

# REVOLVE

REVOLVECLOTHING.COM

|                    |  |
|--------------------|--|
| TICKER             | \$RVLV   |
| SECTOR             | CONSUMO  |
| INDUSTRIA          | INTERNET – RETAIL                                    |
| IPO                | 2019   |
| MARKET CAP         | \$3.75 B   |
| ENTERPRISE VALUE   | \$3.6 B  |
| SHARES OUTSTANDING | 71.6 M   |
| FLOAT %            | 25.54 M  |
| PÁGINA             | <a href="http://www.revolve.com">www.revolve.com</a> |
| SEDE               | Cerritos, California.                                |

**REVOLVE** es el minorista de moda de próxima generación para “Millennials y Generation Z”. Se define como una marca de *estilo de vida Premium* confiable y una plataforma en línea para el descubrimiento y la inspiración.

Brindan una experiencia atractiva para el cliente a partir de una oferta amplia pero seleccionada de más de 45.000 prendas, calzado, accesorios y estilos de belleza.

La plataforma conecta una comunidad de millones de consumidores, miles de “influencers” de la moda global y más de 500 marcas emergentes, establecidas y propias.

La empresa opera a través de dos segmentos, **REVOLVE y FORWARD**, en los Estados Unidos e internacionalmente.

La empresa se centra en su plataforma, que conecta a consumidores, influencers y marcas a nivel mundial. Centrándose en la alta gama, ofreciendo así, varias marcas de lujo.

A lo largo de 18 años de inversión continua en tecnología, análisis de datos y estrategias innovadoras de marketing y comercialización, han construido una plataforma y una marca poderosas que creen que se está conectando con la próxima generación de consumidores y está redefiniendo el comercio minorista de moda para el siglo XXI.

La compañía se conocía anteriormente como Advance Holdings, LLC y cambió su nombre a Revolve Group, Inc. en octubre de 2018.

Revolve Group, Inc. fue fundada en 2003 y tiene su sede en Cerritos, California.

**Plataforma FORWARD** – Se centran en traducir la tienda tradicional, en una experiencia de compra en línea singular. FWRD trasciende el comercio electrónico tradicional con su combinación de servicio al cliente de primera clase y una lista de diseñadores. Desde icónicas maisons de couture hasta los últimos talentos emergentes, cuenta con todos los nombres principales de la moda. -

<https://www.fwrdr.com>

El espacio de la plataforma en este momento para la ropa es realmente interesante, pero Revolve se distingue, porque lo que hacen es recopilar análisis de datos sobre sus clientes (millennials y Gen Z) y usan esos patrones de compra para luego implementar sus marcas propias y sus propias marcas premium. Un dato muy interesante, es que el 36% de las ventas del año pasado fueron de marcas que eran propiedad de Revolve.

El **volumen promedio de pedidos** para un promedio de todos los clientes en 2019 fue de alrededor de \$275 por pedido.

Farfetch, The RealReal son **competidores** cercanos, pero una diferencia que caracteriza a Revolve es que han construido su modelo de negocio en torno a la cultura de los influencers. Se considera un pionero en el uso de las redes sociales para aprovechar las ventas.

La compañía ha existido desde 2003, tuvo su **IPO** en junio de 2019, y durante ese tiempo realmente fue, una especie de visión de futuro, al reunir una red de personas influyentes. Su red tiene ahora alrededor de 4.500 influencers globales. Y estos influencers atraen a los clientes a la plataforma, básicamente.

En los años que la compañía ha existido, han publicado cientos de miles de estilos en su sitio web con hasta 60 atributos únicos por estilo que registran en sus bases de datos. Teniendo así, cientos de puntos de datos, que les ayudan a optimizar qué productos ofrecer, así como a enfocar realmente sus esfuerzos de marketing, nuevamente, para impulsar la conversión y atraer nuevos usuarios.

### **PROPIETARIOS**

- Institutional: 98%
- Insiders: 13%

Fundadores:

- Michael Karanikolas
- Michael Mente

Importante aumento de fondos, aumentando un 65% en el 2020. Totalizando 165. Siendo los principales tenedores: Fidelity, Vanguard, Point72, etc.

| Investor Name                                       | Value of Shares Held (MM) | % Of Shares Outstanding Held | # Shares Held | Change in # of Shares Held | % Change in # of Shares Held | This Holding as % of Firm's Portfolio | Holdings Date | Investor Type                 |
|---|---------------------------|------------------------------|---------------|----------------------------|------------------------------|---------------------------------------|---------------|-------------------------------|
| Fidelity Management & Research Company LLC          | 241.9 US\$<br>67.73 %     | 13.97 %                      | 4,626,961     | 911,122                    | 24.52 %                      | 0.01 %                                | 31/12/20      | Investment Advisor            |
| The Vanguard Group, Inc.                            | 115.7 US\$<br>67.73 %     | 6.68 %                       | 2,212,815     | 262,495                    | 13.46 %                      | -                                     | 31/12/20      | Investment Advisor/Hedge Fund |
| Point72 Hong Kong Limited                           | 90.2 US\$<br>67.73 %      | 5.21 %                       | 1,724,536     | 692,962                    | 67.18 %                      | 4.35 %                                | 31/12/20      | Hedge Fund                    |
| Point72 Asset Management, L.P.                      | 86.1 US\$<br>67.73 %      | 4.97 %                       | 1,646,069     | 417,801                    | 34.02 %                      | 0.27 %                                | 31/12/20      | Hedge Fund                    |
| Penserra Capital Management LLC                     | 82.8 US\$<br>67.73 %      | 4.78 %                       | 1,583,356     | (114,274)                  | (6.73 %)                     | 0.84 %                                | 31/12/20      | Investment Advisor            |
| William Blair Investment Management LLC             | 61.1 US\$<br>67.73 %      | 3.53 %                       | 1,168,310     | 73,236                     | 6.69 %                       | 0.09 %                                | 31/12/20      | Investment Advisor/Hedge Fund |
| Westfield Capital Management Company, L.P.          | 55.7 US\$<br>67.73 %      | 3.22 %                       | 1,066,316     | 1,010,923                  | 1825.00 %                    | 0.19 %                                | 31/12/20      | Investment Advisor/Hedge Fund |
| Renaissance Technologies LLC                        | 54.6 US\$<br>67.73 %      | 3.15 %                       | 1,044,300     | 314,500                    | 43.09 %                      | 0.04 %                                | 31/12/20      | Hedge Fund                    |
| Palisade Capital Management, LLC                    | 48.3 US\$<br>67.73 %      | 2.79 %                       | 924,433       | 403,434                    | 77.43 %                      | 0.90 %                                | 31/12/20      | Investment Advisor/Hedge Fund |
| Federated Hermes Global Investment Management Corp. | 41.8 US\$<br>67.73 %      | 2.42 %                       | 800,000       | 200,000                    | 33.33 %                      | 0.10 %                                | 31/12/20      | Investment Advisor/Hedge Fund |
| Wells Capital Management Inc.                       | 40.3 US\$<br>67.73 %      | 2.33 %                       | 770,215       | (202,872)                  | (20.85 %)                    | 0.02 %                                | 31/12/20      | Investment Advisor/Hedge Fund |
| Principal Global Investors (Equity)                 | 38.5 US\$<br>67.73 %      | 2.23 %                       | 737,203       | 333,259                    | 82.50 %                      | 0.01 %                                | 31/12/20      | Investment Advisor            |

| Institutional Ownership |     |
|-------------------------|-----|
| Funds                   | 64% |
| Banks                   | 0%  |
| Insurance Co.           | 0   |

| Management Ownership |        |
|----------------------|--------|
| Percentage Held      | 1%     |
| Outstanding Shares   | 72 Mil |

| Fund Ownership Summary |             |
|------------------------|-------------|
| Date                   | No of Funds |
| Jun-19                 | 97          |
| Sep-19                 | 94          |
| Dec-19                 | 100         |
| Mar-20                 | 97          |
| Jun-20                 | 105         |
| Sep-20                 | 140         |
| Dec-20                 | 165         |

| IBD Mutual Fund Index Ownership |               |
|---------------------------------|---------------|
| Fund                            | Fund Assets % |
| Federated Hermes Kau...         | 0.23%         |

Fundadores - El dúo se conoció mientras trabajaba en la empresa de software NextStrat antes de que estallara la burbuja de las punto com.

Después de dejar la empresa en 2002, lanzaron Revolve al año siguiente con 50.000 dólares de su propio dinero (no buscaron financiación externa hasta 2012).

Como codirectores ejecutivos de Revolve, la pareja divide las responsabilidades a lo largo de líneas creativas y analíticas; **Karanikolas** se ocupa de las finanzas y la logística, mientras que **Mente** supervisa la comercialización, la interfaz de usuario y, sobre todo, la estrategia de marketing de influencers líder en la industria de Revolve.

En 2009, mucho antes de que “influencer” formara parte del léxico de la moda, Revolve trabajó con Rumi Neely, la bloguera detrás de Fashion Toast, en una campaña de marketing. La compañía ahora cuenta con unos 3.500 influencers como parte de su red, que generó un estimado de \$ 500 millones en ventas en 2018 y se ve reforzada por eventos durante todo el año como viajes pagados, una ventana emergente en Coachella y su propio festival de marca. Revolve también se ha asociado con Aimee Song, Camila Coelho y Chrissy Teigen para producir líneas de ropa para el sitio.

A junio de 2019, Revolve vendía más de 40.000 productos, más de 500 marcas. Con una mezcla de etiquetas contemporáneas y de alta gama y 23 de sus propias líneas de ropa. La oferta interna para minoristas se amplió en 2014 cuando adquirió Alliance Apparel, propietario de las populares marcas Lovers + Friends, Tularosa, NBD y Raye, por una suma no revelada.

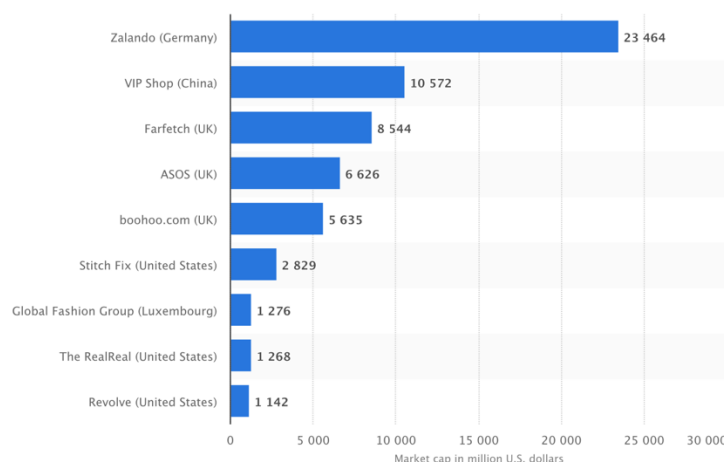
## INDUSTRIA: Consumer Goods

"Con la baja penetración del comercio electrónico y las redes sociales por parte de los pares de lujo, existe la oportunidad de impulsar el compromiso directo con el consumidor, especialmente a medida que los consumidores más jóvenes pasan cada vez más tiempo en línea". “Más del 60% de las ventas de bienes de lujo ahora están influenciadas digitalmente” dice Louise Singlehurst (Morgan Stanley).

- Los ingresos en el mercado de artículos de lujo ascienden a 321.969 millones en 2021. Se espera que el mercado crezca anualmente un 4,78% (CAGR 2021-2025).
- El segmento más grande del mercado es el segmento de Moda de lujo con un volumen de mercado de US \$ 107,969 millones en 2021.
- En comparación global, la mayoría de los ingresos se generan en los Estados Unidos (\$71,999 millones en 2021).

Según los datos de septiembre de 2020

Con una capitalización de mercado de más de 23 mil millones, Zalando ocupa el primer lugar entre las principales empresas de comercio electrónico de moda en todo el mundo, Revolve la novena.



## ANÁLISIS

|                   |        |
|-------------------|--------|
| INGRESOS (LTM)    | \$580M |
| P/B               | 17.8x  |
| Ratio de liquidez | 1.7    |
| Deuda/Patrimonio  | -      |
| Deuda/EBITDA      | -      |
| Ventas Q/Q        | -5%    |
| EPS Q/Q           | 117%   |
| ROA               | 20%    |
| ROE               | 34%    |
| Margen Bruto      | 55.9%  |
| Margen Operativo  | 10.5%  |
| EV/Ingresos       | 5.2x   |
| EV/EBITDA         | 54.6x  |

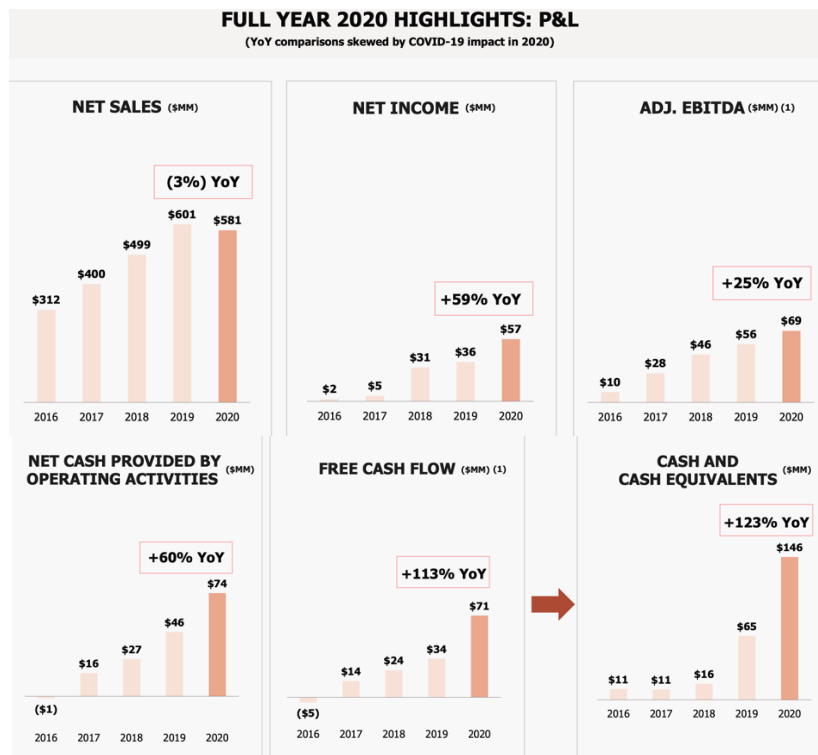
Puntos a destacar:

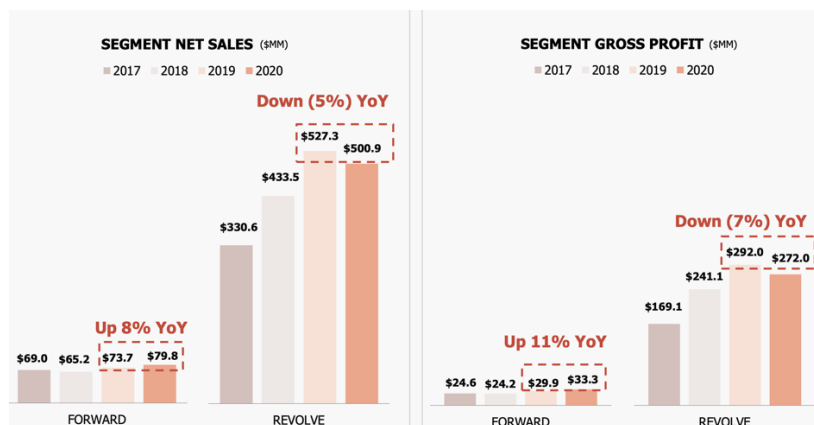
- La empresa está negociando a 1.2% por debajo de la estimación de su valor razonable (\$53/acción).
- Se prevé que las ganancias crezcan un 11% anual

- La tasa de impuestos la pudo reducir del 25,6% al 9,8%, debido a la forma en que la empresa programó sus opciones sobre acciones.
- Los márgenes brutos aumentaron del 53% al 55,5%, principalmente gracias a una rotación más rápida del inventario.
- El gasto en marketing disminuyó en alrededor de \$ 4 millones. Revolve gasta mucho en promocionar su indumentaria en eventos en vivo. Con tales eventos detenidos durante la pandemia, Revolve se ha visto obligada a detener estos esfuerzos.

#### Resultados FY 2020:

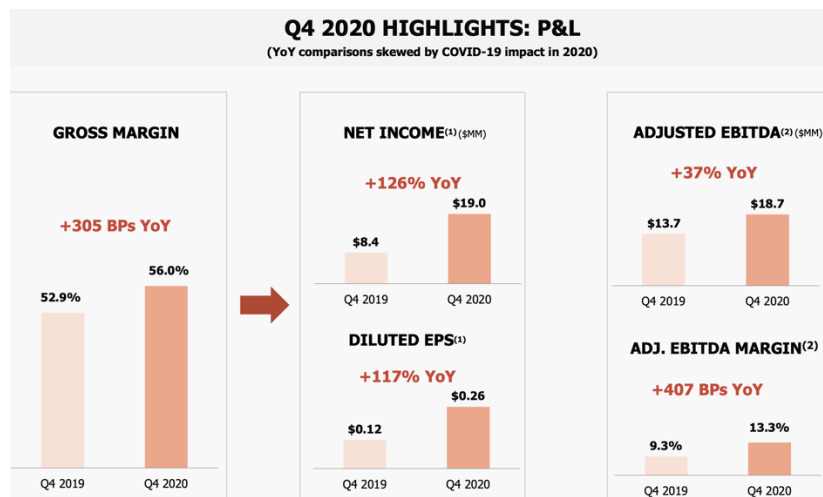
- Las ventas netas totales fueron de \$580,6 millones, - 3% Y/Y.
- El margen bruto fue de 52,6%, una disminución interanual de 99 puntos básicos.
- La utilidad neta fue de \$56,8 millones, + 59% Y/Y.
- El EBITDA ajustado fue de \$ 69,3 millones +25% Y/Y.
- El efectivo neto generado por las actividades operativas fue de \$ 73,8 millones +60% Y/Y.
- El flujo de caja libre fue de \$71,4 millones +113% Y/Y.
- El efectivo y equivalentes de efectivo fueron \$ 46.0 millones, un aumento de \$ 80.6 millones, o 123%, de \$ 65.4 millones al 31 de diciembre de 2019.





#### Resultados Q4:

- Ventas netas de -5% interanual a \$140,7 millones
- EPS +117% interanual a \$0.26
- Margen bruto del 56% +3,05% Y/Y
- 13,2% Aj. Margen EBITDA + 4% Y/Y.



#### Estado de resultado:

Ingresos: \$140.75 M; Ganancia Bruta: \$78.79 M; Ingreso Operativo: \$16.61 M

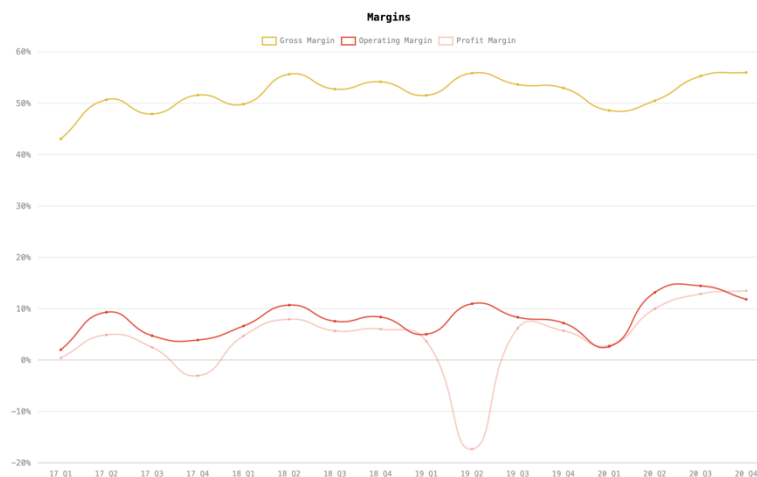


Han centrado principalmente en expandir nuestro negocio en **EE. UU.** Y han crecido a nivel internacional con una inversión limitada y sin presencia física. Comenzaron a ofrecer una experiencia de compra más localizada, incluidas devoluciones gratuitas y precios con todo incluido, a partir de 2018, para clientes en el Reino Unido, la UE y Australia, y se expandimos aún más a Nueva Zelanda, Singapur y Canadá en 2020.

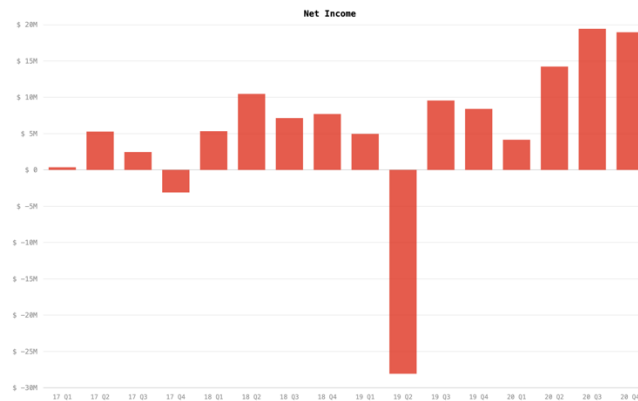
Para **2020 y 2019** , generaron \$ 113,1 millones y \$ 98,1 millones, respectivamente, en **ventas netas enviadas a clientes a nivel internacional**, o **19,5% y 16,3%** de las ventas netas totales, respectivamente. Además de expandir su presencia global de influencers, están aumentando gradualmente el nivel de inversión en expansión internacional, al continuar enfocándose en **Europa, Australia y Canadá, así como en Asia Pacífico** a largo plazo. Continúan invirtiendo y desarrollando mercados internacionales mientras mantenemos nuestro enfoque en el mercado central de EE. UU.

**Revolve cuenta con un importante poder de marca.** En el que cada año cuenta con mas mercadería para ofrecer, a precios similares a los de las marcas que todos conocemos. Por lo que se está convirtiendo en una gran marca para todos los jóvenes. Consiguiendo que diseñadores de moda, celebridades y sus socios influecers hicieran numerosos desfiles.

El margen bruto, es estable y creciente a lo largo de los trimestres. Estos últimos meses ha mejorando, subiendo dos puntos porcentuales al 55.9%.



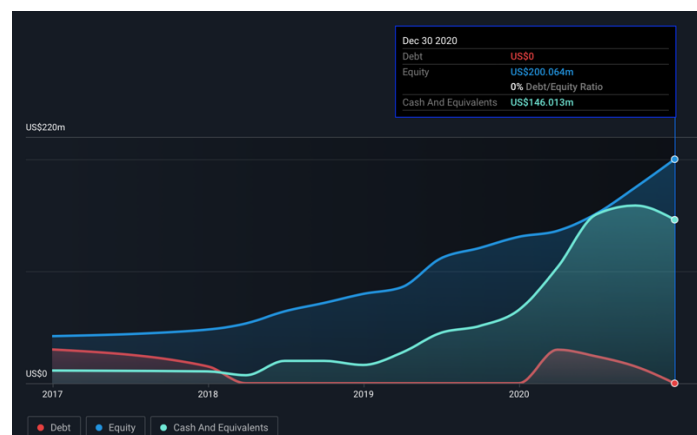
Ingresos Netos: \$18.96 M



Eran rentables antes de la pandemia, y han sido rentables y con un flujo de caja positivo, tanto antes como este año.

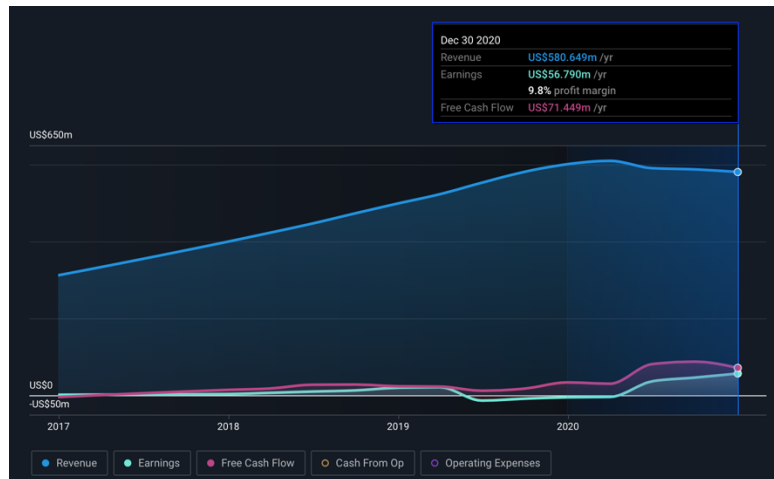
Balance:

- Pasivos a corto plazo: los activos a corto plazo de RVLV (\$ 276,9 millones) superan sus pasivos a corto plazo (\$ 105,7 millones).
- Destacar que no tiene pasivos a largo plazo.
- Cuenta con liquidez.



- Libre de deudas. No tiene deuda hace 5 años.
- Ingresos crecientes y con una buena proyección para los próximos trimestres.
- Ingresos netos y flujo de caja positivo.





### Flujo de caja:

El flujo de caja operativo aumentó el año pasado, en los primeros nueve meses que fue de \$32 millones, generando \$76 millones de flujo de efectivo operativo en el mismo período de este año.

Sin embargo, resaltar que su flujo de caja operativo viene descendiendo desde 2018, principalmente por la disminución en los ingresos netos y el aumento de los inventarios, lo que hacen que su salida de efectivo sea mayor. Además, su flujo de caja por inversiones es negativo desde 2018, principalmente por la compra de propiedades y su flujo de caja por inversiones también representa una salida de caja por la financiación de su deuda, ya que no cuenta con aumentos de la misma. Por lo que nos dice que se financia sin necesidad de terceros.

### CONCLUSIÓN:

Tiene números muy sólidos. Tienen \$143 millones de capital de trabajo en sus libros y no tienen deudas a largo plazo. Por lo que podemos ver una, una ventaja para su crecimiento en los próximos trimestres.

Revolve podría tener problemas si los grandes eventos sociales no se repiten durante algunos años, o si durante la pandemia otros minoristas capturan parte de su mercado objetivo y comienzan a construir lealtad a la marca. Pero si los inversores de Revolve pueden ser pacientes y sobrellevar la totalidad de esta pandemia, por mucho que dure, pueden ser recompensados una vez que la economía se abra por completo nuevamente.

Hay un cambio acelerado hacia las compras en línea, mientras que los clientes "favorecen cada vez más a las pequeñas marcas con una estética única y siguen las señales de los influencers en lugar de la publicidad tradicional", agregó.

El año pasado generaron aproximadamente la mitad de su tráfico, el 51%, a su sitio web Revolve a través de fuentes gratuitas o de bajo costo.

Han mencionado que los esfuerzos de la organización de eventos, tienen un alto retorno de la inversión. Siempre que se reanuden grandes reuniones, los inversores deben estar atentos a un aumento en el gasto en marketing de Revolve, que luego marcaría el comienzo de un retorno a las ventas, el crecimiento de clientes y pedidos en los trimestres posteriores.