

LOJAS RENNER S.A.

RENNER CAMICADO youcom realize ashua repassa



Lojas Renner S.A | CNPJ Nº 92.754.738/0001-62
NIRE-43300004848 | CVM-00813-3 | Companhia Aberta

RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2023

Apresentação

No cumprimento das disposições legais e de acordo com a legislação societária brasileira, a Lojas Renner S.A. apresenta, a seguir, o Relatório da Administração, comentando os resultados operacionais e financeiros relativos ao exercício findo em 31 de dezembro de 2023. Este relatório é complementar às Demonstrações Financeiras da Companhia, que estão de acordo com os Padrões Internacionais do Relatório Financeiro (*International Financial Reporting Standards + IFRS*), emitidos pelo *International Accounting Standards Board (IASB)*. O conteúdo aqui exposto está alinhado ao Relatório Integrado da Companhia, que respeita as melhores práticas globais e diretrizes do *IIRC (International Integrated Reporting Council)*.

Mensagem da Administração

O ano de 2023 foi um marco importante de transformação em nossa Companhia. Evoluímos nos principais projetos estratégicos de nosso ecossistema, fundamentais para nos posicionarmos na frente em nosso segmento e sermos cada vez mais referência em moda e *lifestyle*, em experiências encantadoras e de forma responsável. Todos os investimentos feitos têm o foco nesses três pilares e, como consequência, preparamos as nossas marcas para resultados crescentes, com ganhos de eficiência e de forma consistente.

Operacionalmente tivemos um ano desafiador, fruto de efeitos não recorrentes das transformações realizadas, que pressionaram a performance no curto prazo, mas que, passado o momento inicial, nos proporcionaram novas alavancas de crescimento e eficiência. Tivemos também um ambiente macroeconômico difícil, com inadimplência elevada das famílias, o que comprometeu a renda e o poder de compra dos consumidores, além de uma base de comparação forte e não recorrente, principalmente no 1S23. Este contexto trouxe a necessidade de ajustes internos, principalmente a partir da segunda metade do ano, para nos adequarmos ao momento atual do consumidor. Fizemos ajustes pontuais na pirâmide de preços, fortalecendo nosso posicionamento e melhorando a competitividade e, com isso, o fator preço perdeu relevância como detratador da jornada do cliente (*NPS*). Ainda em setembro, foi iniciada uma série de campanhas de reforço e presença de marca, estimulando os clientes a visitarem nossas lojas, o que, combinado com uma proposta de valor mais competitiva, contribuiu para o aumento sequencial em peças nos meses seguintes. A Receita Líquida de Varejo alcançou R\$ 11,7 bilhões no ano, estável ante o ano anterior, no entanto, fechamos o 4T com 9,3% de crescimento na receita de vestuário das Operações no Brasil (ex cosméticos), acima do PMC - Pesquisa Mensal do Comércio de Vestuário, do IBGE do período, com aumento expressivo em transações e peças vendidas versus o ano anterior. O desempenho do 4T somado ao do acumulado do ano corrente até a primeira quinzena de março nos deixam confiantes quanto ao ano de 2024.

Os níveis de vendas abaixo do esperado levaram a maiores marcações no 1S23. No entanto, a maior agilidade e flexibilidade alcançados a partir dali, com maior parcela da coleção sendo desenvolvida e comprada *in season*, trouxeram maior retorno nas marcas que fizeram parte do piloto inicial, o que também nos mostra que esses investimentos e esforços nos proporcionam, a partir de agora, alavancas importantes de geração de valor. Assim, no ano, o estoque da Companhia decresceu 3,4% em valor e o giro se manteve equilibrado, o que, combinado a menores custos, favoreceu a dinâmica de margem bruta no 2S23. Desta forma, a margem bruta foi de 54,5% no ano, com contração de 0,8 p.p., porém com estabilidade no 2S23 e ligeiro avanço no 4T (0,2p.p.).

A Camicado também passou por importantes ajustes no ano: encerrou 16 unidades, as quais trouxeram impacto na Receita Líquida, pela menor metragem quadrada, porém com efeito positivo no SSS das unidades físicas, que cresceu 6,7% e com mais eficiência. No 4T23, este crescimento foi ainda mais acentuado, de 11,6%. Isto, aliado à evolução consistente de margem bruta, fruto das melhorias na gestão comercial e de estoques deste negócio. A Youcom, por sua vez, apresentou crescimento de Receita Líquida de 5,5%, superior ao setor de vestuário, se consolidando cada vez mais no segmento de moda jovem, e com manufatura de margem bruta.

Em despesas, importantes ajustes de estruturas foram realizados ao longo do 1S23, os quais geraram gastos adicionais naquele período, porém trouxeram maior equilíbrio para os períodos posteriores. No ano, houve a transição de nossa operação logística ao novo CD em SP, que gerou custos adicionais e impactos na execução característicos de uma transição deste porte, sem ainda refletir os benefícios na operação. Estas redundâncias somaram cerca de R\$ 100 milhões no ano. O *ramp-up* dos negócios de vestuário avançou, com 100% do volume sendo comprado, armazenado e processado em SKU ao final do período. Este CD é um grande habilitador para a evolução de nosso modelo de abastecimento, que passa a ser totalmente por SKU e integrado entre canais, com potencial transformador aos nossos negócios, por meio da sofisticação da tecnologia existente e a grande capacidade e escala das instalações. Estes e outros atributos contribuíram para termos maior precisão no abastecimento de nossas lojas, com uma operação totalmente omnicanal, que nos permitirá uma atuação muito mais ágil. Na Camicado, cuja migração foi iniciada no 1S22 e já está com operação estabilizada, houve redução relevante no lead time de abastecimento de lojas e em custos.

Nosso canal online ganhou ainda mais relevância em 2023, alcançando 14,3% de penetração e crescimento de 8,5%, reflexo principalmente da maior conversão. E com mais eficiência, com queda de 4,7p.p. no SG&A/ROL Digital, fruto das iniciativas para melhor gestão do canal e com melhor nível de serviço. Na Renner, as entregas em até 2 dias chegaram a alcançar -50% dos pedidos online no Brasil e -70% nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. A frente de conteúdo e branding teve também papel fundamental na busca por otimização do CAC (Custo de Aquisição de Clientes): no ano, realizamos *lives* de diferentes formatos, ampliamos a atuação nas redes sociais e intensificamos a estratégia de marketing de influência, que trouxeram maior fluxo não pago aos nossos canais.

Na operação física, inauguramos 35 lojas, sendo 13 Youcom, 5 Ashua e 17 Renner, das quais -75% em cidades onde ainda não tínhamos presença, em linha com o plano de expansão para novas praças. Estas unidades possuem curva de maturação mais acelerada, com rentabilidade superior à média. Avançamos na digitalização da jornada do cliente, trazendo mais agilidade nos processos e no atendimento. Nesse sentido, aumentamos a relevância das modalidades alternativas de checkout, através de uma maior quantidade de dispositivos móveis dos colaboradores. Somos a única empresa do Brasil a operar totens de autoatendimento com tecnologia RFID e instalamos mais dispositivos, totalizando 213 lojas, que chegaram a alcançar 39% do seu faturamento nesta modalidade. Esta iniciativa, somada às demais modalidades de pagamento digital, como a Venda Móvel (dispositivos dos colaboradores) e o Pague Digital (pelo celular do cliente), representaram 31% das vendas totais (+20p.p. vs 2022).

Em soluções financeiras, a Realize foi impactada ao longo do ano pelo cenário de crédito e inadimplência mais desafiadores, que atingiu toda a indústria. Diversas ações em captação, manutenção e cobrança foram tomadas junto aos clientes. Como resultado, as novas safras apresentaram melhor qualidade e, nos últimos meses do ano, já vimos evolução nos indicadores de inadimplência, bem como nos resultados da financeira.

Quanto à moda responsável, focamos nossa atuação na construção de relações humanas e diversas, em soluções climáticas, circulares e regenerativas, bem como na amplificação de conexões na busca de soluções na cadeia de valor, em linha com as novas metas estabelecidas para 2030. Como reconhecimento de nossas ações, integramos o ISE B3, pelo décimo ano consecutivo, sendo a primeira colocada entre as varejistas e a segunda no ranking geral e fomos, mais uma vez, a empresa de varejo de moda líder no Índice de Sustentabilidade do *Dow Jones* e Top 3 do varejo geral no mundo.

Nosso EBITDA total atingiu R\$ 2,1 bilhões em 2023, redução de 15% ante 2022, porém com geração de fluxo de caixa livre recorde, de R\$ 1,1 bilhão, mais de 5x superior ao ano anterior. O Lucro Líquido, por sua vez, alcançou R\$ 976 milhões, dos quais 70% foram distribuídos como remuneração aos acionistas. Encerramos o ano com posição de caixa de R\$ 3,1 bilhões e caixa líquido de R\$ 1,2 bilhão e, visando a maior eficiência na estrutura de capital e retorno aos acionistas, recomparamos 15 milhões de ações em 2023, antecipamos pagamento de proventos e amortizamos dívidas. Ainda, totalizamos R\$ 889 milhões em CAPEX em diversas frentes e, para 2024, investiremos -R\$800 milhões, voltados principalmente às reformas de lojas, que geram maior produtividade das operações, à tecnologia e à abertura de cerca de 30 novas lojas - 20 Renner, sendo 90% em novas praças - que trazem, não somente crescimento de área de vendas física, mas também alavancam o online.

2023 foi um ano de desafios, mas sem dúvidas também de foco, com a realização de ajustes e investimentos necessários para garantir a competitividade e crescimento com rentabilidade para os próximos períodos. Temos 2024 como o ano em que iniciaremos o ciclo de colheita, seja por uma proposta de valor mais atrativa, com mais reatividade, seja por estruturas mais enxutas e operações on e off mais otimizadas, bem como pelos investimentos relevantes realizados, principalmente em nosso modelo de abastecimento, que deixam de penalizar a operação e começam a apresentar os seus benefícios. Desta forma, seguiremos avançando para sermos cada vez mais referência em moda e *lifestyle*, em moda responsável e no encantamento na jornada do consumidor, com nossos times focados em extrair valor dos investimentos recentes e, assim, retomando a trajetória de crescimento sustentável, com melhora sequencial de rentabilidade.

Em moda e *lifestyle*, nossas prioridades estarão voltadas em melhorar o *time to market*, buscando integrar nossa rede de fornecimento ao processo de desenvolvimento de coleções, tornando toda a cadeia mais flexível e ágil às demandas do cliente, bem como ampliar o uso da plataforma de captura de tendências para mais marcas. Em experiências encantadoras, trabalharemos na aceleração da conversão de clientes monocanal para omni, que traz ganhos em *spending* e frequência, através da continuidade da digitalização na jornada de lojas, assim como da implementação da nova plataforma online, que nos habilitará agregar mais funcionalidades e com ainda mais eficiência. Também seguiremos trabalhando na estabilização do novo modelo de abastecimento, bem como na migração de nossas operações online ao CD SP. E tudo isso mantendo e evoluindo nossa atuação ESG, rumo às metas 2030. Assim, seguiremos para 2024 conscientes dos desafios externos que ainda estarão presentes, porém mais fortalecidos e convictos quanto à nossa capacidade de encantar nossos clientes e ganhar participação de mercado, gerando valor aos nossos acionistas.

Neste momento em que se aproxima o término do seu mandato, o Sr. José Galló, depois de 5 anos presidindo o nosso Conselho de Administração, decidiu encerrar um importante ciclo e não mais fazer parte do nosso Conselho após a nossa Assembleia Geral Ordinária, convocada para o dia 18 de abril de 2024.

Em suas palavras, José Galló: *"Comunico que, após 32 anos de dedicação à Renner, dos quais 27 como diretor presidente e, nos últimos cinco, na presidência do Conselho de Administração, tomei a decisão pessoal e planejada de não apresentar meu nome para um novo mandato. Cheguei ao momento em que deixo a agenda com mais espaço para me dedicar a interesses pessoais e acompanhar projetos empresariais e sociais da minha família. Por isso, permito-me registrar aqui uma breve mensagem pessoal de agradecimento. Ao longo dessas três décadas, dediquei-me integralmente e com paixão a conduzir a transformação da Renner, de uma rede com oito lojas no Rio Grande do Sul, para um ecossistema de moda e lifestyle, com mais de 650 lojas no Brasil, Argentina e Uruguai, conectando com milhões de clientes também em canais digitais. Hoje, são 24 mil colaboradores diretos, com impacto indireto em mais de 100 mil pessoas. Tenho convicção de que a Cultura do Encantamento, que construímos na companhia, tem sido a grande impulsionadora desse resultado. Esse encantamento, digo com muita alegria, vai muito além de fazer a empresa crescer. Significa, principalmente, fazer as pessoas felizes, realizando seus sonhos, tanto clientes quanto a nossa gente. Saio realizado por ter visto tantos colaboradores desenvolverem seu potencial, crescendo profissionalmente, se transformando em líderes. Em momentos desafiadores, as pessoas da Renner, trabalhando colaborativamente, mesmo com poucos recursos, realizaram coisas extraordinárias. Isso faz tudo valer a pena. A Renner é uma empresa admirável, e tenho certeza de que os próximos anos trarão inúmeras oportunidades para levar seu propósito para ainda mais pessoas. Estou convencido de que a Renner está bem-preparada e com todas as condições de seguir atuando em linha com as transformações tecnológicas, novos hábitos e comportamentos sociais e agenda de sustentabilidade, priorizando os compromissos com nossos clientes, acionistas, colaboradores, parceiros e sociedade. Principalmente, será incansável em manter sempre acesa a chama do encantamento. Quero finalmente deixar registrado o meu agradecimento a todos que estiveram comigo e me apoiaram ao longo dessa jornada e de forma muito especial às pessoas que fazem da Renner uma empresa que orgulha a todos nós."*

Em agradecimento, Fabio Faccio, CEO da Companhia: *"Em nome do Conselho de Administração, da Diretoria e de todos os nossos colaboradores, agradeço ao Sr. José Galló por sua atuação determinante para que a Companhia se transformasse na maior varejista de moda do país. As suas palavras acima bem retratam a sua trajetória e a relevância de toda a sua contribuição ao longo de 32 anos de dedicação à nossa Lojas Renner S.A.. Aproveito para agradecer também ao Sr. Thomas Herrmann, pela sua colaboração ao longo dos seus dois ciclos de 7 anos conosco em períodos diferentes, que também se encerram ao final deste mandato."*

Marcando esse novo ciclo, a Companhia segue comprometida em manter a excelência dos seus quadros de executivos e conselheiros, indicando 2 novos membros para a nova composição do Conselho a ser deliberada na próxima Assembleia Geral Ordinária. E, por fim, gostaríamos de agradecer nossos colaboradores pelo engajamento e dedicação; aos fornecedores, pela parceria nas operações; aos acionistas, pela confiança em nossos negócios, e aos clientes e comunidade em geral, pela cumplicidade com nossas marcas.

José Galló

Presidente do Conselho de Administração

Fabio Adegas Faccio

Diretor Presidente

Porto Alegre, 14 de março de 2024

Destaques do ano

Despesas mais equilibradas (ex gastos adicionais CD), crescendo abaixo da inflação

Geração de FCL recorde de R\$ 1,1 bi e ciclo financeiro equilibrado

Camicado: SSS de 6,7% na operação física com evolução consistente de margem bruta

GMV Digital: +8,5%, com penetração de 14,3%

Mais reatividade: 40% da coleção desenvolvida e comprada *in season*, superando pastameres pré-pandemia

RX Ventures investiu na Radlar, retailtech de gestão de estoque por RFID, comportamento de cliente e checkout autônomo e na Connectly, que desenvolve IA para comércio conversacional

Posição robusta de caixa de R\$ 3,1 bi com caixa líquido de R\$ 1,2 bi

Realize: redução da carteira vencida total em 5,6%, como consequência da menor formação de NPL90

Eficiência do digital: redução de 4,7p.p. na participação das despesas sobre a receita líquida do canal, com destaque para o CAC, próximo aos níveis da operação física

Conclusão do processo de migração para o novo CD SP, atingindo 100% da compra e abastecimento por SKU

R\$ 682 MM de JSCP distribuídos aos acionistas, resultando em um payout de 70%

Digitalização de lojas: totens de autoatendimento representaram 39% das vendas das lojas que possuem estes dispositivos (+9p.p.)

Cenário Macroeconômico

2023 se caracterizou por inflação e taxa de juros ainda elevadas, com endividamento das famílias em níveis recordes, bem como pela transição de um novo governo, que trouxe mudanças na política econômica do País. Estes fatores tiveram impacto relevante no poder de compra dos consumidores e na sua capacidade de pagar dívidas, assim como na dinâmica dos negócios. No segmento de vestuário não foi diferente: um ano com crescimento errático ao longo dos meses, conforme dados do PMC - Pesquisa Mensal do Comércio, divulgada pelo IBGE, com um consumidor bastante sensível a preços e com limitada capacidade de conversão em peças.

Ao longo do ano, alguns indicadores apresentaram evolução, com a inflação acumulada de certos segmentos em queda, sequência de redução de taxa de juros a partir de agosto, bem como sinais positivos quanto ao endividamento das famílias nos últimos meses do ano. A continuidade de evolução nestes e outros aspectos podem trazer um ambiente macroeconômico mais favorável para os próximos períodos e, consequentemente, beneficiar o consumo.

A Companhia e seus negócios

A Lojas Renner S.A. foi constituída em 1965 e tornou-se uma Companhia de capital aberto em 1967. Sua sede administrativa está localizada em Porto Alegre (RS) e conta com escritórios na China, Vietnã e Bangladesh para operações de compra e desenvolvimento de produtos importados. Além disso, possui três Centros de Distribuição (CDs) e uma unidade de *cross docking*.

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. Conta com 673 lojas em operação, distribuídas em todos os estados do Brasil, 11 unidades no Uruguai e 4 na Argentina.

	RENNER		CAMICADO		YOUCOM		ASHUA	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Número de Lojas	424	422	107	123	124	114	18	13
Inaugurações	17	21	-	4	13	11	5	4
Fechamentos	15	3	16	-	3	1	-	-
Área de Vendas (mil m ²)	731,2	733,8	45,7	51,6	22	19,6	2,8	1,8

RENNER

A Renner, maior varejista omni especializada em moda e *lifestyle* do Brasil, é o principal negócio da Companhia e representa 92% da receita líquida total. A proposta de valor da marca é entregar a melhor experiência omni em moda com diferentes estilos para o segmento médio/alto, encantando os clientes com produtos e serviços de qualidade, a preços competitivos, sempre inovando de forma sustentável.

Em 2023, a Renner seguiu com o seu plano de expansão física, inaugurando 17 lojas e, como resultado do processo de revisão de rentabilidade das operações, encerrou 15 unidades. Das 424 unidades em operação ao final do ano, 409 são no Brasil, 11 no Uruguai e 4 na Argentina. A marca seguiu implantando as ferramentas necessárias para fortalecer o relacionamento com os clientes, com o objetivo de ser cada vez mais digital e omni, bem como implementando o novo formato de loja nas novas inaugurações e reformas. Além disso, seguiu aprimorando outros canais de venda (ex. WhatsApp, Pague Digital, etc.) e avançando na agilidade das entregas, com o objetivo de melhorar cada vez mais a experiência dos clientes.

CAMICADO

A Camicado, adquirida em 2011, é a maior varejista nacional no segmento de casa e decoração com mais de 35 anos de especialização. Além dos itens de revenda, desenvolve produtos de sua marca própria, a Home Style, e conta com um marketplace com mais de 700 sellers. Em 2023, realizou um processo de revisão da rentabilidade das lojas, encerrando a operação de 16 unidades, contando, assim, com 107 lojas ao final do ano.

A partir de 2022, a Camicado passou por um processo de transformação, tanto em seu ambiente físico como digital. As estratégias de negócio foram revisadas e adequadas para o novo momento de mercado, sempre com o objetivo de criar uma jornada mais prática e inspiradora para os clientes. Foram implementadas melhorias na experiência do cliente no site e aplicativo, tornando a navegação mais simples e intuitiva, com o objetivo de aumentar a participação digital da marca e fortalecer a apresentação dos produtos, com mais rentabilidade.

YOUCOM

A Youcom, lançada em 2013, é uma marca de moda jovem com estilo de vida urbano, sempre conectada ao comportamento e necessidades do seu consumidor, de forma inovadora e sustentável.

A marca seguiu crescendo e cumprindo seu propósito de encantar e conectar pessoas de *lifestyle* jovem. No ano de 2023, foram inauguradas 13 lojas, sendo a maioria em praças novas, mantendo seu formato especializado e com alto apelo de moda. A Youcom oferece uma experiência omnichannel para seus clientes, através de e-commerce e aplicativo exclusivos da marca.

ASHUA

A Ashua, lançada em 2016 no e-commerce, é uma marca *curve* e *plus size* que oferece coleções com muita informação de moda, priorizando a modelagem, o conforto e o estilo de cada mulher, em uma experiência de compra omnichannel.

Além da abertura de 5 novas lojas, também expandiu o número de corners nas Lojas Renner, totalizando 15 unidades no Brasil e 1 no Uruguai. No caminho da transformação digital e inovação, destacaram-se a segunda *collab* assinada por influenciadora e a coleção Ashua 4 You, direcionada para o público jovem.

REALIZE CFI - SERVIÇOS FINANCEIROS

A Realize Crédito, Financiamento e Investimento S.A. - Realize CFI proporciona soluções financeiras conectadas ao varejo, disponibilizando para os clientes um conjunto de produtos para facilitar seu dia a dia. Entre eles, estão o Cartão Renner (*private label*) e o Meu Cartão (cartão de crédito internacional), além do Saque Rápido (modalidade de empréstimo pessoal) e portfólio de seguros.

REPASSA

O Repassa é uma plataforma online que revende roupas, calçados e acessórios, adquirida em 2021. É uma *startup* nativa digital, fundada em 2015, com foco em sustentabilidade, que atua no segmento gerenciado de revenda de moda, ampliando a oferta de serviços aos clientes do ecossistema.

UELLO

A Uello é uma *logtech* nativa digital focada em soluções para entregas urbanas, adquirida em 2022. Oferece uma plataforma completa e customizada de gestão de logística para médios e grandes clientes corporativos, incluindo entregas *last mile* com gestão de rotas, tracking e notificações de pedido e aplicativo para os motoristas.

Pilares de Sustentação

VALORES CORPORATIVOS

- ENCANTAR... exceder a expectativa dos clientes
 - NOSSO JEITO... fazer coisas de forma simples e ágil, com muita energia e paixão
 - GENTE... contratar, desenvolver e manter as melhores pessoas
 - DONOS DO NEGÓCIO... pensar e agir como donos de nossa unidade de negócio
 - OBSTINAÇÃO POR RESULTADOS... buscar resultados e não apenas boas ideias
 - QUALIDADE... nossos produtos e serviços têm o mais alto nível de qualidade
 - SUSTENTABILIDADE... negócios e atitudes pautados pelos princípios da sustentabilidade
- "ADORAMOS DESAFIOS: não sabendo que é impossível, nós vamos lá e fazemos!"*

CULTURA DO ENCANTAMENTO

A Lojas Renner tem como propósito "encantar a todos". Nesse sentido, há mais de 20 anos, a Companhia foi pioneira com a criação do Encantômetro, que mensura a experiência de compras nas lojas. Este valor corporativo permeia toda a sua atuação e investimentos estratégicos, na busca por manter sempre elevados padrões de encantamento junto aos seus públicos, principalmente os clientes.