

# LOJAS RENNER S.A.

**LREN**  
B3 LISTED NM

**1a**  
CORPORAÇÃO  
BRASILEIRA  
ANO 17



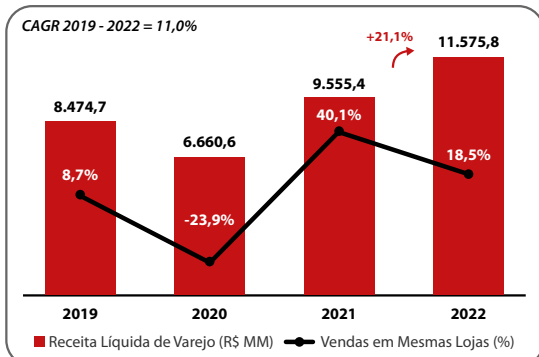
RENNER CAMICADO youcom realize repassa

**Lojas Renner S.A | CNPJ Nº 92.754.738/0001-62**  
NIRE-4330004848 | CVM-00813-3 | Companhia Aberta

## RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2022

### RECEITA LÍQUIDA DAS OPERAÇÕES DE VAREJO

A Companhia encerrou o ano de 2022 com crescimento na Receita Líquida das Operações de Varejo de 21,1% versus 2021 e 36,6% versus 2019 e Vendas em Mesmas Lojas de 18,5%. Este desempenho foi superior ao Índice PMC do Vestuário (Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE) em 7.p.p., evidenciando o contínuo aumento de participação de mercado no período.



As primeiras semanas do ano iniciaram com algumas incertezas relativas à pandemia, em razão do aumento no número de casos da variante Ômicron, resultando em um fluxo abaixo do esperado no mês de janeiro. No entanto, a partir de fevereiro, o cenário apresentou evolução, com aumento da mobilidade, bem como o retorno gradual das atividades sociais, acelerando o ritmo de vendas nos meses seguintes. A forte sazonalidade do período, com os eventos de Mães, Namorados e São João, impulsionados por um inverno antecipado e mais rigoroso, junto à necessidade de renovação do guarda-roupa decorrente da retomada dos eventos sociais e maior circulação, se traduziu em um crescimento robusto ao longo do 2T22.

Já no segundo semestre, fatores externos, como temperaturas mais frias que o esperado, eleições, Copa do Mundo FIFA, e um ambiente macroeconômico mais desafiador, marcado pela redução do poder aquisitivo dos consumidores, reflexo da inflação acumulada e recordes de endividamento e inadimplência, exerceram impacto negativo sobre as vendas do período.

Em relação aos canais digitais, a Companhia obteve resultados importantes. O GMV Digital totalizou R\$ 2.046,4 milhões, com crescimento de 24,5% ante 2021 e participação de 13,5%, e os novos canais, representados pelo marketplace Alameda Renner, Favoritos Renner, B2B e whatsapp, representaram 23% do GMV Digital em 2022. Além disso, os marketplaces da Camicado e da Renner se fortaleceram ainda mais, ao ampliarem categorias no decorrer do ano, finalizando o período com 505 e 362 sellers, respectivamente. A Youcom encerrou o ano com crescimento robusto de 39,4% versus o ano anterior, se tornando um player relevante de moda jovem no país. Destacaram-se avanços realizados em engenharia de produto e redução de lead time, em razão da aproximação a fornecedores estratégicos, bem como aumento de 31% na base ativa, totalizando 1,3 milhão de clientes. A marca ainda realizou campanhas que alcançaram mais de 60 milhões de pessoas, incluindo ativações com influenciadores, e geraram mais de 1,3 milhão de acessos ao e-commerce, contribuindo para o crescimento da receita também neste canal.

### ABERTURA POR NEGÓCIO

(R\$ MM)	2022	2021	Var.
<b>Consolidado</b>	<b>11.575,8</b>	<b>9.555,4</b>	<b>21,1%</b>
Renner (*)	10.602,9	8.613,9	23,1%
Camicado	567,1	650,4	-12,8%
Youcom	405,8	291,1	39,4%

\* Inclui as receitas de vendas de Ashua e de serviços do Repassa.

A Camicado, por sua vez, teve sua operação impactada por um cenário mais desafiador para o segmento de Casa & Decoração, que foi intensificado pelos efeitos de eleições, Copa do Mundo FIFA e restrição de poder de compra, mencionados anteriormente, resultando em queda na Receita Líquida de Mercadorias versus 2021. A despeito deste resultado, ocorreram evoluções importantes na marca. Dentre as melhorias, destacaram-se a redução dos níveis de inventário para o menor patamar desde o segundo trimestre de 2021, ações para aumento de rentabilidade, como redução de despesas gerais e maior participação de produtos de marca própria, com melhor margem, além da oferta de coleções em colaboração com estilistas.

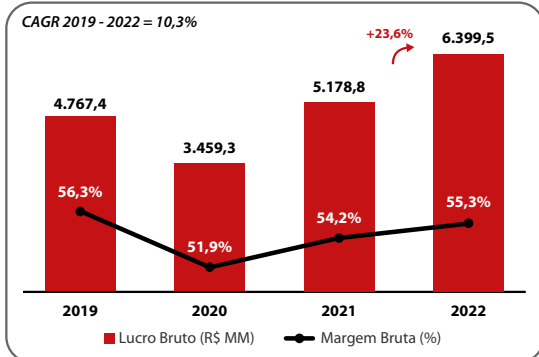
### LUCRO BRUTO DAS OPERAÇÕES DE VAREJO

Ao longo do ano, a Companhia apresentou trajetória de recuperação de margem chegando a níveis próximos aos patamares de 2019 e ultrapassando os níveis de 2021.

Contribuíram para este desempenho a aceitação das coleções, com destaque à de Outono/Inverno do segundo trimestre, bem como a eficiência da gestão comercial. Adicionalmente, os estoques, ao final do ano, ficaram estáveis em dias versus 2021 e com boa composição e idade. Estes fatores, combinados aos repasses, ainda que parciais, dos efeitos da inflação e câmbio nos preços de venda, se refletiram em menores sobras de coleções e, por consequência, em remarcações alinhadas aos menores níveis históricos.

Além disso, o uso de ferramentas de Data Analytics e IA nos processos de abastecimento e a integração dos estoques entre as plataformas on e off, também contribuíram para a evolução da margem no ano.

Com isso, todos os negócios apresentaram recuperação de margem bruta, em razão do melhor giro dos estoques, destacando-se a recuperação na Camicado, fruto da melhoria de processos de importação, bem como na gestão de precificação e remarcações.



### ABERTURA POR NEGÓCIO

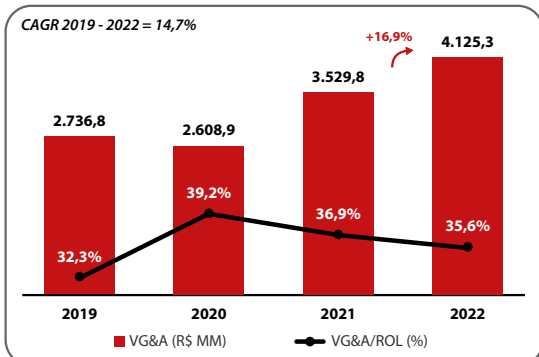
	2022	2021	Var.
<b>Consolidado</b>	<b>55,3%</b>	<b>54,2%</b>	<b>1,1p.p.</b>
Renner	55,3%	54,6%	0,7p.p.
Camicado	51,4%	46,3%	5,1p.p.
Youcom	61,2%	60,4%	0,8p.p.

A operação de Varejo inclui a venda de mercadorias, bem como operações de serviços (comissões e custos dos marketplaces e Repassa).

### DESPESAS OPERACIONAIS

(R\$ MM)	2022	2021	Var.
<b>Despesas Operacionais (VG&amp;A) (Pós IFRS 16)</b>	<b>(4.125,3)</b>	<b>(3.529,8)</b>	<b>16,9%</b>
% s/Receita Líq. de Varejo	35,6%	36,9%	-1,3p.p.
Vendas	(2.829,4)	(2.545,1)	11,2%
% s/Receita Líq. de Varejo	24,4%	26,6%	-2,2p.p.
Gerais e Administrativas	(1.295,8)	(984,7)	31,6%
% s/Receita Líq. de Varejo	11,2%	10,3%	0,9p.p.
<b>Outros Resultados Operacionais</b>	<b>105,0</b>	<b>(176,3)</b>	<b>NA</b>
Programa de Participação nos Resultados	(13,6)	(217,3)	-93,7%
Recuperação de Créditos Fiscais	110,1	79,1	39,1%
Outras receitas/despesas operacionais	8,6	(38,1)	NA
<b>Total das Despesas Operacionais, Líquidas</b>	<b>(4.020,2)</b>	<b>(3.706,1)</b>	<b>8,5%</b>
% s/Receita Líq. de Varejo	34,7%	38,8%	-4,1p.p.

As despesas operacionais (VG&A) não consideram as despesas com Depreciação e Amortização.



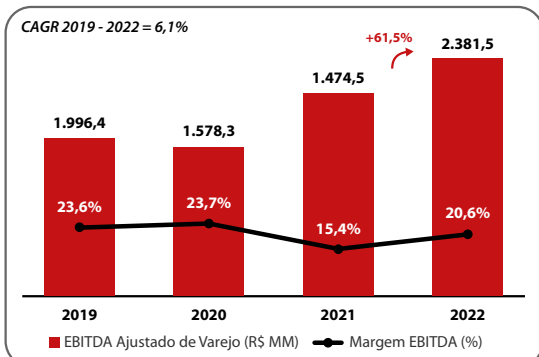
A participação das Despesas Operacionais sobre a Receita Líquida de Varejo apresentou redução em relação ao ano anterior, principalmente decorrente de ganhos de escala e de eficiência nas operações, não obstante um cenário de inflação ainda desafiador no período. No digital, destacaram-se as despesas com fretes, que apresentaram queda de 19% versus 2021, e o CAC, com menor representatividade sobre a receita gerada neste canal.

Já o aumento das Despesas Gerais e Administrativas foi atribuído aos maiores investimentos para desenvolvimento do ecossistema de Moda e Lifestyle, com destaque para os gastos relativos ao ramp up de operação do novo CD de Cabeúva, bem como ao carregamento dos investimentos realizados mais intensamente em 2021.

Adicionalmente, a maior recuperação de créditos fiscais no ano, fruto dos trabalhos contínuos de revisão tributária da Companhia, consequência do acompanhamento de decisões judiciais e formação de jurisprudência, bem como o efeito de um menor provisionamento do Programa de Participação de Resultados (PPR), em função da performance auferida, favoreceram a melhora em Outros Resultados Operacionais. Vale lembrar que, em 2021, a Companhia distribuiu PPR no seu maior nível histórico e de forma não recorrente.

### EBITDA AJUSTADO DE VAREJO (PÓS IFRS 16)

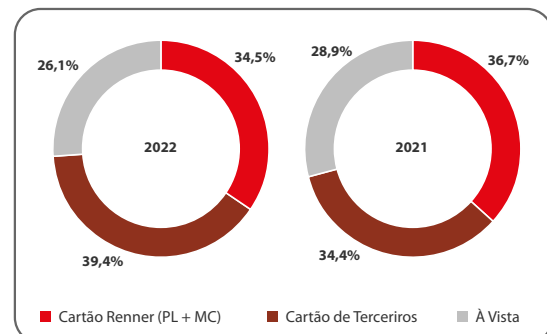
O EBITDA Ajustado de Varejo apresentou importante crescimento no ano, em função do maior lucro bruto, da alavancagem operacional, bem como do aumento em Outros Resultados Operacionais.



Montante de 2020 foi beneficiado pelo reconhecimento de crédito tributário, relativo ao êxito em ação judicial referente à exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e da COFINS, na ordem de R\$ 735,4 milhões, líquidos dos honorários advocatícios.

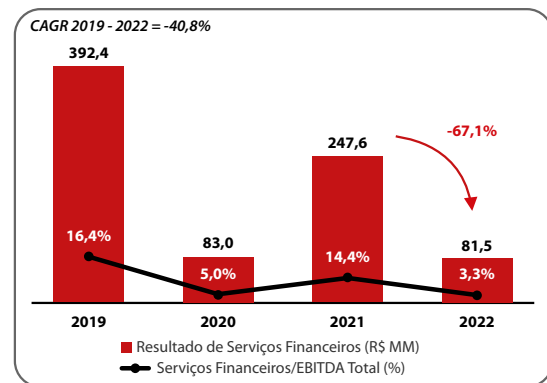
### CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Os cartões ativos emitidos pela Companhia totalizaram 5,8 milhões de unidades em dezembro de 2022 e representaram 34,5% das vendas de varejo, queda de 2,2 p.p. A redução deveu-se à maior competitividade do segmento de crédito.



### RESULTADO DE SERVIÇOS FINANCEIROS

(R\$ MM)	2022	2021	Var.
<b>Receitas, líquidas de custo de funding</b>	<b>1.585,3</b>	<b>993,6</b>	<b>59,5%</b>
Cartão Renner	129,6	172,0	-24,7%
% sobre carteira Cartão Renner	13,5%	15,6%	-2,1p.p.
Cartão Bandeira	1.437,9	820,3	75,3%
% sobre carteira Meu Cartão	26,8%	22,3%	4,5p.p.
Outras receitas operacionais	17,8	1,4	NA
<b>Perdas em créditos, líquidas das recuperações</b>	<b>(991,7)</b>	<b>(339,8)</b>	<b>191,9%</b>
Cartão Renner	(71,3)	(41,5)	71,9%
% sobre carteira Cartão Renner	7,4%	3,8%	3,6p.p.
Cartão Bandeira	(920,4)	(298,3)	208,5%
% sobre carteira Meu Cartão	17,2%	8,1%	9,1p.p.
<b>Despesas operacionais</b>	<b>(512,0)</b>	<b>(406,3)</b>	<b>26,0%</b>
% sobre carteira total	-8,1%	-8,5%	0,4p.p.
<b>Resultado de serviços financeiros</b>	<b>81,5</b>	<b>247,6</b>	<b>-67,1%</b>
% sobre carteira total	1,3%	5,2%	-3,9p.p.
% sobre o EBITDA Total Ajustado (pós IFRS 16)	3,3%	14,4%	-11,1p.p.



O Resultado de Serviços Financeiros, em 2022, foi impactado pela deterioração do cenário de crédito ao longo do ano, com aumento no endividamento das famílias e índices de inadimplência que atingiram patamares historicamente elevados. O menor consumo em geral, dado um cenário mais desafiador, impactou a evolução da carteira em dia.

Considerando este cenário, a Realize CFI executou diversas ações de originação, manutenção e cobrança junto aos clientes. Destacaram-se uma maior seletividade na concessão de crédito para clientes de maior risco - que levaram à diminuição da taxa de aprovação, redução de limites, renegociação de dívidas, aumento dos postos de cobrança, entre outras iniciativas que trouxeram melhor qualidade das novas safras, ainda que com volumes menores.

As receitas apresentaram crescimento em função dos maiores volumes de carteira, decorrente do aumento nas vendas, bem como do maior spending do Meu Cartão, dada a estratégia de priorização desde produto, para maior atratividade da oferta de crédito da Realize CFI, em função da maior competição neste segmento, em linha com a tendência do varejo de migrar o cartão Private Label para o Co-branded.

Por outro lado, as medidas de restrição de crédito e uma menor base de clientes apta para consumo (sem bloqueio), principalmente na segunda metade do ano, tiveram efeito nas receitas, que cresceram menos do que o esperado. Adicionalmente os descontos de renegociação, também impactaram esta linha.

As perdas líquidas, por sua vez, foram impactadas pela deterioração do cenário de crédito mencionado anteriormente, resultando em maiores níveis de provisionamento de perdas e menores volumes de recuperação de crédito.

Ainda, no segundo semestre, a Realize CFI realizou cessão de crédito de carteira baixada (vencida acima de 360 dias), que totalizou R\$ 43,6 milhões.

As despesas operacionais, por sua vez, apresentaram aumento, porém em nível inferior ao crescimento da carteira, refletindo maior eficiência na gestão de despesas.

### CARTEIRA DE CRÉDITO

A carteira total apresentou crescimento de 32,2% em comparação ao ano anterior, essencialmente em função dos maiores volumes transacionados no Meu Cartão, bem como pelo aumento das vendas do varejo. Analisando apenas a carteira em dia, esse crescimento foi de 18%.

O aumento no percentual de vencidos em ambos os produtos, refletiu o cenário macro mais desafiador, com inadimplência que seguiu deteriorando, com consequente efeito nas recuperações.

O menor consumo on e off us, principalmente no segundo semestre, bem como a política de crédito mais conservadora, assim como uma menor base de clientes apta para consumo (sem bloqueio), levaram a uma menor oxigenação da carteira.

Já as perdas líquidas apresentaram aumento no indicador, em função de um maior provisionamento da carteira em atraso, para garantir as coberturas necessárias às possíveis perdas de crédito futuras.