**. Na visão ex IFRS 16, que inclui os pagamentos de arrendamento, as despesas atingiram **R\$ 1.515,2 milhões**, aumento de **1,9%**.

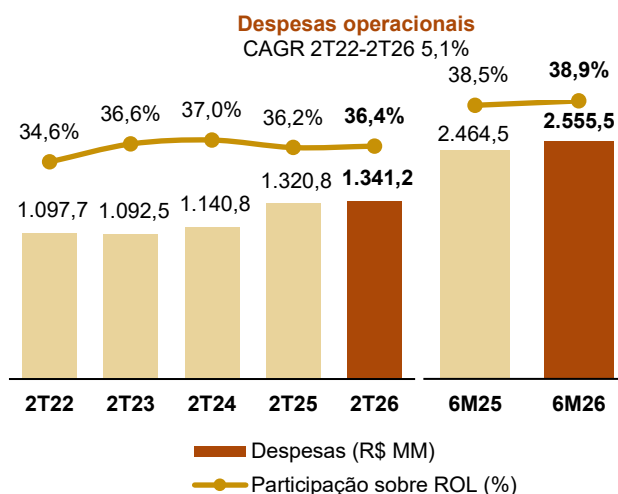
As despesas operacionais cresceram acima da receita em razão dos menores volumes de vendas, principalmente em junho. Apesar desse contexto e, mesmo com inflação e crescimento de área de 2,2%, a Companhia manteve disciplina na gestão de despesas ao longo do trimestre, refletindo iniciativas de eficiência, revisão de processos e ganhos de produtividade.

Quanto as Despesas com Vendas cresceram **3,6%**, impactadas, principalmente, pelo aumento de área, já mencionada, fruto do plano de expansão em curso. Já as despesas de G&A cresceram em linha com o aumento das receitas, resultado da implementação de iniciativas de eficiência, conforme mencionado.

Por fim, as despesas relacionadas ao Programa de Participação de Resultados (PPR) e aos Incentivos de Longo Prazo (ILP) totalizaram **R\$ 50,1 milhões** (R\$ 65,8 milhões no 2T25), **redução de 24%**. Mais informações vide NE 34.4.

No 1S26, as despesas operacionais somaram **R\$ 2.555,5 milhões**, crescimento de **3,7%**. Na visão ex IFRS 16, as despesas operacionais somaram **R\$ 2.903,1 milhões**, crescimento de **3,8%** versus o 1S25. As despesas de G&A, preponderantemente fixas, cresceram **2,4%**, resultado da implementação de iniciativas de eficiência, conforme já mencionado.

A Companhia reforça a projeção divulgada 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 as despesas operacionais de 2025.



EBITDA de Varejo

R\$ milhões	2T26	2T25	Δ	6M26	6M25	Δ
Lucro Bruto	2.121,3	2.084,3	1,8%	3.751,3	3.602,2	4,1%
Despesas Operacionais	(1.341,2)	(1.320,8)	1,5%	(2.555,5)	(2.464,5)	3,7%
Outras receitas/despesas	11,1	9,9	12,1%	82,9	30,4	172,7%
EBITDA de varejo	791,2	773,4	2,3%	1.278,7	1.168,1	9,5%
Margem EBITDA de varejo	21,4%	21,2%	0,2p.p.	19,5%	18,2%	1,3p.p.
EBITDA de varejo (ex IFRS 16)	617,2	606,8	1,7%	931,3	835,5	11,5%
Margem EBITDA de varejo (ex IFRS 16)	16,7%	16,6%	0,1p.p.	14,2%	13,0%	1,2p.p.

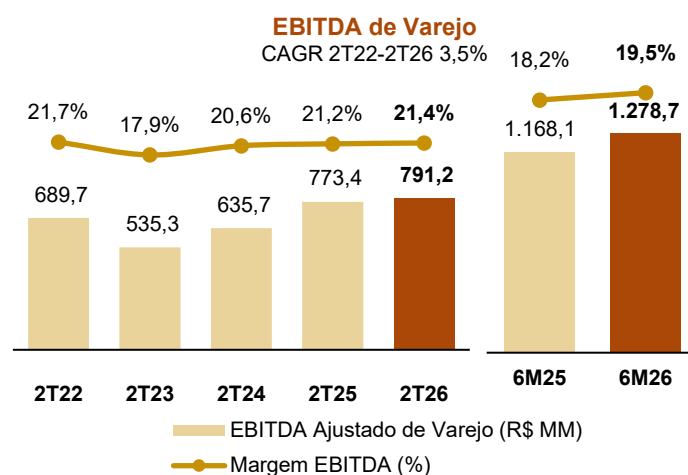
Nota 1: Margem EBITDA de Varejo está relacionada à receita líquida de varejo.

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\$ 791,2 milhões**, crescimento de **2,3%** versus o 2T25, alcançando margem de **21,4%**, maior em **0,2p.p.** em relação ao ano anterior. Na visão ex IFRS 16, o EBITDA de varejo foi de **R\$ 617,2 milhões**, com margem de **16,7%**, maior em **0,1p.p.** versus o 2T25. Este desempenho foi fruto da melhora da margem bruta de varejo de **0,4p.p.**, e crescimento de despesas em ritmo controlado. Em bases comparáveis, excluindo o montante de outras receitas e despesas, o EBITDA de varejo teria sido R\$ 780,1 milhões versus R\$ 763,5 milhões no 2T25, crescimento de 2,2%, com margem superior em 0,2p.p.

O EBITDA ajustado de varejo no 1S26 atingiu **R\$ 1.278,7 milhões**, crescimento de **9,5%** versus o 1S25, alcançando margem de **19,5%**, maior em **1,3p.p.** Na visão ex IFRS 16, o EBITDA ajustado de varejo foi de **R\$ 931,3 milhões**, com margem de **14,2%**, maior em **1,2p.p.** Em bases comparáveis, excluindo o montante de outras receitas e despesas, o EBITDA de varejo teria sido R\$ 1.195,8 milhões versus R\$ 1.137,7 milhões no 1S25, crescimento de 5,1%, com margem superior em 0,4p.p.

No contexto das projeções divulgadas 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**.



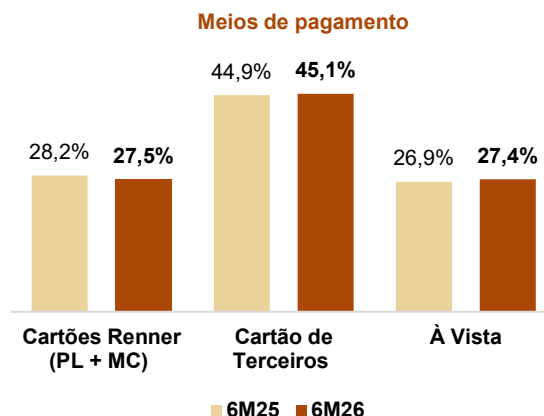
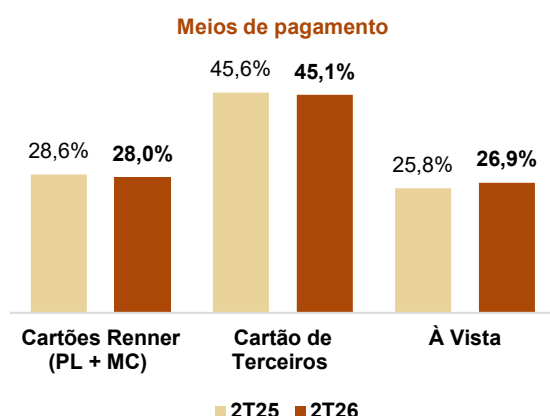


Desempenho
Serviços Financeiros

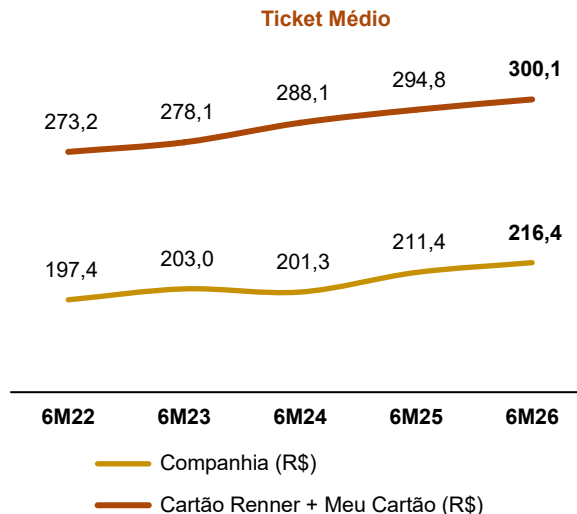
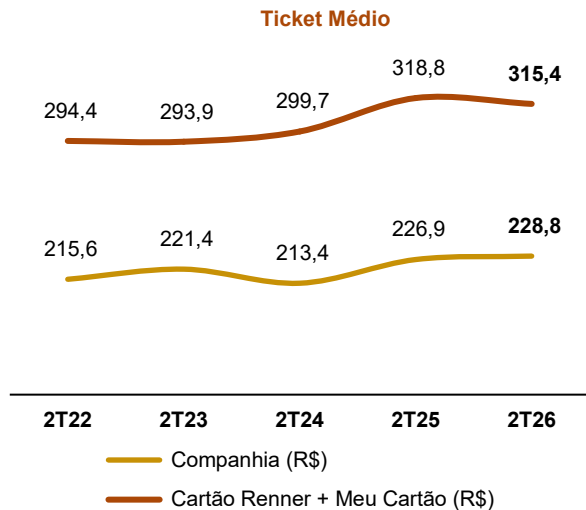
Serviços Financeiros

Meios de pagamento e base ativa de clientes

A participação dos cartões próprios nas vendas foi de **28,0%**, uma redução de **0,6p.p.** versus o mesmo trimestre do ano anterior e está diretamente relacionada à política de crédito seletiva adotada pela Companhia. Essa estratégia reduziu novas originações e, consequentemente, limitou o crescimento da base de clientes ativos, que encerrou o trimestre em **4,7 milhões**, estável versus o mesmo trimestre do ano anterior.



O ticket médio das vendas através dos cartões próprios reduziu **1,0%**, para **R\$ 315,4**, ainda assim, mantendo-se 40% superior ao ticket médio total da Companhia, demonstrando o papel fidelizador e alavancador da Realize ao varejo.



■ Carteira de Crédito

(R\$ milhões)	30/06/2026 até 540 dias		30/06/2026 Ajustado até 540 dias		30/06/2025 até 540 dias		Δ	
Carteira total	6.650,4	100,0%	6.443,7	100,0%	6.511,5	100,0%	-1,0%	-
A vencer	4.572,4	68,8%	4.572,4	71,0%	4.662,5	71,6%	-1,9%	-0,6p.p.
Vencida	2.078,0	31,2%	1.871,3	29,0%	1.849,0	28,4%	1,2%	0,6p.p.
Carteira total	6.650,4	100,0%	6.443,7	100,0%	6.511,5	100,0%	-1,0%	-
Estágio 1	3.325,5	50,0%	3.325,5	51,6%	3.599,7	55,3%	-7,6%	-3,7p.p.
Estágio 2	1.562,4	23,5%	1.562,4	24,2%	1.361,0	20,9%	14,8%	3,3p.p.
Estágio 3	1.762,5	26,5%	1.555,8	24,1%	1.550,8	23,8%	0,3%	0,3p.p.

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

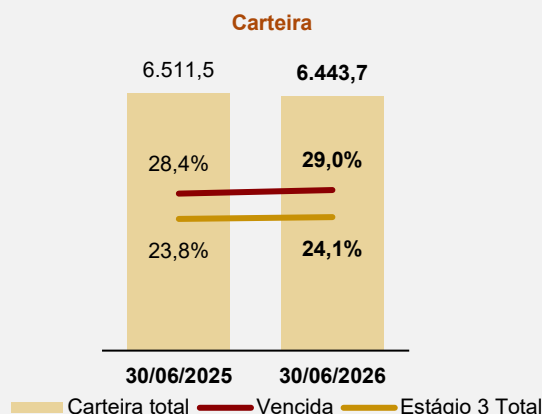
Estágio 2: Atraso de 31 a 89 dias ou renegociação adimplente ou utilização do *overlimit* para o produto Meu Cartão, projetada para 12 meses.

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

A partir de 01/01/2025 a Companhia ampliou o prazo para baixa de ativos vencidos de 360 dias para 540 dias e passou a reconhecer receita de juros de atraso para até 90 dias ante 60 dias no modelo anterior. Em 30/06/2026 o critério de baixa de ativos alcançou a sua base de comparação, por esta razão, a Companhia passa a apresentar as carteiras ativas até 540 dias. Já em relação ao reconhecimento adicional de juros a carteira ainda não alcançou sua base de comparação, diante disto, apresentamos em destaque as carteiras comparáveis.

A carteira total teve uma **redução marginal de 1,0%**, 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.

O aumento de **0,6 p.p.** na participação da carteira vencida e **0,3p.p.** no estágio 3 total (a vencer e vencida) resulta em parte da menor originação da carteira em dia, dado a seletividade de novas concessões e de um ambiente de crédito com aumento do endividamento das famílias. Em 30/06/2026, havia 83,7 milhões de brasileiros inadimplentes versus 77,8 milhões em 30/06/2025, representando cerca de metade da população economicamente ativa, conforme Mapa de Inadimplência da Serasa.



Por fim, a cobertura para perdas da carteira total atingiu **21,6%**, estável ante o ano anterior. Já a cobertura da carteira no estágio 3 total (vencer e vencida) encerrou o trimestre em **89,3%**, nível adequado para o risco atual da carteira.

(R\$ milhões)	30/06/2026 até 540 dias	30/06/2026 Ajustado até 540 dias	30/06/2025 até 540 dias	Δ
Provisão para perdas	(1.550,9)	(1.389,7)	(1.381,9)	0,6%
Cobertura total	23,3%	21,6%	21,2%	0,4p.p.
Cobertura vencidos	74,6%	74,3%	74,7%	-0,4p.p.
Cobertura estágio 3	88,0%	89,3%	89,1%	0,2p.p.

■ Resultado de Serviços Financeiros

(R\$ milhões)	2T26	2T25 Ajustado	Δ	2T25 Reportado
Receitas, líquidas de <i>funding</i>	509,2	519,5	-2,0%	519,5
Perdas em créditos, líquidas das recuperações	(298,6)	(305,7)	-2,3%	(255,7)
Despesas operacionais	(157,1)	(145,3)	8,1%	(145,3)
Resultado de serviços financeiros	53,5	68,5	-21,9%	118,5
% sobre o EBITDA Total (pós IFRS 16)	6,3%	7,7%	-1,4p.p.	13,3%
% sobre o EBITDA Total (ex IFRS 16)	8,0%	9,4%	-1,4p.p.	16,3%

(R\$ milhões)	6M26	6M25 Ajustado	Δ	6M25 Reportado
Receitas, líquidas de <i>funding</i>	1.006,7	1.023,1	-1,6%	1.023,1
Perdas em créditos, líquidas das recuperações	(531,4)	(547,9)	-3,0%	(432,9)
Despesas operacionais	(298,9)	(281,3)	6,3%	(281,3)
Resultado de serviços financeiros	176,4	193,9	-9,0%	308,9
% sobre o EBITDA Total (pós IFRS 16)	20,9%	21,7%	-0,8p.p.	34,6%
% sobre o EBITDA Total (ex IFRS 16)	23,0%	23,6%	-0,6p.p.	37,6%

A mudança no prazo de baixa de ativos vencidos de 360 dias para 540 dias, já mencionada, beneficiou o resultado do 2T25 e 6M25, respectivamente em **R\$ 50 milhões** e **R\$ 115 milhões**, na linha de Perdas em Créditos. Para fins de comparabilidade com 2026, este efeito foi revertido e apresentado na coluna 2T25 ajustado e 6M25 ajustado.

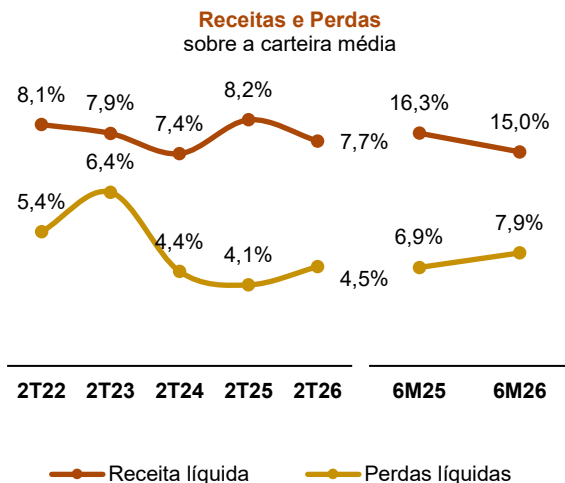
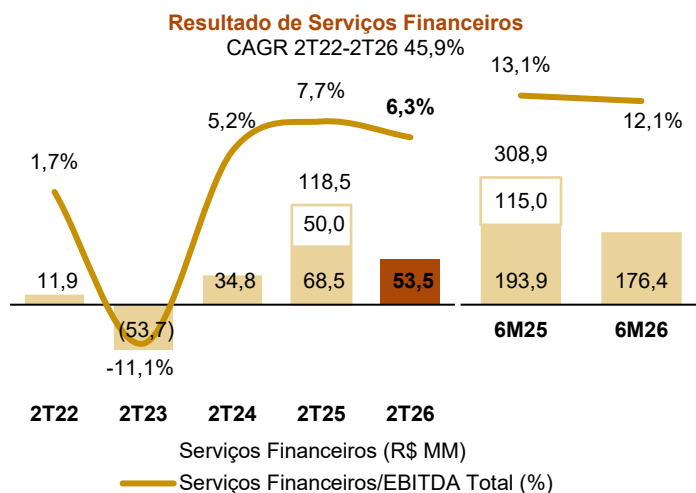
As receitas do trimestre reduziram **2,0%** em relação ao mesmo período do ano anterior, e representaram **7,7%** do total da carteira média, queda de 0,5 p.p., refletindo, principalmente, a redução de receitas com juros de atraso. Esse movimento está associado a menor representatividade das safras de atraso mais curto (1 a 90 dias), resultado da manutenção de uma política de crédito seletiva. Vale destacar que, a partir de 01/01/2025, A Companhia passou a reconhecer as receitas de juros de atraso sobre a parcela da carteira vencida entre 61 a 90 dias. Dessa forma, desde o 1T26 a comparabilidade entre os períodos já está estabelecida.

As perdas em crédito foram **2,3% menores**, no entanto a representatividade sobre o total da carteira média aumentou 0,4p.p., alcançando **4,5%**, refletindo a necessidade de provisionamento adequada para o atual nível de risco do portfólio em atraso. 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.

Por fim, as despesas operacionais cresceram **8,1%** no trimestre. Parte dessa variação decorre da calendarização de despesas e não significam um novo patamar.

Diante deste contexto, o resultado de serviços financeiros do trimestre totalizou **R\$ 53,5 milhões**, menor em **21,9%** em relação ao 2T25 ajustado em bases comparáveis. Já o acumulado de seis meses ainda que menor em **9,0%** ante o mesmo período do ano anterior, totalizou um forte resultado de **R\$ 176,4 milhões**, não obstante à maior seletividade de concessão de crédito.

A Companhia reitera a projeção divulgada em dezembro de 2025, segundo a qual o resultado operacional anual da Realize deverá representar entre 8% e 12% do EBITDA total ex IFRS 16. A operação segue contribuindo para o fortalecimento do ecossistema por meio do crescimento sustentável do negócio, alinhada à estratégia da Companhia e ao seu papel como alavanca de fidelização dos clientes, com impacto positivo na experiência de compra e nas vendas do varejo.





Indicadores Consolidados

EBITDA Total Ajustado

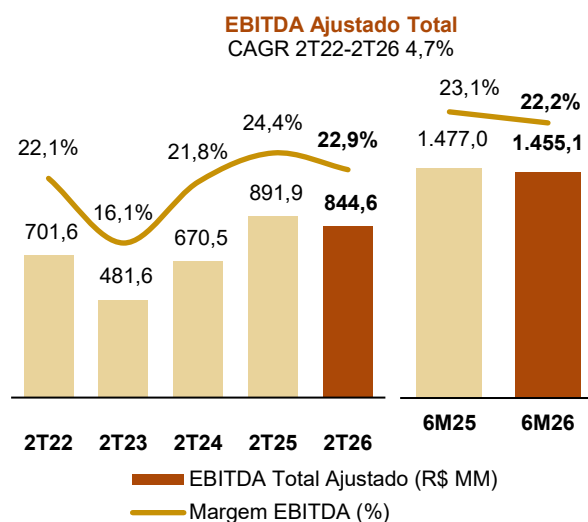
R\$ milhões	2T26	2T25	Δ	6M26	6M25	Δ
Lucro Líquido do Período	404,6	404,5	0,0%	661,9	625,5	5,8%
Imposto de Renda e Contribuição Social	88,6	107,6	-17,7%	98,6	141,0	-30,1%
Resultado Financeiro, Líquido	33,4	45,9	-27,2%	55,5	64,3	-13,7%
Depreciações e amortizações	317,0	324,0	-2,2%	633,2	628,9	0,7%
EBITDA Total	843,6	882,0	-4,4%	1.449,2	1.459,7	-0,7%
Plano de Opção de Compra de Ações	3,2	8,6	-62,8%	7,8	12,3	-36,6%
Resultado da Venda ou Baixa de Ativos	(2,2)	1,3	NA	(1,9)	5,0	NA
EBITDA Total Ajustado	844,6	891,9	-5,3%	1.455,1	1.477,0	-1,5%
Margem EBITDA Total Ajustado	22,9%	24,4%	-1,5p.p.	22,2%	23,1%	-0,9p.p.
EBITDA Total Ajustado (ex IFRS 16)	670,6	725,3	-7,5%	1.107,5	1.144,2	-3,2%
Margem EBITDA Total Ajustado (ex IFRS 16)	18,2%	19,9%	-1,7p.p.	16,9%	17,9%	-1,0p.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\$ 844,6 milhões**, queda de **5,3%** e de **1,5p.p.** na margem. O resultado refletiu principalmente o desempenho do segmento de varejo. Na visão ex IFRS 16, o EBITDA Total ajustado foi de R\$ 670,6 milhões, com queda de 1,7p.p. na margem versus o 2T25. Excluindo os efeitos extraordinários do varejo e de serviços financeiros, o EBITDA ajustado total teria sido R\$ 833,5 milhões, maior em 0,2% versus 2T25, com margem de 22,6% (-0,2p.p.).

No 1S26, o EBITDA Total Ajustado somou **R\$ 1.455,1 milhões**, queda de **1,5%**, com redução de **0,9p.p.** na margem. Na visão ex IFRS 16, o EBITDA Total ajustado foi de R\$ 1.107,5 milhões, com queda de 1,0p.p. na margem versus o 6M25. Excluindo os efeitos extraordinários do varejo e de serviços financeiros, o EBITDA ajustado total teria sido R\$ 1.372,2 milhões, maior em 3,0% versus 1S25, com margem de 20,9% (+0,1p.p.).



Investimentos e expansão

Investimentos

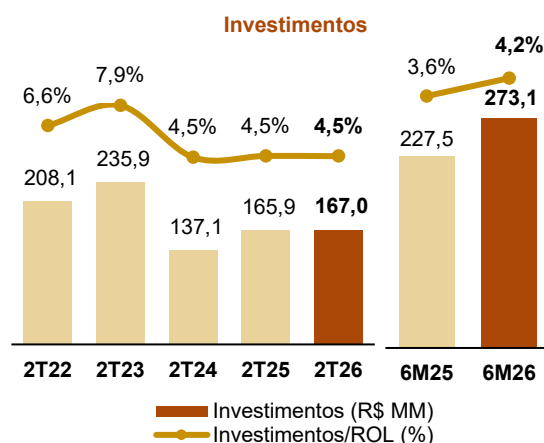
(R\$ MM)	2T26	2T25	6M26	6M25
Novas lojas	50,4	14,3	71,6	18,0
Remodelação de instalações e outros	57,1	70,1	90,4	99,8
Sistemas e equipamentos de tecnologia	54,3	77,5	102,7	101,9
Logística e outros	5,2	4,0	8,3	7,7
Total dos investimentos	167,0	165,9	273,1	227,5

Os investimentos totalizaram **R\$ 167,0 milhões**. No 2T26, foram realizadas 14 inaugurações, sendo 2 da marca Renner, 3 da Camicado e 9 da Youcom. No 1S26 foram inauguradas 16 lojas, sendo 3 da marca Renner, 3 da Camicado e 10 da Youcom. O investimento no semestre foi de R\$ 273,1 milhões.

A Companhia alocou capital em remodelações e na manutenção de lojas, estratégia que visa aprimorar a experiência do cliente, aumentar a eficiência operacional e, consequentemente, impulsionar os resultados.

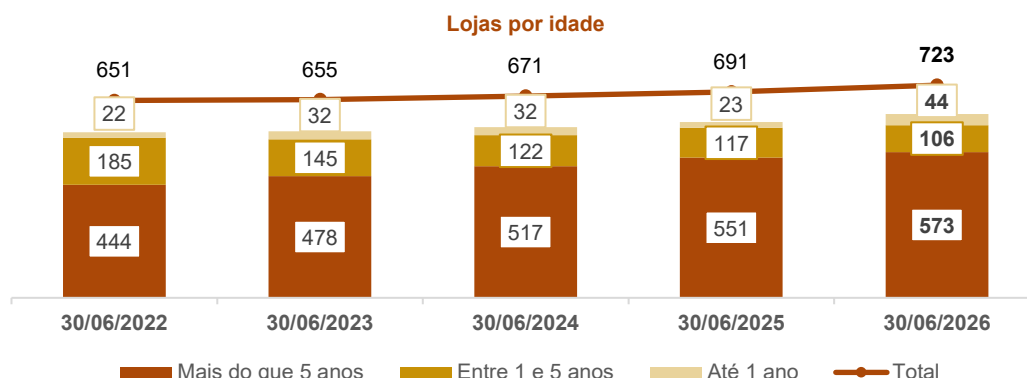
Até o momento, houve avanço no processo de renovação de 7 lojas relevantes da marca Renner, com 5 unidades já entregues e 2 entregas adicionais previstas para o 3T (Shopping Eldorado-SP e Tijuca-RJ). Na Youcom, foi realizada a reforma da loja do Shopping Iguatemi Porto Alegre, entregue no 2T26. Na Camicado, foi realizada a reforma da loja do Shopping Morumbi-SP, entregue no 1T26.

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. A projeção 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, a projeção é alcançar entre 260 e 290 unidades até 2030. A Companhia mantém a projeção anual de Capex/ROL entre 6% e 7,5%



Lojas em operação por unidade de negócio

Quantidade de lojas	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26
Renner	431	432	443	444	446
Aberturas	2	1	11	1	2
Fechamentos	-	-	-	-	-
Camicado	102	102	104	102	100
Aberturas	-	1	2	-	3
Fechamentos	(1)	(1)	-	(2)	(5)
Youcom	139	142	152	152	161
Aberturas	4	3	10	1	9
Fechamentos	-	-	-	(1)	-
Ashua	19	18	18	17	16
Aberturas	-	-	-	-	-
Fechamentos	-	(1)	-	(1)	(1)
Total	691	694	717	715	723
Aberturas	6	5	23	2	14
Fechamentos	(1)	(2)	-	(4)	(6)



Depreciações e Amortizações

As Depreciações e Amortizações relacionadas ao imobilizado e intangível totalizaram **R\$ 188,3 milhões** no trimestre, estável versus o 2T25. Já a Depreciação do Direito de Uso - IFRS 16, totalizou **R\$ 128,7 milhões**, menor em **8,8%** versus o mesmo período do ano anterior.

Repassa

Em 30 de junho de 2026, a Lojas Renner S.A. concluiu a venda de 100% da Repassa, plataforma digital de revenda de vestuário, calçados e acessórios, para a Vestuá Limited, holding inglesa com operações no Chile e no México, especializada em moda circular e revenda de itens usados.

Como contrapartida, a Companhia recebeu uma participação acionária minoritária na adquirente, por meio da emissão de ações equivalentes a aproximadamente 5,56% do capital social da Vestuá Limited. Com a conclusão da transação, a Repassa deixará de ser consolidada nas demonstrações financeiras da Companhia. A partir do terceiro trimestre de 2026, esse investimento passará a compor o portfólio da RX Ventures, fundo de *venture capital* da Renner.

A operação foi impulsionada pela identificação de fortes sinergias entre as duas empresas, em um movimento alinhado aos compromissos de sustentabilidade da Lojas Renner S.A.

Mais detalhes nas Notas Explicativas: N.E. 3.7 – Alienação de Participação Societária – Repassa e N.E. 12.2– Investimentos.

Gestão Financeira

Fluxo de Caixa Livre

(R\$ MM)	2T26	2T25	Δ R\$	6M26	6M25	Δ R\$
EBITDA Total Ajustado (ex IFRS 16)	670,6	725,3	(54,7)	1.107,5	1.144,2	(36,7)
(+/-) IR, CSLL/Receitas Financeiras	7,9	(33,3)	41,2	(15,5)	(75,6)	60,1
Fluxo de Caixa Operacional	678,5	692,0	(13,5)	1.092,0	1.068,6	23,4
(+/-) Variação Capital de Giro	(376,4)	(175,3)	(201,1)	(402,8)	(409,7)	6,9
Contas a Receber	(348,8)	(516,4)	167,6	671,5	407,0	264,5
Obrigações com Administradora de Cartões	(44,5)	10,4	(54,9)	(177,5)	(136,1)	(41,4)
Estoques	110,9	267,6	(156,7)	(224,2)	(27,7)	(196,5)
Fornecedores	(40,8)	(87,8)	47,0	(211,9)	(479,6)	267,7
Impostos a Recuperar / Pagar	48,0	51,0	(3,0)	(267,7)	(199,6)	(68,1)
Outras Contas a Receber/Pagar	(101,3)	99,9	(201,2)	(193,0)	26,3	(219,3)
(-) Capex	(167,0)	(183,5)	16,5	(296,1)	(254,9)	(41,2)
(=) Fluxo de Caixa Livre	135,1	333,1	(198,0)	393,2	404,0	(10,8)

A redução da geração operacional de caixa, ainda que positiva, refletiu o menor EBITDA do trimestre e a maior necessidade de capital de giro, tanto pelo leve aumento de estoques quanto a outros ativos e passivos operacionais em comparação com o 2T25. No 1S26, a menor geração de caixa operacional decorreu principalmente da redução do EBITDA e do maior volume de investimentos realizados no período.

(Caixa) Endividamento Líquido

	30/06/2026	31/12/2025	31/03/2025
Financiamentos de Operações de Crédito ao Cliente	757,8	379,9	424,5
Circulante	709,4	21,1	413,4
Não Circulante	48,4	358,8	11,0
Endividamento Bruto	757,8	379,9	424,5
Caixa e Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras	(1.917,0)	(1.902,8)	(1.630,8)
(Caixa) Endividamento Líquido	(1.159,2)	(1.522,9)	(1.206,3)

O caixa líquido da Companhia reduziu **R\$ 363,8 milhões** versus dezembro de 2025, em razão principalmente da utilização de **R\$ 313,1 milhões** para a recompra de ações, bem como do pagamento de JSCP no montante total de **R\$ 384,2 milhões** ambos realizados no 1S26. Estes movimentos foram parcialmente compensados pela geração de fluxo de caixa livre de **R\$ 393,2 milhões** no período.

Resultado Financeiro

	2T26	2T25	Δ	6M26	6M25	Δ
Receitas Financeiras	44,4	27,5	61,3%	90,4	75,3	19,9%
Rendimentos de equivalentes de caixa e aplicações financeiras	36,4	26,1	39,6%	66,9	68,8	-2,8%
Juros Selic sobre créditos tributários	8,0	1,4	454,3%	23,5	6,6	258,5%
Despesas Financeiras	(66,0)	(62,0)	6,4%	(129,5)	(134,7)	-3,9%
Juros de empréstimos, financiamentos e debêntures	(0,0)	(0,0)	0,0%	(0,0)	(9,7)	-99,9%
Juros sobre arrendamentos	(66,0)	(62,0)	6,4%	(129,5)	(125,1)	3,5%
Variações cambiais e correções monetárias, líquidas	(14,3)	(14,0)	1,8%	(12,1)	(13,2)	-8,0%
Outras receitas e (despesas)	2,5	2,7	-6,7%	(4,3)	8,2	NA
Resultado Financeiro	(33,4)	(45,9)	27,1%	(55,5)	(64,3)	-13,7%

O Resultado Financeiro foi negativo em **R\$ 33,4 milhões**, versus **R\$ 45,9 milhões** negativos no 2T25. A melhora foi decorrente do aumento dos rendimentos de caixa e aplicações financeiras, fruto do maior volume médio de recursos investidos. No 1S26, o Resultado Financeiro foi negativo em R\$ 55,5 milhões versus R\$ 64,3 milhões negativos no 1S25.

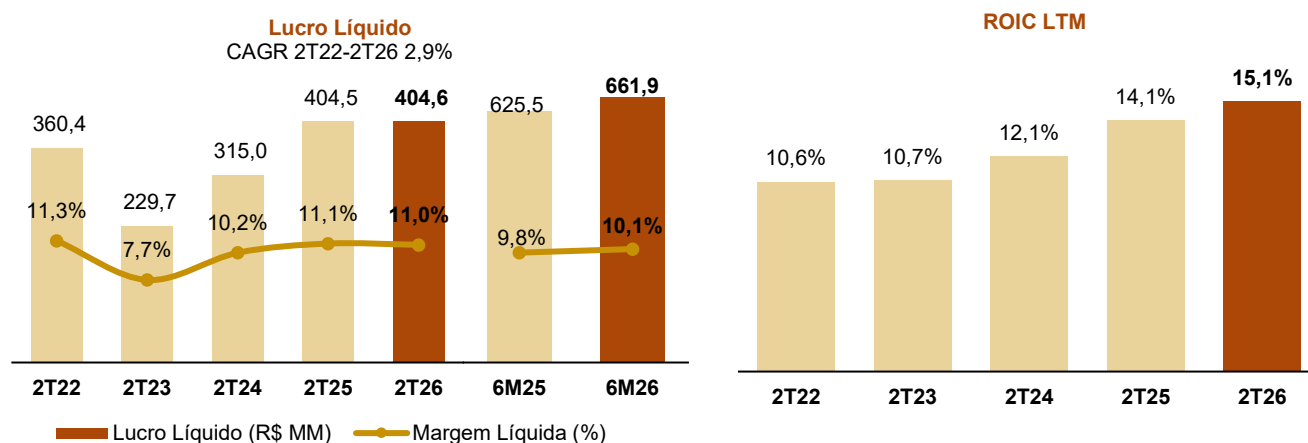
Lucro Líquido e ROIC

O Lucro Líquido de **R\$ 404,6 milhões** foi estável versus o mesmo trimestre do ano anterior, reflexo da performance operacional, apesar da menor alíquota efetiva de IR e CS de 18,0% (vide NE 11.4). O lucro por ação no trimestre foi de **R\$ 0,4165**, maior em **3,5%** versus o 2T25.

Excluindo os efeitos extraordinários já mencionados, líquidos de tributos, o Lucro Líquido foi de R\$ 397,3 milhões, maior em 8% versus o mesmo trimestre do ano anterior. Já o lucro por ação comparável foi de **R\$ 0,4090**, maior em **11,7%** versus o 2T25.

No trimestre, foram destinados aos acionistas **R\$ 220,4 milhões** de Juros sobre Capital Próprio (R\$ 203,1 milhões no 2T25), correspondentes a **R\$ 0,229299** por ação (R\$ 0,203027 no 2T25), cujo pagamento foi efetuado a partir de 14/07/2026. No 1S26, somando a deliberação de JSCP e recompra de ações, a Companhia distribuiu aos acionistas R\$ 750,9 milhões, resultando em uma **distribuição de 113% do lucro líquido** do semestre. A Companhia mantém a projeção de distribuição de capital de **50% a 80%** do lucro líquido anual para o período de 2026-2030.

O ROIC¹ LTM evoluiu **1,9p.p.** em bases comparáveis², atingindo **15,1%**, 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 a projeção de **ROIC de ~20% 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.

² ROIC ajustado excluindo os efeitos da Resolução 4966.



Anexos

Anexo 1: Demonstração dos Resultados Consolidados

	2T26	2T25	6M26	6M25
Receita operacional líquida	4.201,5	4.167,6	7.567,2	7.425,1
Vendas de mercadorias	3.683,5	3.642,7	6.553,5	6.391,0
Venda de serviços	518,0	524,9	1.013,7	1.034,1
Custo das vendas	(1.570,9)	(1.563,8)	(2.809,1)	(2.799,9)
Custo das mercadorias vendidas	(1.563,0)	(1.561,6)	(2.805,4)	(2.796,3)
Custos dos serviços	(7,9)	(2,2)	(3,7)	(3,6)
Lucro bruto	2.630,6	2.603,8	4.758,1	4.625,3
Despesas operacionais	(2.104,0)	(2.045,8)	(3.942,0)	(3.794,4)
Vendas	(892,4)	(861,2)	(1.702,9)	(1.618,5)
Gerais e administrativas	(398,7)	(393,8)	(765,1)	(747,2)
Depreciações e amortizações	(317,0)	(324,0)	(633,2)	(628,9)
Perdas em crédito	(298,6)	(255,7)	(531,4)	(432,9)
Outros resultados operacionais	(197,4)	(211,1)	(309,5)	(366,8)
Lucro operacional antes do resultado financeiro	526,6	558,0	816,1	830,9
Resultado financeiro	(33,4)	(45,9)	(55,5)	(64,3)
Imposto de renda e contribuição social	(88,6)	(107,6)	(98,6)	(141,0)
Lucro líquido do período	404,6	404,5	661,9	625,5

Anexo 2: Fluxos de Caixa Consolidados

	2T26	2T25	6M26	6M25
Fluxos de caixa das atividades operacionais				
Lucro líquido ajustado	1.036,1	1.280,0	1.729,8	2.127,6
(Aumento) Redução nos Ativos				
Contas a receber de clientes	(429,9)	(816,6)	586,6	(71,7)
Estoques	106,6	269,4	(214,4)	(15,1)
Tributos a recuperar	18,5	(52,1)	(14,7)	(65,8)
Outros ativos	7,7	39,1	(55,7)	(13,3)
Aumento (Redução) nos Passivos				
Fornecedores	(49,7)	(68,5)	(200,4)	(454,7)
Obrigações - risco sacado	(5,7)	-	(40,6)	-
Obrigações fiscais	(13,6)	141,9	(342,0)	(145,9)
Obrigações com administradoras de cartões	(44,5)	10,4	(177,5)	(136,1)
Outras obrigações	(104,8)	(65,7)	(101,4)	(66,7)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(16,6)	(34,9)	(87,1)	(131,3)
Juros pagos sobre empréstimos, financiamentos e debêntures	(0,5)	(5,3)	(1,7)	(39,3)
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais, antes das aplicações financeiras	503,6	697,7	1.080,9	987,7
Aplicações financeiras	139,3	(242,1)	223,7	(112,1)
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	642,9	455,6	1.304,6	875,6
Fluxos de caixa das atividades de investimentos				
Aquisições de imobilizado e intangível	(167,0)	(183,5)	(296,1)	(254,9)
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimentos	(167,0)	(183,5)	(296,1)	(254,9)
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos				
Recompra de ações	(213,0)	(147,7)	(313,1)	(648,0)
Captações e amortizações de empréstimos e debêntures	335,2	153,2	341,8	(357,8)
Contraprestação de arrendamentos a pagar	(197,9)	(193,2)	(404,8)	(378,1)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(187,6)	(164,5)	(384,2)	(320,1)
Caixa líquido consumido pelas atividades de financiamentos	(263,3)	(352,2)	(760,3)	(1.704,0)
Efeito da variação cambial sobre o saldo de caixa e equivalentes de caixa	(9,9)	(1,8)	(10,4)	(9,3)
Redução no caixa e equivalentes de caixa	202,7	(81,9)	237,8	(1.092,6)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	1.013,2	915,4	978,1	1.926,1
Caixa e equivalentes de caixa no fim do período	1.215,9	833,5	1.215,9	833,5

Anexo 3: Balanços Patrimoniais Consolidados

	30/06/2026	31/12/2025
Ativo total	19.107,1	19.625,9
Ativo circulante	11.276,3	11.633,6
Caixa e equivalentes de caixa	1.215,9	978,1
Aplicações financeiras	701,0	924,7
Contas a receber	6.503,7	7.175,2
Estoques	2.084,6	1.860,4
Tributos a recuperar	514,2	470,0
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	135,7	122,7
Instrumentos financeiros derivativos	6,0	7,9
Outros ativos	115,2	94,6
Ativo não circulante	7.830,8	7.992,3
Tributos a recuperar	342,9	368,7
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	15,3	32,3
Imposto de renda e contribuição social diferidos	681,9	741,9
Outros ativos	186,1	177,5
Investimentos	61,0	55,1
Imobilizado	2.858,2	2.929,2
Direito de uso	2.108,4	2.076,6
Intangível	1.577,0	1.611,0
Passivo total e patrimônio líquido	19.107,1	19.625,9
Passivo circulante	6.659,0	6.866,6
Financiamentos - operações serviços financeiros	709,4	21,1
Arrendamentos a pagar	682,7	740,2
Fornecedores	1.563,0	1.774,4
Obrigações - risco Sacado	1,3	41,2
Obrigações com administradora de cartões	2.424,7	2.602,2
Obrigações fiscais	257,4	503,3
Imposto de renda e contribuição social a pagar	6,4	86,8
Obrigações sociais e trabalhistas	473,3	543,9
Obrigações estatutárias	193,1	212,0
Provisão para riscos	109,8	92,1
Instrumentos financeiros derivativos	23,5	13,8
Outras obrigações	214,4	235,6
Passivo não circulante	2.080,4	2.303,1
Financiamentos - operações serviços financeiros	48,4	358,8
Arrendamentos a pagar	1.847,5	1.765,3
Imposto de renda e contribuição social diferidos	2,4	1,6
Fornecedores	71,2	71,6
Provisão para riscos	64,9	64,2
Outras obrigações	46,0	41,6
Patrimônio líquido	10.367,7	10.456,2
Capital social	9.544,8	9.544,8
Ações em tesouraria	(646,7)	(344,4)
Reservas de capital	19,2	10,2
Reservas de lucros	1.148,8	1.148,8
Ajuste de avaliação patrimonial	77,6	96,8
Lucros (prejuízos) acumulados	224,0	-

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.

Relações com Investidores

CFO e DRI

Daniel Martins dos Santos

Relações com Investidores

ri@lojasrenner.com.br

Fabiana Oliver
Maurício Töller
Caroline Luccarini
Luciana Moura

Governança Corporativa

gc@lojasrenner.com.br

Eloisa Sassen
Bruna Miranda
Ana Cristina Borelli

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 CMICADO youcom realize ASHUA



2Q26

Results

LOJAS RENNER S.A.

RENNER CMCAD0 youcom realize ASHUA

Disciplined focus on operational efficiency and expense management,
preserving profitability



Retail revenue increased **1.1%**, with SSS growth of **0.5%**, while apparel sales advanced **2.5%**, with SSS growth of **1.5%**



LTM net revenue per square meter reached **R\$ 17.2 thousand**, an increase of **1.7%**



Digital GMV increased **13.1%**, reaching **16.9%** of total retail sales



Gross profit increased **1.8%**, with a record retail gross margin for a second quarter of **57.5% (+0.4 p.p.)** and apparel gross margin of **58.7% (+0.3 p.p.)**



Disciplined expense management with expenses increasing by only 1.5% (1.9% ex-IFRS 16)



Retail EBITDA reached **R\$ 791.2 million (+2.3%)**, with a margin of **21.4% (+0.2 p.p.)**



Realize delivered earnings of **R\$ 53.5 million**, with stable and adequate delinquency



Net income of **R\$ 405 million** and earnings per share of **R\$ 0.4165 (+3.5%) (or +11.7% on a comparable basis)**



LTM ROIC¹ improved for a further quarter, reaching **15.1% (+1.9 p.p.)**, on a comparable basis², above the cost of capital



R\$ 135 million generated in free cash flow, with a strong cash position of **R\$ 1.9 billion** and net cash of **R\$ 1.2 billion**



Financial cycle of 105 days, a **3-day reduction** versus 2Q25



Repurchase of **22.0 million shares**, totaling **R\$ 313 million**, and approved **R\$ 438 million** in Interest on Capital (IoC), in 1H26



Opening of **44 stores** on an LTM basis, a **2.2%** increase in selling area



Highlight in sustainability indexes **B3 ISE** and also **Dow Jones Best-in-Class**; Publication of the second edition of the 2025 IFRS S1 and S2 Report/CBPS 1 and 2 and

¹ Return 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.

² ROIC adjusted excluding the effects of Resolution 4,966.

Message from CEO

Revenue growth in the second quarter of 2026 was below our projections. This performance reflected not only the strong comparison base of 2Q25, but also a more pronounced impact of the World Cup on traffic in physical stores and consumer purchasing patterns, exceeding our expectations and the historical impact observed in previous events. Despite this context, we expanded gross margin to record levels, maintained disciplined inventory management, and exercised strict expense control preserving profitability, expanding ROIC¹ LTM and net income.

Retail net revenue increased **1.1%** in 2Q26 and **2.5%** growth in apparel sales. On a two-year basis, growth was 19.8% and 23.1%, respectively. Throughout the quarter, we continued investing in important commercial and brand-strengthening initiatives. Our **Mother's Day campaign had record levels** for the event, while the Brasilcore-themed collaborations increased customer engagement during the period of the World Cup. We also expanded our private-label portfolio into the beauty segment with the launch of Alchemia's fragrance line, further reinforcing our ability to innovate and differentiate ourselves.

Our digital channel maintained a consistent growth trajectory in 2Q26 with GMV increasing **13.1%** and reaching **16.9%** of total retail sales. During a quarter marked by lower store traffic during the period of the World Cup, the digital environment proved to be an important channel for the capture of demand, supported by targeted commercial initiatives, thematic activations, and gamification efforts. This performance reinforces the relevance of our omnichannel proposition and our ability to engage consumers across different stages throughout the shopping journey.

We continued to strengthen the structural quality of our business delivering another quarter with **record gross margins for retail and apparel segments of 57.5% and 58.7%**, respectively, culminating in a **1.8%** growth in gross profit. Expansion in margins was driven by improved inventory management, a higher share of full-price sales and a favorable exchange rate, demonstrating our ability to capture gains in efficiency from our operating model.

A key highlight of the quarter was the **discipline in managing operating expenses**, which increased by only **1.5%** in spite of an environment pressured by inflation and higher investments related to store openings during the period. This performance reflects the consistency of our initiatives in efficiency, process reviews and productivity gains in support of our ongoing expense dilution agenda.

These operational advances translated into Retail EBITDA reaching **R\$ 791 million**, a **0.2 p.p.** growth in margin and adjusted net income totaled R\$ 397 million, representing an increase of **8%** on a comparable basis, accompanied by 11.7% growth in earnings per share, also on a comparable basis. For another consecutive quarter, we delivered a sequential improvement in **LTM ROIC¹, reaching 15.1%**, an increase of **1.9 p.p.** on a comparable basis. During the year, we repurchased **22 million shares**, corresponding to **R\$ 313 million** and in addition to approving **R\$ 438 million** in interest on capital (IoC), resulting in a **distribution of 113% of net income** for the 2026 first half, reflecting our focus on disciplined capital allocation and shareholder returns.

Guided by our commitment to transparency with the market, we revised our 2026 net revenue growth guidance from 9% to 13% to **4% to 8%**, reflecting the lower-than-expected sales performance in 2Q26 and a more challenging macroeconomic and competitive environment. Growth is expected to accelerate in the second half of 2026, supported by selling area expansion, the reopening of key stores, the advancement of commercial initiatives and a more favorable comparison base. **For the period from 2027 to 2030, we maintain our net revenue growth guidance from 9% to 13%. All other metrics projected for the 2026–2030 cycle remain unchanged.**

We continue to advance the execution of our long-term strategy, supported by the structural initiatives that underpin our 2030 ambitions: store expansion, increased omni productivity and digital growth. The average performance of stores opened this year and in recent years has exceeded our expectations, reinforcing our confidence in the plan to open **50 to 60** stores in 2026, reaching **570 to 600** Renner stores and **260 to 290** Youcom stores by 2030. Progress in profitability, cash generation and return on invested capital reaffirms our commitment to creating value for stakeholders.

Fabio Faccio – CEO

¹ Return 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.

² ROIC adjusted excluding the effects of Resolution 4,966.

Main

Financial Indicators

August 6, 2026 – Lojas Renner S.A. (B3: LREN3) reports its 2Q26 and 1H26 results. All amounts are expressed in millions of Brazilian Reais (R\$), and comparisons are made against the same period of the previous year, unless otherwise stated.

R\$ million	2Q26	2Q25	Δ	1H26	1H25	Δ
Retail net revenue	3,689.2	3,649.7	1.1%	6,565.2	6,406.5	2.5%
Retail Same Store Sales	0.5%	17.3%	n.a	1.8%	14.5%	n.a
Apparel net revenue	3,345.1	3,262.6	2.5%	5,909.9	5,703.4	3.6%
Apparel Same Store Sales	1.5%	18.5%	n.a	2.6%	15.7%	n.a
Digital GMV (1P + 3P)	837.6	740.5	13.1%	1,464.7	1,324.3	10.6%
Digital GMV Penetration	16.9%	15.2%	1.7p.p.	16.8%	15.1%	1.7p.p.
Retail gross margin	57.5%	57.1%	0.4p.p.	57.1%	56.2%	0.9p.p.
Apparel gross margin	58.7%	58.4%	0.3p.p.	58.4%	57.4%	1.0p.p.
Operating expenses (post IFRS 16)	(1,341.2)	(1,320.8)	1.5%	(2,555.5)	(2,464.5)	3.7%
% Operating expenses/Retail net revenue	-36.4%	-36.2%	0.2p.p.	-38.9%	-38.5%	0.4p.p.
Operating expenses (ex IFRS 16)	(1,515.2)	(1,487.4)	1.9%	(2,903.1)	(2,797.3)	3.8%
% Operating expenses/Retail net revenue	-41.1%	-40.8%	0.3p.p.	-44.2%	-43.7%	0.5p.p.
Retailing EBITDA	791.2	773.4	2.3%	1,278.7	1,168.1	9.5%
Retailing EBITDA Margin	21.4%	21.2%	0.2p.p.	19.5%	18.2%	1.3p.p.
Financial Services Result	53.5	118.5	-54.9%	176.4	308.9	-42.9%
Total Adjusted EBITDA	844.6	891.9	-5.3%	1,455.1	1,477.0	-1.5%
Total EBITDA Margin	22.9%	24.4%	-1.5p.p.	22.2%	23.1%	-0.9p.p.
Free Cash Flow	135.1	333.1	-59.4%	393.2	404.0	-2.7%
Net Income	404.6	404.5	0.0%	661.9	625.5	5.8%
Net Margin	11.0%	11.1%	-0.1p.p.	10.1%	9.8%	0.3p.p.
Earnings per Share (R\$)	0.4165	0.4024	3.5%	0.6785	0.6115	11.0%
ROIC ¹ LTM	15.1%	14.1%	1.0p.p.	15.1%	14.1%	1.0p.p.

¹ Return 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

Aug 7, 2026
10 AM BRT / 9 AM US-EDT



The webinar will be live broadcast with simultaneous English translation:

https://us06web.zoom.us/webinar/register/WN_6CDMveE8Q3mhgW-lx3s9BA

LREN3

▪ Data as of 07/31/2026

▪ Price

R\$ 13.60/per share

▪ Market Cap

R\$ 13.1 billion

▪ Outstanding shares

961.3 M

Retail

Net Revenue

R\$ million	2Q26	2Q25	Δ	1H26	1H25	Δ
Retail net revenue	3,689.2	3,649.7	1.1%	6,565.2	6,406.5	2.5%
Renner	3,414.1	3,376.8	1.1%	6,037.7	5,899.3	2.3%
Youcom	142.0	140.0	1.4%	263.6	246.5	6.9%
Camicado	133.1	132.9	0.2%	263.9	260.7	1.2%
Retail same store sales	0.5%	17.3%	n.a	1.8%	14.5%	n.a
Apparel net revenue	3,345.1	3,262.6	2.5%	5,909.9	5,703.4	3.6%
Apparel same store sales	1.5%	18.5%	n.a	2.6%	15.7%	n.a

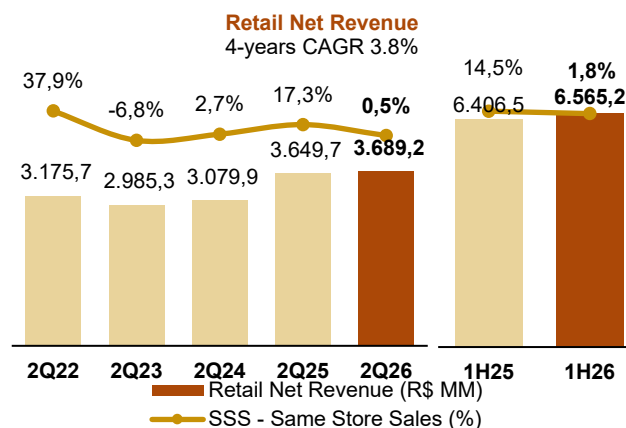
Operating data						
Digital GMV (1P + 3P)	837.6	740.5	13.1%	1,464.7	1,324.3	10.6%
Digital GMV participation	16.9%	15.2%	1.7p.p.	16.8%	15.1%	1.7p.p.
Retailing net revenue per sq meters (thousand R\$)	4.49	4.54	-1.1%	7.99	7.97	0.3%
Company average ticket size (R\$)	228.8	226.9	0.8%	216.4	211.4	2.4%
Proprietary cards average ticket size (R\$)	315.4	318.8	-1.1%	300.1	294.8	1.8%
Average sales area (thousand sq. meters)	822.0	804.5	2.2%	821.9	804.3	2.2%

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

Retail net revenue reached **R\$3,689.2 million**, representing 1.1% growth compared to the 18.5% increase recorded in 2Q25. On a two-year basis, the Company delivered a 19.8% (compound growth rate of 9.4%). On a same-store sales (SSS) basis, growth was **0.5%**. In the apparel category, net revenue and same-store sales (SSS) increased **2.5%** and **1.5%**, respectively. On a two-year basis, the Company delivered a 23.1% (compound growth rate of 10.9%). In 1H26, retail net revenue totaled **R\$ 6,565.2 million**, up **2.5%** compared to 1H25. In the apparel category, net revenue and same-store sales (SSS) increased **3.6%** and **2.6%**, respectively.

2Q26 performance came in below the Company's initial expectations, reflecting a more challenging consumer environment than anticipated. Since the preparation of the 2026 projections, the macroeconomic backdrop has deteriorated, with interest rates declining at a slower pace and household indebtedness increasing.



World Cup matches negatively impacted traffic in physical stores and consumer spending patterns more significantly than historical trends would suggest. The quarter was also marked by greater consumer engagement with sports betting platforms and a more competitive environment, with increased activity from international cross-border platforms following the exemption from federal taxation.

In light of this context, **the Company revised its 2026 net revenue growth guidance** from 9%-13% to **4%-8%**, reflecting the below-expected performance in 2Q26 and a more challenging macroeconomic and competitive environment.

The Company expects growth to reaccelerate in the second half of the year, driven by a more favorable comparison base, the expansion of selling space, the reopening of relevant stores that underwent renovations throughout 2026, and the advancement of commercial, digital, and product innovation initiatives.

The Company maintains its growth projections of 9% to 13% for the years 2027 through 2030.

Renner

Renner-brand net operating revenue reached **R\$ 3,414.1 million**, increasing **1.1%** compared to 2Q25, in a quarter marked by a tough comparison base. In 2Q25, retail net revenue grew 18.5%, driven by unusually colder temperatures that accelerated demand for winter apparel. In 2026, although the normalization of temperatures in May benefited winter categories, the impact of the World Cup on traffic in physical stores and a more aggressive competitive environment resulted in sales performance below expectations.

It is worth noting that net revenue was negatively impacted by approximately 0.4 p.p. during the quarter due to the removal of the Beauty segment as of April 1, 2026, from the ICMS Tax Substitution (ICMS-ST) regime in the state of São Paulo, resulting in an accounting effect with no impact on Gross Profit. This change is expected to be the most significant one of all the states in the Federation.

Highlights of commercial initiatives during the quarter included the Mother's Day campaign, which delivered a record performance in revenues. The collections developed for the World Cup, including collaborations with Guaraná Antarctica and Ronaldinho Gaúcho, also helped strengthened consumer engagement during the event. The São João collection stood out for its use of personalized customer journeys and contributed to enhancing the brand's cultural relevance. During the period, Renner also launched Alchemia's first fragrance line, expanding its private-label portfolio and strengthening its presence in new categories.

Digital

Digital GMV increased **13.1%** in the quarter, reaching a **16.9%** penetration rate, while delivering higher profitability when compared to 2Q25.

Conversion reported a 19.7% improvement, reflecting enhancements to the shopping experience and continued progress in the digital journey. Highlights included the expansion of the image search and similar products introducing additional functionality to the Renner app following the launch of the feature on the website in 1Q26.

Amid lower traffic through the physical stores during June due to the World Cup, consumers showed a greater propensity to shop online. In this context, game-day activations, CRM initiatives, and the growth of Favoritos Renner (brand influencers) contributed to greater customer engagement and increased sales.

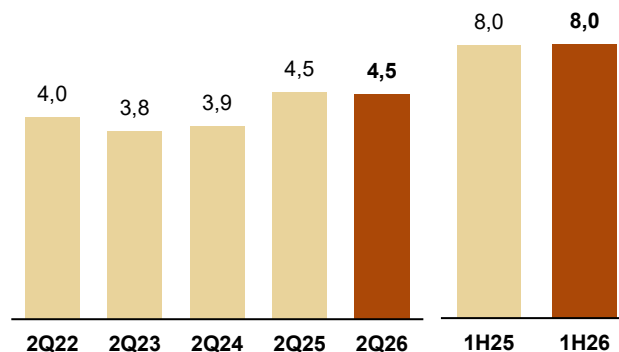
The Renner app maintained its leadership among domestic fashion retailers, ending the period with 7.2 million monthly active users (MAUs). The Company also reinforced its leadership as the most visited fashion website and app in Brazil, reflecting the strength of the brand and the effectiveness of its digital marketing strategies.

Specialized business

Camicado reported net revenue of **R\$ 133.1 million**, stable with a **0.2%** increase, reflecting a more challenging consumer environment, particularly in June. Despite this backdrop, the brand continued to expand its omnichannel customer base, supported by higher frequency purchasing. CRM initiatives also started to gain traction, enabling more targeted campaigns, such as gift bundles and personalized offers, generating positive initial results and presenting opportunities for further acceleration throughout the second half of the year.

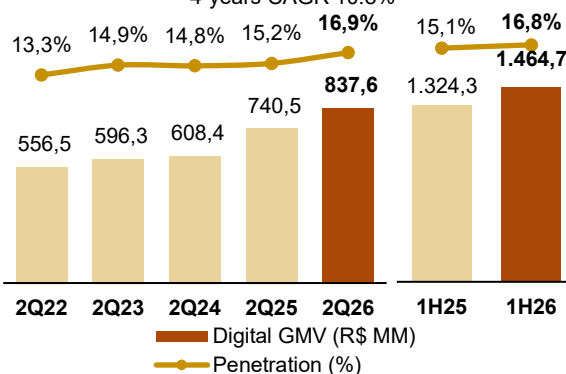
Youcom reported net revenue of **R\$ 142.0 million**, growing **1.4%** compared to the 21.7% increase recorded in 2Q25, reflecting a stronger comparative base and a more challenging consumer environment, particularly in June. Performance was also impacted more than expected by temporary factors related to a migration of systems that affected store replenishment during part of the quarter. The migration of systems has since been completed and operations have normalized.

Retail Net Revenue/m² (R\$ thousand)
4-years CAGR 2.8%



Digital GMV

4-years CAGR 10.8%



Retail Gross Profit and Margin

R\$ million	2Q26	2Q25	Δ	1H26	1H25	Δ
Retail gross profit	2,121.3	2,084.3	1.8%	3,751.3	3,602.2	4.1%
Retail gross margin	57.5%	57.1%	0.4p.p.	57.1%	56.2%	0.9p.p.
Renner	57.2%	56.9%	0.3p.p.	56.9%	56.0%	0.9p.p.
Youcom	63.7%	63.7%	0.0p.p.	62.5%	62.0%	0.5p.p.
Camicado	57.9%	55.9%	2.0p.p.	56.8%	55.6%	1.2p.p.
Apparel gross profit	1,963.7	1,906.3	3.0%	3,450.6	3,274.8	5.4%
Apparel gross margin	58.7%	58.4%	0.3p.p.	58.4%	57.4%	1.0p.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\$ 2,121.3 million**, increasing **1.8%** year-over-year. Consolidated retail gross margin expanded by **0.4 p.p.**, reaching a record **57.5%**, while apparel gross margin increased by **0.3 p.p.** to a record **58.7%** in spite of the record-high base for comparison in 2Q25.

Margin expansion was primarily driven by commercial performance, with key contributors including a higher share of full-price sales, gains from increased supply chain responsiveness, and a more favorable foreign exchange environment.

The Company ended the period with inventory balances up **6.5%** compared to 2Q25, while the average inventory period (LTM) increased by 1 day, reaching 123 days. Inventory management remained efficient, supported by more precise inventory allocation at store level. Promotional actions were deployed selectively to preserve inventory quality, resulting in a 11.9% decrease of items older than 16 weeks compared to the same period last year. Inventory remains aligned with future demand, both in terms of volume and age reduction, even amid the more challenging sales environment observed in June.

In 1H26, consolidated retail gross profit totaled **R\$ 3,751.3 million**, representing **4.1% growth** compared to the previous year. Consolidated gross margin reached 57.1%, a record level for a first half and a growth of 0.9 p.p.. Apparel gross margin also increased by **1.0 p.p.**, reaching **58.4%**.

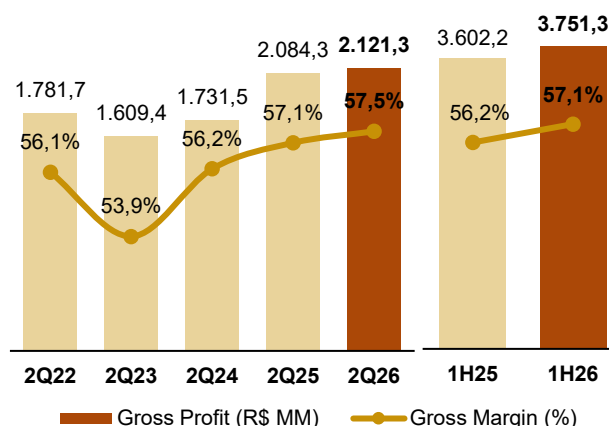
Renner

Renner reported a gross margin of **57.2%**, an increase of **0.3 p.p.** compared to 2Q25. This improvement was primarily driven by a higher share of full-price sales and fine-tuning of the replenishment model allowing more accurate product allocation across stores. Despite gross margin gains, the Company remained attentive to a more price-sensitive consumer environment, preserving its competitiveness through price adjustments below inflation.

Specialized Businesses

Camicado reported a gross margin of **57.9%**, up **2.0 p.p.**, driven by consistent commercial execution, highlighted by a **4 p.p.** increase in the share of the Home & Style private-label brand and efficient inventory management. Youcom, in turn, reported a gross margin of **63.7%**, stable compared to the preceding year.

Retail gross profit and margin
4-years CAGR: 4.5%



Retail

Operating Expenses

R\$ million	2Q26		2Q25		Δ	
Operating expenses (post IFRS 16)	(1,341.2)	-36.4%	(1,320.8)	-36.2%	1.5%	0.2p.p.
Sales	(892.4)	-24.2%	(861.2)	-23.6%	3.6%	0.6p.p.
General and Administrative	(398.7)	-10.8%	(393.8)	-10.8%	1.2%	0.0p.p.
Profit Sharing Program and LTI	(50.1)	-1.4%	(65.8)	-1.8%	-23.9%	-0.4p.p.
Operating expenses (ex IFRS 16)	(1,515.2)	-41.1%	(1,487.4)	-40.8%	1.9%	0.3p.p.
Sales	(1,040.5)	-28.2%	(1,002.2)	-27.5%	3.8%	0.7p.p.
General and Administrative	(424.6)	-11.5%	(419.4)	-11.5%	1.2%	0.0p.p.
Profit Sharing Program and LTI	(50.1)	-1.4%	(65.8)	-1.8%	-23.9%	-0.4p.p.

R\$ million	1H26		1H25		Δ	
Operating expenses (post IFRS 16)	(2,555.5)	-38.9%	(2,464.5)	-38.5%	3.7%	0.4p.p.
Sales	(1,702.9)	-25.9%	(1,618.5)	-25.3%	5.2%	0.6p.p.
General and Administrative	(765.1)	-11.7%	(747.2)	-11.7%	2.4%	0.0p.p.
Profit Sharing Program and LTI	(87.5)	-1.3%	(98.8)	-1.5%	-11.4%	-0.2p.p.
Operating expenses (ex IFRS 16)	(2,903.1)	-44.2%	(2,797.3)	-43.7%	3.8%	0.5p.p.
Sales	(1,998.4)	-30.4%	(1,900.2)	-29.7%	5.2%	0.7p.p.
General and Administrative	(817.2)	-12.4%	(798.3)	-12.5%	2.4%	-0.1p.p.
Profit Sharing Program and LTI	(87.5)	-1.3%	(98.8)	-1.5%	-11.4%	-0.2p.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, beginning in 1Q26, the Company will present, together with expenses related to the Profit Sharing Program (PPR), expenses related to the restricted and performance share grant plan.

Note 4: Lease payments amounted to R\$ (174.0) MM in 2Q26, R\$ (166.6) in 2Q25, R\$ (347.6) MM in 1H26 and R\$ (332.8) in 1H25.

Operating expenses totaled **R\$ 1,341.2 million**, increasing **1.5%** year-over-year. On an ex-IFRS 16 basis, which includes lease payments, operating expenses reached **R\$ 1,515.2 million**, up **1.9%**.

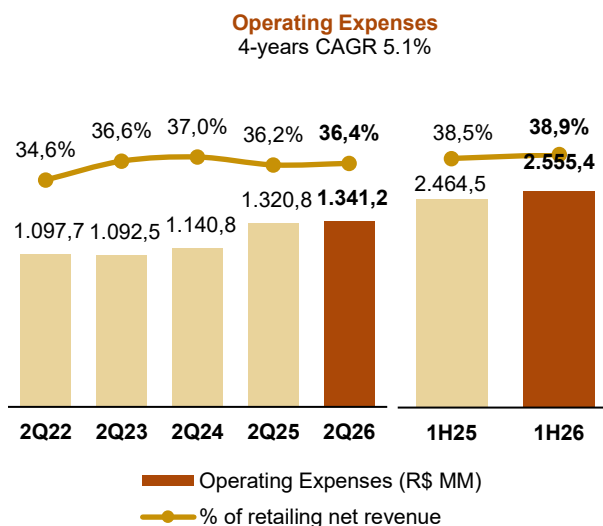
Operating expenses grew slightly above revenue, primarily reflecting lower sales volumes, particularly in June. Despite this backdrop, and even with inflationary pressures and 2.2% growth in selling area, the Company maintained disciplined expense management throughout the quarter, supported by efficiency initiatives, process optimization, and productivity gains.

Selling expenses increased **3.6%**, mainly driven by the expansion in selling area resulting from the ongoing store expansion plan. Meanwhile, G&A expenses grew in line with revenue, reflecting the implementation of efficiency initiatives as previously discussed.

Finally, expenses related to the Profit-Sharing Program (PPR) and Long-Term Incentive Plans (LTI) totaled **R\$ 50.1 million** (compared to R\$ 65.8 million in 2Q25), representing a **24% reduction** year-over-year. Additional information can be found in Explanatory Note 34.4.

In 1H26, operating expenses totaled **R\$ 2,555.5 million**, representing **3.7%** growth compared to 1H25. On an ex-IFRS 16 basis, operating expenses amounted to **R\$ 2,903.1 million**, up **3.8%** year-over-year. G&A expenses, which are predominantly fixed in nature, increased by **2.4%**, reflecting the implementation of efficiency initiatives.

The Company reaffirms the guidance announced on the occasion of the 2025 Investor Day to reduce the ratio of operating expenses (ex-IFRS 16) to retail net revenue by 2.5 p.p. to 3.5 p.p. by 2030, using 2025 operating expenses as the baseline.



Retail EBITDA

R\$ million	2Q26	2Q25	Δ	1H26	1H25	Δ
Gross profit	2,121.3	2,084.3	1.8%	3,751.3	3,602.2	4.1%
Operating expenses	(1,341.2)	(1,320.8)	1.5%	(2,555.5)	(2,464.5)	3.7%
Other revenues/expenses	11.1	9.9	12.1%	82.9	30.4	172.7%
Retail EBITDA	791.2	773.4	2.3%	1,278.7	1,168.1	9.5%
Retail EBITDA Margin	21.4%	21.2%	0.2p.p.	19.5%	18.2%	1.3p.p.
Retail EBITDA (ex IFRS 16)	617.2	606.8	1.7%	931.3	835.5	11.5%
Retail EBITDA Margin (ex IFRS 16)	16.7%	16.6%	0.1p.p.	14.2%	13.0%	1.2p.p.

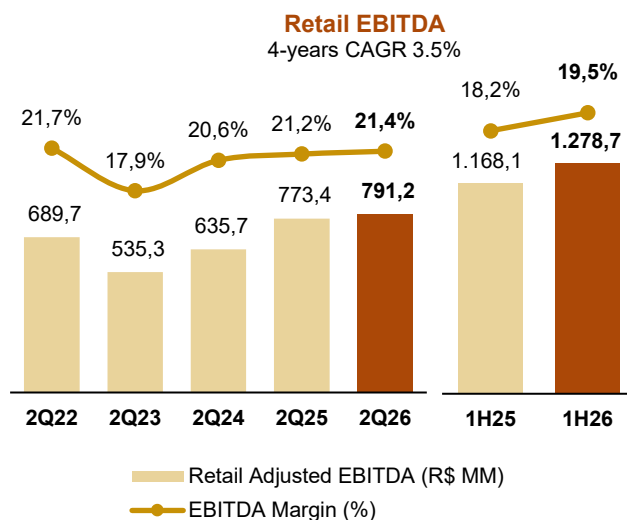
Note 1: Retail EBITDA Margin is calculated based on Retail Net Revenue.

Note 2: As disclosed in the 4Q25 materials, beginning in 1Q26, the Company additionally presents Retail EBITDA and Adjusted Total EBITDA under the methodology applied prior to the adoption of IFRS 16 – Leases. Under this approach, lease payments are included in operating expenses and, consequently, impact EBITDA.

Retail EBITDA reached **R\$ 791.2 million**, an increase of **2.3%** compared to 2Q25, with an EBITDA margin of **21.4%**, up **0.2 p.p.** year-over-year. On an ex-IFRS 16 basis, Retail EBITDA totaled **R\$ 617.2 million**, with a **16.7%** margin, representing an expansion of **0.1 p.p.** versus 2Q25. This performance was driven by the **0.4 p.p.** improvement in retail gross margin and the controlled growth of operating expenses. On a comparable basis, excluding the impact of other operating income and expenses, Retail EBITDA would have reached R\$ 780.1 million, compared to R\$ 763.5 million in 2Q25, representing 2.2% growth, with a 0.2 p.p. margin expansion.

In 1H26, Adjusted Retail EBITDA totaled **R\$ 1,278.7 million**, increasing **9.5%** compared to 1H25, with an EBITDA margin of **19.5%**, up **1.3 p.p.** year-over-year. On an ex-IFRS 16 basis, Adjusted Retail EBITDA reached **R\$ 931.3 million**, with a **14.2%** margin, representing an expansion of **1.2 p.p.** compared to 1H25. On a comparable basis, excluding the impact of other operating income and expenses, Retail EBITDA would have totaled **R\$ 1,195.8 million**, compared to **R\$ 1,137.7 million** in 1H25, an increase of **5.1%**, with a **0.4 p.p.** growth in margin.

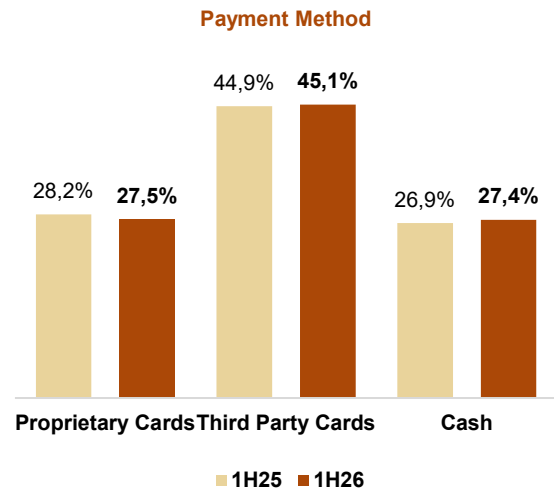
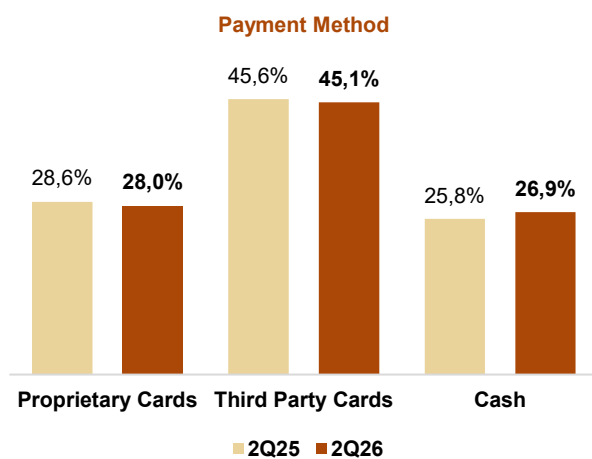
Within the context of the guidance announced at the 2025 Investor Day meeting, the Company reaffirms its ambition to achieve an annual Retail EBITDA margin (ex-IFRS 16) between **18% and 20% by 2030**.



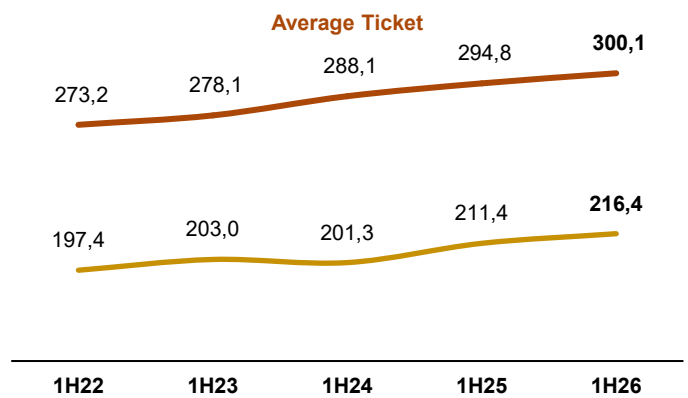
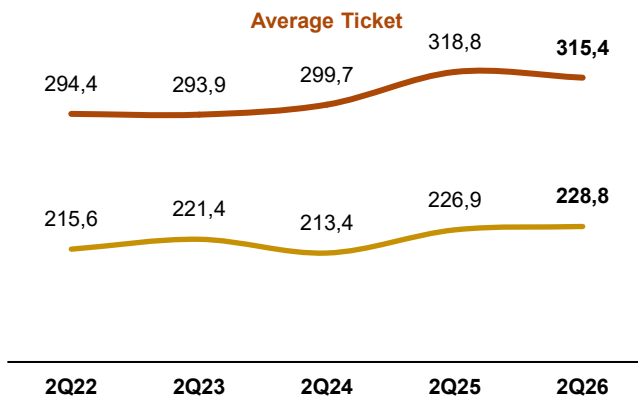
Financial Services

Payment Methods and Active Customer Base

Private-label card penetration reached **28.0%** of sales, a decline of **0.6 p.p.** compared to the same quarter of the preceding year, a direct reflection of the Company's selective credit policy. This strategy reduced new account originations and, consequently, limited the growth of the active customer base, which closed the quarter at **4.7 million** customers, stable compared to the same period last year.



The average ticket for sales using private-label cards decreased **1.0%** to **R\$ 315.4** although remaining approximately 40% higher than the Company's overall average ticket. This result underscores Realize's role in enhancing customer loyalty and supporting retail sales performance.



Credit Portfolio

(R\$ million)	06/30/2026		06/30/2026 Adjusted		06/30/2025		Δ	
	Up to 540 days		Up to 540 days		Up to 540 days			
Total portfolio	6,650.4	100.0%	6,443.7	100.0%	6,511.5	100.0%	-1.0%	-
On due	4,572.4	68.8%	4,572.4	71.0%	4,662.5	71.6%	-1.9%	-0.6p.p.
Past due	2,078.0	31.2%	1,871.3	29.0%	1,849.0	28.4%	1.2%	0.6p.p.
Total portfolio	6,650.4	100.0%	6,443.7	100.0%	6,511.5	100.0%	-1.0%	-
Stage 1	3,325.5	50.0%	3,325.5	51.6%	3,599.7	55.3%	-7.6%	-3.7p.p.
Stage 2	1,562.4	23.5%	1,562.4	24.2%	1,361.0	20.9%	14.8%	3.3p.p.
Stage 3	1,762.5	26.5%	1,555.8	24.1%	1,550.8	23.8%	0.3%	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.

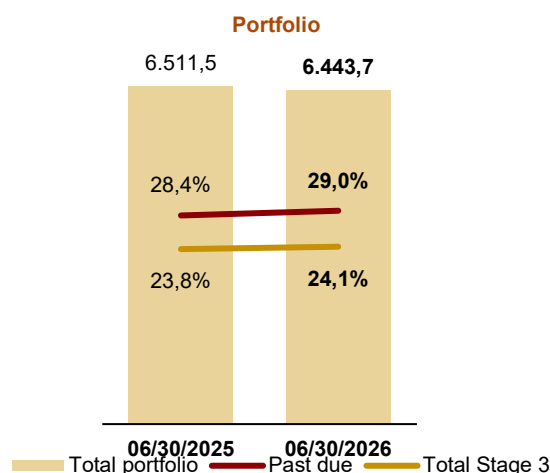
Stage 3 – Past due from 90 days onwards, or non-performing renegotiated exposures: loss measurement considers only the effective loss, given default.

As of January 1, 2025, the Company extended the right-off period for delinquent assets from 360 days to 540 days and began recognizing late-payment interest income for up to 90 days, compared to 60 days under the previous model. As of June 30, 2026, the right-off criterion reached its comparison base and, as a result, the Company now presents active portfolios up to 540 days. With respect to the booking of additional interest income, the portfolio has not yet reached its comparison base, therefore, comparable portfolio data is presented separately for reference.

The total portfolio **decreased marginally by 1.0%**, reflecting the Company's strategy of selection for granting credit. During the period, a higher volume of collections from the current portfolio was observed, contributing to the reduction in outstanding balances compared to 2025.

The increase of **0.6 p.p.** in the overdue portfolio ratio and **0.3 p.p.** in total Stage 3 exposure (due and overdue) was partly driven by lower origination of performing loans, reflecting the Company's approach for granting credit on a selective basis, as well as set against a credit environment characterized by higher household indebtedness. In this context, as of June 30, 2026, there were 83.7 million delinquent consumers in Brazil compared to 77.8 million as of June 30, 2025, representing approximately half of the country's economically active population, according to Serasa's Consumer Delinquency Report.

Finally, the coverage ratio for the total portfolio reached **21.6%**, remaining stable compared to the prior year. Coverage of the total Stage 3 portfolio (current and delinquent exposures) ended the quarter at **89.3%**, a level considered adequate for the portfolio's current risk profile.



(R\$ million)	06/30/2026	06/30/2026 Adjusted	06/30/2025	Δ
	Up to 540 days	up to 360 days	up to 360 days	
Estimated credit losses	(1,550.9)	(1,389.7)	(1,381.9)	0.6%
Total coverage	23.3%	21.6%	21.2%	0.4p.p.
Past due coverage	74.6%	74.3%	74.7%	-0.4p.p.
State 3 coverage	88.0%	89.3%	89.1%	0.2p.p.

Financial Results

(R\$ milhões)	2Q26	Adjusted 2Q25	Δ	Reported 2Q25
Net revenues, net of funding costs	509.2	519.5	-2.0%	519.5
Credit losses, net of recoveries	(298.6)	(305.7)	-2.3%	(255.7)
Operating expenses	(157.1)	(145.3)	8.1%	(145.3)
Financial services result	53.5	68.5	-21.0%	118.5
% of Total EBITDA (post IFRS 16)	6.3%	7.7%	-1.4p.p.	13.3%
% of Total EBITDA (ex IFRS 16)	8.0%	9.4%	-1.4p.p.	16.3%

(R\$ milhões)	1H26	Adjusted 1H25	Δ	Reported 1H25
Net revenues, net of funding costs	1,006.7	1,023.1	-1.6%	1,023.1
Credit losses, net of recoveries	(531.4)	(547.9)	-3.0%	(432.9)
Operating expenses	(298.9)	(281.3)	6.3%	(281.3)
Financial services result	176.4	193.9	-9.0%	308.9
% of Total EBITDA (post IFRS 16)	20.9%	21.7%	-0.8p.p.	34.6%
% of Total EBITDA (ex IFRS 16)	23.0%	23.6%	-0.6p.p.	37.6%

The extension of the right-off period for delinquent assets from 360 days to 540 days, as previously mentioned, benefited 2Q25 and 1H25 results by **R\$ 50 million** and **R\$ 115 million**, respectively in the composition of Credit Losses. For comparability purposes with 2026, this effect has been reversed and presented in the adjusted 2Q25 and adjusted 1H25 columns.

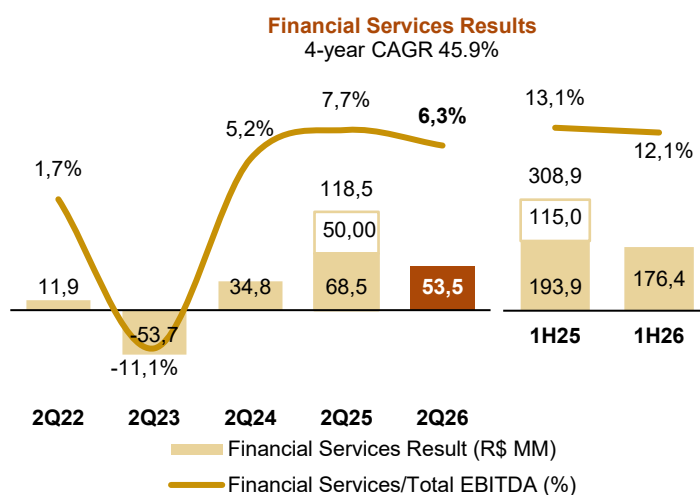
Quarterly revenues declined **2.0%** compared to the same period of the previous year and represented **7.7%** of the average portfolio, a decline of 0.5 p.p.. This was primarily driven by lower late-payment interest income. The movement is associated with the reduced share of shorter-term delinquency (1 to 90 days), reflecting the continued application of a selective credit policy. It is worth noting that, as of January 1, 2025, the Company began booking late-payment interest income on the portion of the delinquent portfolio between 61 and 90 days past due. As a result, comparability between periods has been fully established since 1Q26.

Credit losses were **2.3% lower** than in the previous year. However, as a proportion of the average portfolio, credit losses increased by 0.4 p.p., reaching **4.5%**, and reflecting the level of provisioning required for the current risk profile of the delinquent portfolio. The Company wishes to emphasize that provisions remain at adequate levels to cover potential future losses and reiterates its commitment to a selective credit policy, considering the current credit environment in Brazil.

Lastly, operating expenses increased **8.1%** in the quarter. Part of this increase is attributable to the timing of expenses related to ongoing projects and does not represent a new expense run rate.

In this context, Financial Services earnings totaled **R\$ 53.5 million** in the quarter, **21.9%** lower than adjusted 2Q25 on a comparable basis. For the six-month period, while **9.0%** below the same period of the previous year, earnings remained strong at **R\$ 176.4 million**, despite a more selective credit underwriting approach.

The Company reiterates the guidance disclosed in December 2025, under which Realize's annual operating income is expected to represent between 8% and 12% of total EBITDA excluding IFRS 16. The operation continues to contribute to strengthening the ecosystem through sustainable business growth, in line with the Company's strategy and its role as a customer loyalty driver, positively impacting both the shopping experience and retail sales.





Consolidated Indicators

Total Adjusted EBITDA

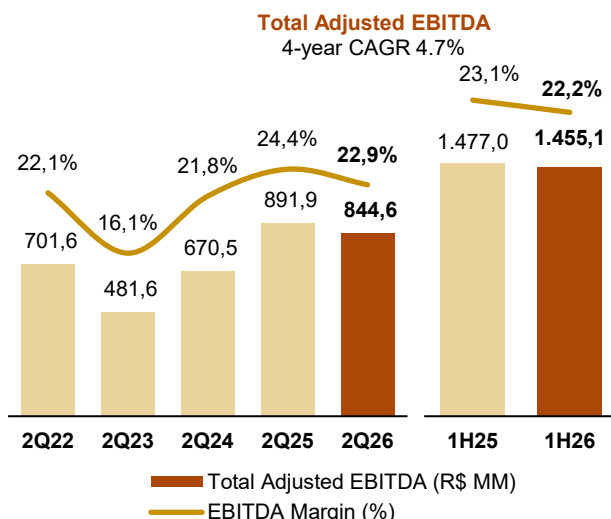
(R\$ million)	2Q26	2Q25	Δ	1H26	1H25	Δ
Net Income for the Period	404.6	404.5	0.0%	661.9	625.5	5.8%
Income Tax and Social Contribution	88.6	107.6	-17.7%	98.6	141.0	-30.1%
Financial Result, Net	33.4	45.9	-27.2%	55.5	64.3	-13.7%
Depreciation and amortization	317.0	324.0	-2.2%	633.2	628.9	0.7%
Total EBITDA	843.6	882.0	-4.4%	1,449.2	1,459.7	-0.7%
Stock Option Plan	3.2	8.6	-62.8%	7.8	12.3	-36.6%
Result of Disposals or Asset Write-Offs	(2.2)	1.3	NA	(1.9)	5.0	n.a
Total Adjusted EBITDA	844.6	891.9	-5.3%	1,455.1	1,477.0	-1.5%
Total Adjusted EBITDA margin	22.9%	24.4%	-1.5p.p.	22.2%	23.1%	-0.9p.p.
Total Adjusted EBITDA (ex IFRS 16)	670.6	725.3	-7.5%	1,107.5	1,144.2	-3.2%
Total Adjusted EBITDA margin (ex IFRS 16)	18.2%	19.9%	-1.7p.p.	16.9%	17.9%	-1.0p.p.

Note 1: Adjusted Total EBITDA Margin is calculated based on Retail Net Revenue.

Note 2: As disclosed in the 4Q25 materials, beginning in 1Q26, the Company additionally presents Adjusted Total EBITDA under the methodology applied prior to the adoption of IFRS 16 – Leases. Under this approach, lease payments are included in operating expenses and, consequently, impact EBITDA.

Adjusted Total EBITDA reached **R\$ 844.6 million**, decreasing **5.3%** year-over-year, with a **1.5 p.p.** reduction in margin. This performance was primarily driven by the results of the Retail segment. On an ex-IFRS 16 basis, Adjusted Total EBITDA amounted to R\$ 670.6 million, with a margin contraction of 1.7 p.p. compared to 2Q25. Excluding extraordinary effects in both the Retail and Financial Services segments, Adjusted Total EBITDA would have reached R\$ 833.5 million, 0.2% higher than in 2Q25, with a 22.6% margin, representing a decrease of 0.2 p.p.

In 1H26, Adjusted Total EBITDA totaled **R\$ 1,455.1 million**, a **1.5%** decline versus 1H25, with a **0.9 p.p.** reduction in margin. On an ex-IFRS 16 basis, Adjusted Total EBITDA amounted to R\$ 1,107.5 million, with a margin contraction of 1.0 p.p. compared to 2Q25. Excluding extraordinary effects in the Retail and Financial Services segments, Adjusted Total EBITDA would have reached R\$ 1,372.2 million, 3.0% higher than in 1H25, with an 20.9% margin, representing a 0.1 p.p. increase compared to the prior year.



Investments and expansion

Investments

(R\$ million)	2Q26	2Q25	1H26	1H25
New stores	50.4	14.3	71.6	18.0
Remodeling of installations and others	57.1	70.1	90.4	99.8
IT equipment and systems	54.3	77.5	102.7	101.9
Logistics and others	5.2	4.0	8.3	7.7
Total investments	167.0	165.9	273.1	227.5

Investments totaled **R\$ 167.0 million** during the quarter. In 2Q26, the Company opened 14 new stores, 2 Renner, 3 Camicado, and 9 Youcom units. In 1H26, a total of 16 stores were opened, including 3 Renner, 3 Camicado, and 10 Youcom stores. Capital expenditures in the first half totaled R\$ 273.1 million.

The Company allocated capital to store remodeling and maintenance initiatives, aimed at enhancing customer experience, increasing operational efficiency, and consequently, supporting business performance.

To date, the renovation program of seven key Renner stores has progressed as planned, with five stores already reopened and two additional reopenings scheduled for 3Q26 (Eldorado mall, São Paulo, and Tijuca Mall, Rio de Janeiro). At Youcom, the renovation of the Iguatemi mall Porto Alegre store was completed and delivered in 2Q26. At Camicado, the renovation of the store in the Morumbi mall in São Paulo was completed and delivered in 1Q26.

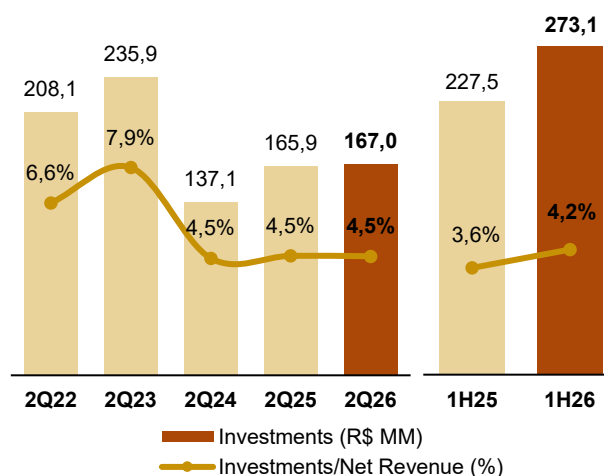
For 2026, the proposed capital expenditure budget of R\$ 1,050 million includes the opening of 50 to 60 stores, comprising 22 to 30 Renner stores, 23 to 25 Youcom, and approximately 5 Camicado units. The store opening guidance for the Renner brand estimates reaching between 570 and 600 units by 2030, focused on new cities with up to 100 thousand inhabitants, in the essential model and with attractive profitability. For Youcom, the guidance is to reach between 260 and 290 units by 2030.

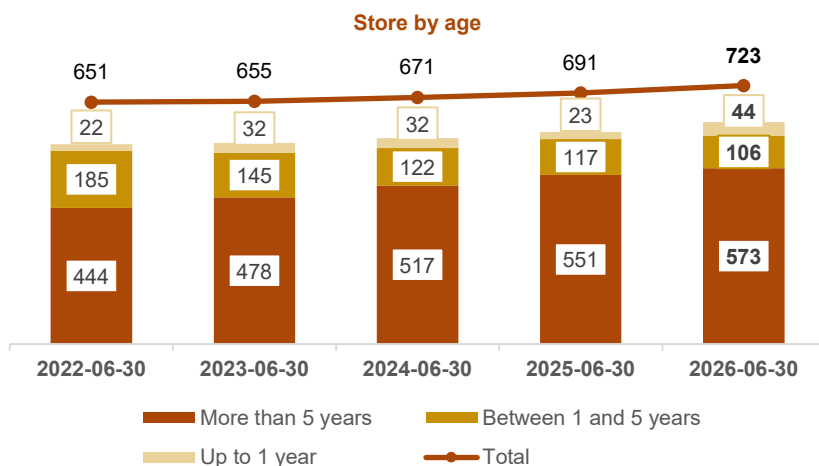
The Company maintains its annual Capex-to-Net Revenue guidance unchanged, in the range of 6.0% to 7.5%.

Stores in Operation by Business Unit

Number of Stores	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26
Renner	431	432	443	444	446
Openings	2	1	11	1	2
Closures	-	-	-	-	-
Camicado	102	102	104	102	100
Openings	-	1	2	-	3
Closures	(1)	(1)	-	(2)	(5)
Youcom	139	142	152	152	161
Openings	4	3	10	1	9
Closures	-	-	-	(1)	-
Ashua	19	18	18	17	16
Openings	-	-	-	-	-
Closures	-	(1)	-	(1)	(1)
Total	691	694	717	715	723
Openings	6	5	23	2	14
Closures	(1)	(2)	-	(4)	(6)

Investments





Depreciation and amortization

Depreciation and amortization related to property, plant and equipment and intangible assets totaled **R\$ 188.3 million** during the quarter, stable compared to 2Q25. Meanwhile, right-of-use asset depreciation under IFRS-16 totaled **R\$ 128.7 million**, representing an **8.8%** decrease compared to the same period of the previous year.

Repassa

On June 30, 2026, Lojas Renner S.A. completed the sale of its 100% stake in Repassa, a digital resale platform for apparel, footwear, and accessories, to Vestuá Limited, a UK-based holding company with operations in Chile and Mexico, specializing in circular fashion and the resale of pre-owned items.

As consideration for the transaction, the Company received a minority equity interest in the acquirer through the issuance of shares corresponding to approximately 5.56% of Vestuá Limited's share capital. Upon completion of the transaction, Repassa ceased to be consolidated in the Company's financial statements. Beginning in 3Q26, the investment will become part of RX Ventures, Renner's venture capital portfolio.

The transaction reflected the identification of strong synergies between the two companies and is aligned with Lojas Renner S.A.'s sustainability commitments.

For further details, please refer to the Notes to the Financial Statements: 3.7 – Disposal of Equity Interest – Repassa and 12.2 – Investments.

Cash Management

Free Cash Flow

(R\$ million)	2Q26	2Q25	Δ R\$	1H26	1H25	Δ R\$
Total Adjusted EBITDA (ex IFRS 16)	670.6	725.3	(54.7)	1,107.5	1,144.2	(36.7)
(+/-) Income Tax, Social Contribution/Financial Revenue	7.9	(33.3)	41.2	(15.5)	(75.6)	60.1
Operating Cash Flow	678.5	692.0	(13.5)	1,092.0	1,068.6	23.4
(+/-) Change in Working Capital	(376.4)	(175.3)	(201.1)	(402.8)	(409.7)	6.9
Accounts Receivable	(348.8)	(516.4)	167.6	671.5	407.0	264.5
Card Administrator Obligations	(44.5)	10.4	(54.9)	(177.5)	(136.1)	(41.4)
Inventory	110.9	267.6	(156.7)	(224.2)	(27.7)	(196.5)
Suppliers	(40.8)	(87.8)	47.0	(211.9)	(479.6)	267.7
Taxes	48.0	51.0	(3.0)	(267.7)	(199.6)	(68.1)
Other Accounts Receivable/Payable	(101.3)	99.9	(201.2)	(193.0)	26.3	(219.3)
(-) Capex	(167.0)	(183.5)	16.5	(296.1)	(254.9)	(41.2)
(=) Free Cash Flow	135.1	333.1	(198.0)	393.2	404.0	(10.8)

Operating cash flow generation, although remaining positive, reflected lower EBITDA in the quarter and higher working capital requirements, driven by the slight increase in inventory levels as well as changes in other operating assets and liabilities compared to 2Q25. In 1H26, lower operating cash flow generation was primarily attributable to reduced EBITDA and the higher level of capital expenditures during the period.

Net Cash (Debt)

(R\$ million)	06/30/2026	12/31/2025	03/31/2025
Financing of Customer Credit Operations	757.8	379.9	424.5
Current	709.4	21.1	413.4
Non-current	48.4	358.8	11.0
Gross Debt	757.8	379.9	424.5
Cash and Cash Equivalents and Financial Investments	(1,917.0)	(1,902.8)	(1,630.8)
Net (Cash) Debt	(1,159.2)	(1,522.9)	(1,206.3)

The Company's net cash position decreased by **R\$ 363.8 million** compared to December 2025, primarily due to the utilization of **R\$ 313.1 million** for share repurchases and the payment of **R\$ 384.2 million** in interest on capital (IoC), both events occurring in 1H26. These cash outflows were partially offset by the generation of **R\$ 393.2 million** in free cash flow during the period.

Financial Result

(R\$ MM)	2Q26	2Q25	Δ	1H26	1H25	Δ
Financial Revenues	44.4	27.5	61.3%	90.4	75.3	19.9%
Income from cash equivalents and financial investments	36.4	26.1	39.6%	66.9	68.8	-2.8%
Selic interest on tax credits	8.0	1.4	454.3%	23.5	6.6	258.5%
Financial Expenses	(66.0)	(62.0)	6.4%	(129.5)	(134.7)	-3.9%
Interest on loans, financing and debentures	(0.0)	(0.0)	0.0%	(0.0)	(9.7)	-99.9%
Interest on leasing	(66.0)	(62.0)	6.4%	(129.5)	(125.1)	3.5%
Variations in foreign exchange and monetary restatement, net	(14.3)	(14.0)	1.8%	(12.1)	(13.2)	-8.0%
Other revenues and (expenses)	2.5	2.7	-6.7%	(4.3)	8.2	NA
Financial Result	(33.4)	(45.9)	27.1%	(55.5)	(64.3)	-13.7%

The Company reported a net financial loss of **R\$ 33.4 million**, compared to a net financial loss of **R\$ 45.9 million** in 2Q25. The improvement was primarily driven by higher income from cash and financial investments, reflecting a higher average balance of resources invested during the period. In 1H26, the net financial loss totaled R\$ 55.5 million, compared to a loss of R\$ 64.3 million in 1H25.

Net Income and ROIC

Net income totaled **R\$ 404.6 million**, stable year-on-year, reflecting operating performance despite a lower effective income tax and social contribution rate of 18.0% (see Explanatory Note 11.4). Earnings per share (EPS) reached **R\$ 0.4165** in the quarter, an increase of **3.5%** versus 2Q25.

Excluding the extraordinary effects previously mentioned, net of taxes, net income would have totaled R\$ 397.3 million, representing an 8.0% increase compared to the same quarter of the prior year. Comparable earnings per share reached **R\$ 0.4090**, up **11.7%** versus 2Q25.

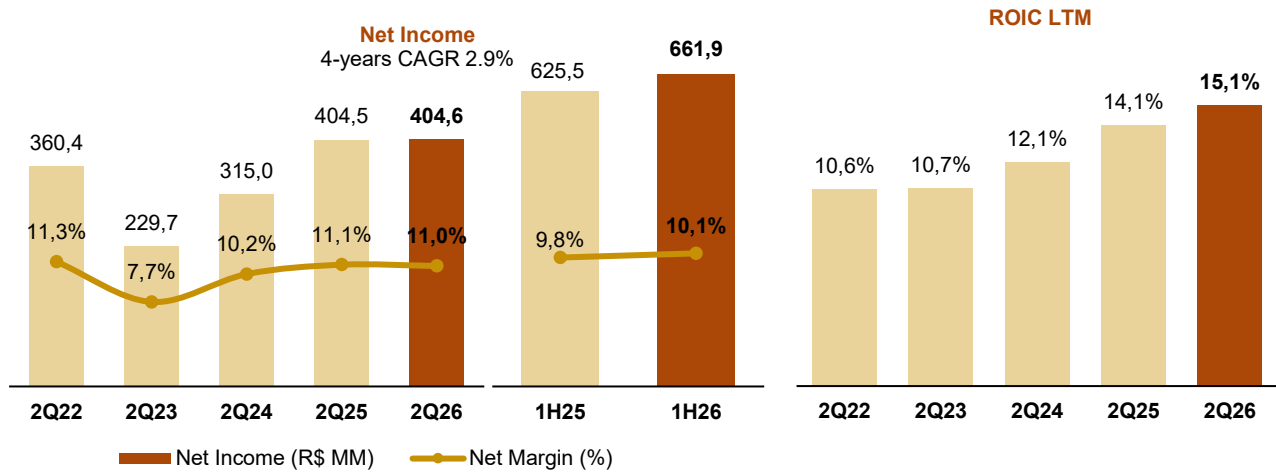
During the quarter, the Company distributed **R\$ 220.4 million** in interest on capital (IoC) to shareholders (compared to R\$ 203.1 million in 2Q25), equivalent to **R\$ 0.229299** per share (R\$ 0.203027 per share in 2Q25), with payment made beginning on July 14, 2026. In 1H26, including both IoC distributions and share repurchases, the Company returned R\$ 750.9 million to shareholders, resulting in a **distribution of 113% of net**

income for the 2026 first half. The Company maintains its payout guidance, targeting the distribution of **50% to 80%** of annual net income over the 2026-2030 period.

LTM ROIC¹ increased by **1.9 p.p.**, on a comparable basis², reaching **15.1%**, above the Company's cost of capital. The continued expansion of ROIC has been supported by margin gains, higher asset turnover driven by inventory productivity, disciplined working capital management, and store expansion with attractive incremental returns in new markets. These drivers reinforce the Company's confidence in its trajectory toward the guidance of **approximately 20% ROIC target by 2030**.

¹ Return 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.

² ROIC adjusted excluding the effects of Resolution 4,966.





Appendices

Appendix 1: Consolidated Income Statement

(R\$ MM)	2Q26	2Q25	1H26	1H25
Net Operating Revenue	4,201.5	4,167.6	7,567.2	7,425.1
Net Revenue from merchandise sales	3,683.5	3,642.7	6,553.5	6,391.0
Net Revenue from Services	518.0	524.9	1,013.7	1,034.1
Cost of Sales	(1,570.9)	(1,563.8)	(2,809.1)	(2,799.9)
Cost of merchandise sales	(1,563.0)	(1,561.6)	(2,805.4)	(2,796.3)
Cost of services	(7.9)	(2.2)	(3.7)	(3.6)
Gross Profit	2,630.6	2,603.8	4,758.1	4,625.3
Operating Expenses	(2,103.9)	(2,045.9)	(3,942.0)	(3,794.4)
Sales	(892.4)	(861.2)	(1,702.9)	(1,618.5)
General and Administrative	(398.7)	(393.8)	(765.1)	(747.2)
Depreciation and Amortization				
Credit Losses, Net	(298.6)	(255.7)	(531.4)	(432.9)
Other Operating Results	(197.4)	(211.1)	(309.6)	(366.8)
Operating Profit (loss) before Financial Result	526.6	558.0	816.1	830.9
Financial Result, Net	(33.4)	(45.9)	(55.5)	(64.3)
Income Tax and Social Contribution	(88.6)	(107.6)	(98.6)	(141.0)
Net Income for the Period	404.6	404.5	661.9	625.5

Appendix 2: Consolidated Cash Flow Statements

(R\$ MM)	2Q26	2Q25	1H26	1H25
Cash flows from operating activities				
Adjusted net income	1,036.1	1,280.0	1,729.8	2,127.6
(Increase) Reduction in the Assets				
Accounts receivable from customers	(429.9)	(816.6)	586.6	(71.7)
Inventories	106.6	269.4	(214.4)	(15.1)
Taxes recoverable	18.5	(52.1)	(14.7)	(65.8)
Other assets	7.7	39.1	(55.7)	(13.3)
Increase (Reduction) in Liabilities				
Suppliers	(49.7)	(68.5)	(200.4)	(454.7)
Obligations - forfait	(5.7)	-	(40.6)	-
Fiscal obligations	(13.6)	141.9	(342.0)	(145.9)
Obligations with card administrators	(44.5)	10.4	(177.5)	(136.1)
Other obligations	(104.8)	(65.7)	(101.4)	(66.7)
Payment of income tax and social contribution	(16.6)	(34.9)	(87.1)	(131.3)
Interest paid on loans, financing and debentures	(0.5)	(5.3)	(1.7)	(39.3)
Net cash generated by operating activities, before investments. Financial	503.6	697.7	1,080.9	987.7
Financial investments	139.3	(242.1)	223.7	(112.1)
Net cash generated by operating activities	642.9	455.6	1,304.6	875.6
Cash flows from investment activities				
Acquisitions of fixed and intangible assets	(167.0)	(183.5)	(296.1)	(254.9)
Net cash consumed by investment activities	(167.0)	(183.5)	(296.1)	(254.9)
Cash flows from financing activities				
Share buy-back	(213.0)	(147.7)	(313.1)	(648.0)
Borrowing and amortization of loans and debentures	335.2	153.2	341.8	(357.8)
Lease installment payable	(197.9)	(193.2)	(404.8)	(378.1)
Interest on equity and dividends payable	(187.6)	(164.5)	(384.2)	(320.1)
Cash flows from financing activities	(263.3)	(352.2)	(760.3)	(1,704.0)
Effect of exchange rate variation on balance of cash and cash equivalents	(9.9)	(1.8)	(10.4)	(9.3)
Variation in cash and cash equivalents	202.7	(81.9)	237.8	(1,092.6)
Cash and cash equivalents at the start of the period	1,013.2	915.4	978.1	1,926.1
Cash and cash equivalents at the end of the period	1,215.9	833.5	1,215.9	833.5

Appendix 3: Consolidated Balance Sheets

(R\$ MM)	06/30/2026	12/31/2025
TOTAL ASSETS	19,107.1	19,625.9
Current Assets	11,276.3	11,633.6
Cash and Cash Equivalents	1,215.9	978.1
Financial Investments	701.0	924.7
Accounts Receivable	6,503.7	7,175.2
Inventories	2,084.6	1,860.4
Recoverable Taxes	514.2	470.0
Income tax and social security contributions recoverable	135.7	122.7
Financial Derivatives	6.0	7.9
Other Assets	115.2	94.6
Non-Current Assets	7,830.8	7,992.3
Recoverable Taxes	342.9	368.7
Income tax and social security contributions recoverable	15.3	32.3
Deferred Income Tax and Social Contribution	681.9	741.9
Other Assets	186.1	177.5
Investments	61.0	55.1
Fixed Assets	2,858.2	2,929.2
Right of Use of Assets	2,108.4	2,076.6
Intangible	1,577.0	1,611.0
TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS EQUITY	19,107.1	19,625.9
Current Liabilities	6,659.0	6,866.6
Financing – Financial Services Operations	709.4	21.1
Financial Leases payable	682.7	740.2
Suppliers	1,563.0	1,774.4
Obligations - Forfait	1.3	41.2
Obligations with Card Administrators	2,424.7	2,602.2
Fiscal Obligations	257.4	503.3
Income tax and social contribution payable	6.4	86.8
Social and Labor Obligations	473.3	543.9
Statutory Obligations	193.1	212.0
Provision for Risks	109.8	92.1
Financial Derivatives	23.5	13.8
Other Obligations	214.4	235.6
Non-Current Liabilities	2,080.4	2,303.1
Financing – Financial Services Operations	48.4	358.8
Financial Services Payable	1,847.5	1,765.3
Deferred Income Tax and Social Contribution	2.4	1.6
Suppliers	71.2	71.6
Provision for Risks	64.9	64.2
Other Obligations	46.0	41.6
Shareholders' Equity	10,367.7	10,456.2
Capital Stock	9,544.8	9,544.8
Treasury Stock	(646.7)	(344.4)
Capital Reserves	19.2	10.2
Profit Reserves	1,148.8	1,148.8
Other Comprehensive Income	77.6	96.8
Retained Earnings (Accumulated Deficit)	224.0	-

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 Töller
Caroline Luccarini
Luciana Moura

Corporate Governance
gc@lojasrenner.com.br
Eloisa Sassen
Bruna Miranda
Ana Cristina Borelli

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 realize ASHUA