

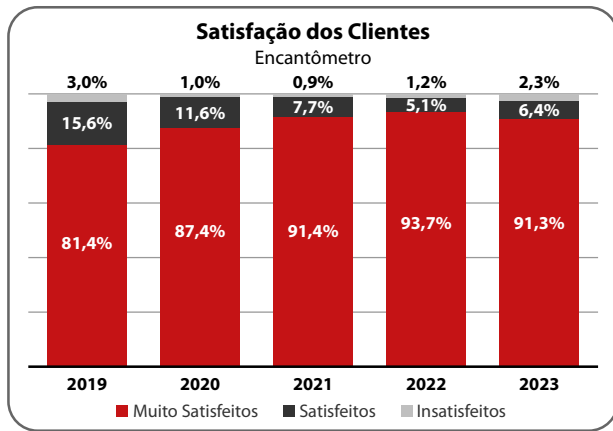
LOJAS RENNER S.A.

RENNER CAMICADO youcom realize ASHUA repassa



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

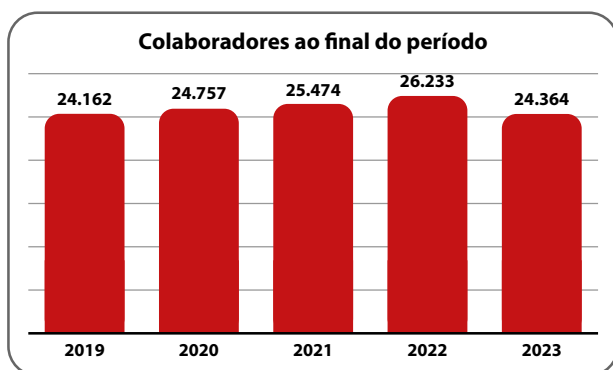
RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2023



PESSOAS

Em 2023, a Companhia seguiu sua jornada de evolução cultural para reforço do propósito do encantamento. Por meio de diversas iniciativas de desenvolvimento, comunicação e gestão do negócio e da cultura, o ano foi marcado pela prática do comportamento de simplicidade, com o objetivo de promover melhoria contínua, ganhos de eficiência, velocidade e maior autonomia das equipes.

A estratégia de gente à serviço do pilar estratégico da cultura e talentos seguiu com foco em seus principais programas para formação de sucessores, retenção de talentos, aproveitamento interno das equipes, bem como diversidade e engajamento dos colaboradores. Inclusive, a Companhia encerrou o ano com 70% de aproveitamento interno para posições de liderança. Por meio da pesquisa de engajamento, alcançou 86% de satisfação dos colaboradores, se mantendo em zona de alta performance frente ao benchmark. E, conforme última escuta interna realizada, em 2023, 92% dos colaboradores afirmaram sentir orgulho em fazer parte do ecossistema, reconhecendo a proposta de valor da Companhia ao colaborador. Como consequência desse trabalho, e de tantas outras ações, a Lojas Renner foi, mais uma vez, reconhecida com o selo Lugares Incríveis para Trabalhar, da pesquisa FIA.



Ecossistema Lojas Renner S.A.

A Companhia vem investindo de forma relevante na evolução contínua de seu modelo de negócio e operacional, com o objetivo de buscar a diferenciação e construir um ecossistema de moda e Lifestyle desenhado para encantar seus clientes, fundamentado em objetivos estratégicos baseados em três grandes pilares:



Esses investimentos foram realizados com foco em diversas frentes, que visam a criação de oportunidades de aceleração de crescimento, rentabilidade e competitividade, tais como: time-to-market, geração de conteúdo proprietário e inspiracional para maior engajamento, frequência e stickiness, maior variedade de produtos, maior velocidade e excelência na jornada omnicanal, modernização e digitalização de lojas, dentre outros.

Referência em moda e lifestyle

COLEÇÕES ENCANTADORAS

A marca Renner seguiu avançando em reatividade, resultado das iniciativas junto à cadeia de fornecedores, com cerca de 40% da coleção sendo desenvolvida e comprada in season, trazendo mais flexibilidade e precisão às demandas dos clientes, além de agilidade na tomada de decisões relacionadas às coleções. Exemplos dessas iniciativas foram: a implementação do desenvolvimento ágil de produto, reduzindo em até 35% o tempo de construção das coleções, a otimização de pedidos testes com clientes finais, disponibilizando o produto em 5 semanas após a captura da tendência e, por fim, ganhos de produtividade nas operações de fornecedores/subcontratados, através do programa de transformação industrial. Esses resultados reforçam a estratégia de seguir investindo na transformação da rede de fornecimento, estabelecendo um vínculo cada vez mais forte com os parceiros estratégicos, responsáveis pela maior parte da produção da marca.

Além disso, foram feitos ajustes na representatividade de itens de preços mais acessíveis, principalmente a partir da segunda metade do ano, através da redução de custos e câmbio, bem como revisão de alguns price points, levando a uma oferta de produtos mais competitivos.

Ao longo do ano, se investiu também no desenvolvimento de novos modelos e técnicas analíticas, com a criação de ferramentas capazes de detectar tendências de moda para a marca Renner, através do monitoramento ativo dos mercados nacional e internacional, com um algoritmo baseado em IA, que gerou insights e maior assertividade na idealização de novas coleções. Ainda, um dos principais direcionadores foi o aumento da eficiência, destacando-se a maior profundidade e assertividade na realocação de produtos entre lojas e CDs, resultando em redução de despesas e tempo operacional dos times, com mais de 3 milhões de peças distribuídas utilizando o 'motor' desenvolvido.

Encantar o cliente é o objetivo principal da Companhia, o que incentivou o desenvolvimento de algoritmos de segmentação e personalização de clientes. Isso resultou em melhorias significativas na comunicação, oferecendo ofertas, produtos e serviços mais relevantes. Por fim, foi iniciado o desenvolvimento de um bot conversacional para recomendar produtos e estilos da marca Renner, de acordo com as preferências dos clientes, aliado aos algoritmos de IA generativa.

Referência em experiências encantadoras

OMNICALIDADE

No ano, seguiu-se investindo na omnicanalidade, buscando velocidade e excelência na jornada de compras dos clientes, para tornar a experiência em todos os canais cada vez mais integrada, fluida e encantadora e, assim, reforçar a posição de maior player omni de moda do Brasil.

No ambiente físico, foram executadas algumas transformações importantes, através de um novo modelo de loja, o qual vem sendo atualizado através de programa de reformas. Na entrada da loja, a maior abertura traz amplitude e visibilidade para a loja e os modernos painéis digitais convidam os clientes a experimentarem o conceito omni, criando uma referência fluida do off-line para o on-line. A combinação da criação de trilhas que guiam os clientes pela loja, instalação de equipamentos mais modernos, iluminação mais alta e direcionada, visual merchandising mais ajustado, provadores amplos e acolhedores proporcionam uma experiência de compra mais envolvente e maior protagonismo aos produtos.

Na marca Renner, o processo de digitalização das unidades, através da ampliação das caixas de autoatendimento com tecnologia RFID para 213 lojas, seguiu trazendo benefícios à jornada do cliente, principalmente na redução das filas para pagamento. Esta modalidade chegou a alcançar 39% do faturamento das lojas que possuem este dispositivo. Esta iniciativa, somada às demais modalidades de pagamento digital, como a Venda Móvel (dispositivos dos colaboradores) e o Pague Digital (pagamento pelo celular do cliente), representaram 31% das vendas totais (+20p.p. versus 2022).

Quanto aos canais digitais, apresentaram sólido desempenho, com crescimento no GMV e aumento de participação no total. Os canais complementares, como o marketplace Alameda Renner, Favoritos Renner, B2B e WhatsApp, mantiveram sua relevância, contribuindo com ~25% do GMV Digital. No que diz respeito ao tráfego online, 57% ocorreu por meio do app. E com mais eficiência e nível de serviço: a participação das despesas sobre vendas online reduziu de forma relevante e as entregas em D+2, no Brasil, chegaram a alcançar 50%, enquanto nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro este patamar chegou a 70%.

Em logística, o processo de ramp-up das operações off-line de vestuário para o novo CD Omni, localizado na cidade de Cabreúva-SP, seguiu conforme o cronograma e a etapa de migração de compra, processamento e alocação por SKU foi 100% concluída. Este CD permitirá ganhos de eficiência, velocidade e sinergia entre os negócios, sendo um dos elementos chave na retomada de rentabilidade. O CD Omni permitirá a integração da operação física e digital, com operação totalmente por SKU, trazendo maior otimização de estoques, menores remarcações, maior produtividade e abastecimento de lojas mais assertivos.

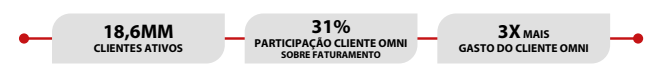
CONTEÚDO E CLIENTES

Em 2023, a frente de Conteúdo mudou sua estratégia para trazer mais visitas não pagas para o site/app, com o objetivo de atrair e reter um cliente mais conectado com a marca e, consequentemente, mais rentável, através da geração de desejo e da informação sobre moda e lifestyle. Os resultados comprovam a assertividade das ações, visto que o tráfego não pago para os canais digitais cresceu em todas as frentes comparado ao ano anterior. A partir das redes sociais da Renner, as visitas para site/app aumentaram 28% vs 2022, enquanto as transações e a receita dessas origens cresceram 75% e 89%, respectivamente.

O marketing de influência seguiu sendo um pilar importante, chegando a mais de 4.000 ativações de macro, médio e micro criadores de conteúdo (+33% vs o ano anterior), que atingiram um ticket médio 35% maior que a média dos canais digitais. Com a intenção de serem cúmplices e encantadoras, as matérias sobre tendências e lifestyle trouxeram um aumento de 39% de visitas para o blog Estilo Renner em relação ao ano passado e, a partir dele, quase 3 vezes mais clientes seguiram a jornada até o site/app, com um ticket médio 37% maior que a média dos canais digitais.

Em CRM, desde setembro de 2023, foi acelerado o uso de dados de clientes habilitados pela CDP (Customer Data Platform), para a criação de estratégias direcionadas e cada vez mais segmentadas e personalizadas para cada etapa do ciclo de vida dos clientes com cada uma das marcas, o que trouxe ganhos operacionais e estimulou a mudança de comportamento, mais direcionado para rentabilização e fidelização. A aceleração do CDP tem otimizado a aquisição de novos clientes por mídias pagas bem como aumentado a eficiência dos canais de CRM e Mídias. Quando comparado ao mesmo período do ano anterior, entre setembro e dezembro de 2023, houve aumento de 188% na receita por mil notificações/push, com ganho de eficiência em custos e aumento do retorno sobre os investimentos em mídia (+480%).

Em 2022, a Companhia começou a testar o programa de relacionamento Estilo Orbi, oportunidade importante para ouvir a opinião de diversos clientes. Com base nisso e com foco em proporcionar ao cliente do ecossistema Lojas Renner S.A. uma experiência simples, fluida e encantadora, definiu-se por descontinuar o programa no formato atual, para adaptações e correções para um modelo que atenda estes requisitos trazidos pelos clientes.



SOLUÇÕES FINANCEIRAS

Em linha com as iniciativas para maior ocupação do Ecossistema, o TPV da Realize CFI atingiu R\$ 18,6 bilhões no ano, estável versus 2022. A receita de serviços teve crescimento nominal de 18% versus 2022, representando 28% das receitas no ano.

Na frente de crédito, considerando o cenário nacional desafiador para toda a indústria, a Realize CFI realizou diversas ações para controlar a inadimplência. Destacaram-se uma maior seletividade na concessão de crédito, manutenção e gestão de limites e renegociação de dívidas, entre outras iniciativas que trouxeram, principalmente nos últimos meses do ano, evolução nos indicadores de inadimplência, bem como nos resultados da Financeira.

O Meu Cartão atingiu TPV de R\$ 13,9 bilhões, aumento de 6,7% versus 2022, e apresentou crescimento de 16,9% na base de clientes recorrentes, demonstrando fidelização e contribuindo para o incremento das receitas de serviços.

Seguindo a estratégia de reforço da omnicanalidade, a Realize CFI atingiu, em 2023, a marca de 225 milhões de acessos totais no app e site Renner, alcançando 87% de clientes digitalizados.

A partir de análises de comportamento e pesquisas de opinião junto às clientes Renner, bem como da aquisição do direito de uso da marca Renner para produtos e serviços financeiros, a Realize CFI optou pela descontinuação do canal Orbi Bank (app e conta digital) a partir de junho de 2024. Os produtos e serviços oferecidos na plataforma estarão embarcados no app Renner e canais físicos das lojas, oferecendo uma experiência integrada à jornada de compra, de maneira simples e intuitiva, que traga ainda mais facilidade e conveniência.

Em continuidade à estratégia de avançar o varejo e incrementar a frequência e a média de gastos das clientes, foi lançado o Cashback Próxima Compra, que oferece 10% de cashback em compras futuras para clientes dos Cartões Renner. Essa ação, que em sua etapa inicial está disponível em 45 lojas, visa ampliar a proposta de valor dos produtos da Realize de maneira integrada ao incentivo das vendas no varejo.

Referência em moda responsável

AMBIENTAL E SOCIAL

A estratégia de sustentabilidade divulgada pela Companhia em 2022 originou novos compromissos públicos a serem atingidos até 2030, com os temas prioritários para o avanço da gestão de sustentabilidade, visando minimizar os riscos socioambientais relevantes de nossa cadeia e gerar valor aos nossos públicos, a sociedade e ao meio ambiente. Em 2023, a companhia avançou nesta estratégia, a partir de seus 3 pilares:

Soluções climáticas, circulares e regenerativas

Os compromissos ambientais da Lojas Renner S.A. visam acelerar o desenvolvimento de soluções circulares e regenerativas, a fim de promover uma operação mais sustentável e oferecer aos clientes opções de consumo consciente. Para isso, as metas incluem, ao longo dos próximos anos, a transição para a descarbonização do negócio, a partir de métricas baseadas na ciência e capazes de criar as condições para chegar à neutralidade climática até 2050 - em linha com o Acordo de Paris, que estabeleceu o desafio global de limitar o aquecimento médio do planeta a 2°C acima dos níveis pré-industriais.

A primeira fase deste compromisso compreende o objetivo de alcançar uma redução significativa das emissões até 2030. O objetivo é a redução de 75% das emissões de CO2 por peça de roupa das marcas próprias da Lojas Renner S.A. produzidas. Esta meta foi aprovada pela SBTi (Science Based Targets Initiative), uma iniciativa do Pacto Global das Nações Unidas, do Carbon Disclosure Program (CDP), do World Resources Institute (WRI) e do World Wide Fund for Nature (WWF), que apresenta parâmetros matemáticos para reduzir as emissões de gases do efeito estufa. Ao longo de 2023, também se avançou no tema de gestão de riscos climáticos, buscando estarmos alinhados às diretrizes da Task Force for Climate Disclosure (TCFD).

Neste novo ciclo, a Companhia também se compromete a incorporar os princípios de circularidade no desenvolvimento de seus produtos, serviços e modelos de negócio, além de investir em matérias-primas têxteis circulares e regenerativas e na ampliação de processos responsáveis, como, por exemplo, o menor consumo de água e a transição energética da cadeia de fornecimento. Atualmente, oito em cada dez roupas da Renner já são mais sustentáveis. Para apoiar a adoção cada vez maior dos conceitos de circularidade no desenvolvimento dos produtos, em 2023, foi lançado um Guia de Moda Circular, voltado ao time de produto, apresentando conceitos chave sobre o tema, ferramentas, referências e dicas práticas para adoção da circularidade já no desenho do produto. Em relação ao consumo de água, em 2023, 51% das peças de jeans e sarja foram classificadas como 'baixo consumo de água' em fornecedores estratégicos, a partir da metodologia de pegada hídrica, e 38% dos fornecedores já trabalham com práticas de recirculação de água em seus processos fabris.

Em função destes e outros avanços, recentemente a Companhia foi reconhecida pelo Carbon Disclosure Program (CDP), classificada como A na categoria de mudanças climáticas, sendo a única varejista de moda no Brasil nesta classificação, e como A- em segurança hídrica, o que reflete o seu comprometimento e a transparência com o enfrentamento das mudanças climáticas e com o consumo de água na operação e na cadeia de fornecimento, dois dos principais temas materiais da Companhia.

Conexões que amplificam

Em 2023, se seguiu avançando nos compromissos públicos relacionados à cadeia de valor, com o objetivo de oferecer produtos e serviços mais sustentáveis. Atualmente, 100% da cadeia global de fornecimento de produtos da marca Renner já tem certificação e, uma das metas, é que todas as marcas da Companhia possuam fornecedores certificados através de critérios socioambientais. Para isso, foi dada continuidade ao Programa de Conformidade Camicado, atingindo 99% da cadeia de fornecimento global avaliada e 56% dos fornecedores Camicado classificados como A e B, no nível de gestão da conformidade socioambiental, além de planejar uma estratégia conjunta daqueles que necessitam alcançar os padrões de conformidade da Companhia. Em linha com o objetivo de concentrar as compras em fornecedores com alta gestão e performance, duas iniciativas são destacadas: o programa Rede Responsável, que é aplicado em empresas nacionais que representam 75% do volume de compra, o qual busca a qualificação corporativa de fornecedores da Lojas Renner S.A. e o Programa de Aceleração em Conformidade, que oferece apoio técnico e mentoria para ajudar os parceiros a irem além do compliance e se tornarem fornecedores de referência. Através destes programas, em 2023, houve evolução de 19% na classificação socioambiental de gestão e performance na cadeia de fornecimento, contribuindo efetivamente para o compromisso público e para que estas empresas possuam as melhores práticas socioambientais.

Relações humanas e diversas

A Lojas Renner S.A. tem as pessoas no centro da sua estratégia, é movida pela filosofia do encantamento e sempre atuou a favor da diversidade e da inclusão. Por isso, o novo ciclo de compromissos públicos inclui metas para promover a evolução dos indicadores de diversidade, com a finalidade de assegurar oportunidades de pleno desenvolvimento pessoal e profissional a todos e de espelhar cada vez melhor a pluralidade da sociedade brasileira.