

LOJAS RENNER S.A.

RENNER CAMICADO YOUCOM realize ASHUA repassa

LREN
B3 LISTED NM

1ª
CORPORAÇÃO
BRASILEIRA
ANO 19



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

RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2024

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 2024. 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)*.

Mensagem da Administração
Nossa história é feita de ciclos: ao longo do tempo, passamos por diversas transformações em nossa Companhia e, com disciplina, fomos, a cada ano, evoluindo o nosso modelo de negócio, sempre focados em sermos referência em moda e *lifestyle*, na jornada de encantamento dos clientes e em moda responsável. Nos anos recentes, realizamos o nosso ciclo de investimentos mais significativo até aqui, o que nos permitiu evoluir para uma operação mais responsiva, precisa e ágil, potencializando nossas vantagens competitivas para acelerar o crescimento e melhorar a rentabilidade. Concluímos esse ciclo de investimentos ao longo de 2024 e os resultados obtidos evidenciam que este modelo já impulsiona nosso desempenho rumo ao verdadeiro potencial de nossa Companhia.

Tal evolução é fruto de diversas iniciativas, sempre com o objetivo de gerarmos valor de forma consistente. Esses pilares foram orientados pelas seguintes alavancas estratégicas: melhoria da produtividade das lojas, maior digitalização por meio de uma abordagem omni, expansão orgânica em novas localidades e fortalecimento das marcas e conceitos de *lifestyle*.

Com o uso de inteligência artificial, capturamos tendências de forma célere, com ciclos mais curtos de desenvolvimento de produtos e maior produtividade e eficiência na cadeia de fornecimento. Nosso modelo de abastecimento *omnichannel* e 100% por SKU ponta a ponta contribuiu para uma operação mais integrada, ágil e precisa, resultando em *lead times* de abastecimento de lojas em níveis recordes. Essa forte execução de moda, apoiada pela evolução do modelo de abastecimento, se refletiu no aumento de 8% nas vendas do ano, crescimento acima da média do mercado (PMC), do maior número de transações e de peças vendidas e, principalmente, na evolução de 0,9p.p. na margem bruta, que alcançou 55,4%.

Os ajustes que fizemos têm reforçado nosso posicionamento de marca e contribuído para a jornada do cliente como um todo. Nossas lojas possuem layouts intuitivos, com destaque para visibilidade dos produtos. Implementamos tecnologia inovadora orientada para o cliente e os canais online e offline são integrados em tempo real para criar uma plataforma única, com estoques, operações e serviços unificados. Estamos, assim, encantando nossos clientes, por meio de uma equação de valor mais atrativa e de melhorias na experiência omni - e isso se refletiu no aumento do NPS em todas as nossas unidades de negócio e canais. O GMV digital evoluiu de forma importante, com crescimento de 14%, alcançando, com mais eficiência, maior relevância nas vendas. E todos os nossos negócios cresceram com maior presença omni. O forte fluxo de caixa livre fortaleceu nossa confiança contínua em nossos negócios, permitindo-nos retornar capital aos nossos acionistas também por meio do programa de recompra de ações de cerca de R\$ 1 bilhão anunciado hoje. Acreditamos que o preço atual das nossas ações não reflete adequadamente o valor da companhia frente ao crescimento e progresso demonstrado no ano e o seu potencial. Em 2024, totalizamos R\$ 680 milhões em CAPEX em diversas frentes, incluindo 24 aberturas de lojas. Em 2025, esperamos investir R\$850 milhões, voltados principalmente às reformas e a 25-35 novas lojas, das quais 15-20 Renner, sendo cerca de 80% em novas praças, almejando aumentar a rentabilidade média do parque. Seguimos nos diferenciando em moda responsável, por meio de soluções circulares, regenerativas e de menor impacto climático, do fortalecimento da diversidade, inclusão e bem-estar dos colaboradores, bem como de soluções na cadeia de valor, em linha com as metas ESG estabelecidas para 2030. Estas ações nos posicionaram como líder do varejo no ranking do ISE B3 e integrante do Índice de Sustentabilidade do *Dow Jones*. Foram destaque, no ano, ainda, as iniciativas de apoio social em face das enchentes no Rio Grande do Sul, tanto as emergenciais (resgates e doações), quanto na posterior reconstrução.

Concluímos, como referido, o período de investimentos mais significativo da nossa história. Nosso modelo de negócios evoluiu. E, agora, inauguramos uma nova fase, que nos permitirá renovar o crescimento e a rentabilidade da companhia, sem, de outro lado, a necessidade de realizarmos investimentos relevantes em infraestrutura. Iniciamos 2025 com desafios externos importantes, porém convictos da nossa capacidade de encantar clientes e ganhar participação de mercado, sempre gerando valor aos acionistas. A flexibilidade, a precisão e a agilidade do modelo continuaram gradualmente impulsionando nossa evolução ao longo de 2025 - e no futuro. Uma vez mais, portanto, reafirmamos nosso propósito de sermos referência em moda e *lifestyle*, proporcionando experiências encantadoras, sempre apoiadas por equipes engajadas e talentosas e claros princípios e valores de moda responsável.

Uma cultura forte aliada a um time engajado e talentoso são fatores fundamentais para nossa capacidade de encantar clientes, gerar valor e fazer da nossa, uma empresa verdadeiramente única no mercado. Em 2024, atingimos, com muito orgulho, nosso recorde histórico de engajamento da equipe, conforme pesquisa anual com colaboradores conduzida por consultoria externa. Aproveitamos, assim, para agradecer, em especial, a todo nosso time, bem como aos nossos clientes, conselheiros, parceiros, acionistas e a comunidade em geral, pelas importantes contribuições que fizeram nessa jornada e pela confiança em nossos negócios e marcas.

Carlos Souto Presidente do Conselho de Administração
Fábio Adegas Faccio Diretor Presidente

Porto Alegre, 20 de fevereiro de 2025

Destaques do ano

Modelo de negócios mais preciso, integrado, ágil e flexível

- Crescimento de 8% da Receita Líquida** do Varejo, acima da média de mercado (PMC-80%), refletindo evolução consistente e crescimento de duplo dígito em geral.
- Crescimento de 14% do GMV Digital**, com participação de 19% e maior eficiência, principalmente em CAC.
- Disciplina na execução de despesas, com forte diluição de 1,3p.p. no SG&A/RCV Varejo.
- Precisão e agilidade do modelo de execução de moda, aumento no giro de estoques, com significativa redução nos itens antigos, e aumento de 0,9p.p. na margem bruta de varejo.
- Modelo de abastecimento 100% por SKU, com níveis recordes de *lead time* para loja.
- Camicado: crescimento recorde de 28% na Receita Líquida/m², com evolução relevante de margem bruta em 1,8p.p.
- Todos os negócios e canais apresentaram evolução no NPS (*Net Promoter Score*).
- 20 MM de clientes ativos ao final de 2024, com maior fidelização e participação da base omni.

- Importante evolução do **Realize**: resultado de R\$ 168 MM, com significativa queda no risco do cartão - redução de 29% nas perdas líquidas.
- EBITDA Total 26% maior, com geração de FCI recorde de R\$ 1,5 bi e melhora do Ciclo Financeiro em 7 dias.
- Posição robusta de caixa de R\$ 2,8 bi, com caixa líquido de R\$ 1,8 bi.
- Lucro líquido de R\$ 1,2 bi, maior em 23%, com R\$ 634 MM de JSCP distribuídos aos acionistas, um payout de 93%.
- Maior produtividade das operações, com venda por m² 9% superior, fruto dos avanços na digitalização da jornada: caixa de autoatendimento com tecnologia RFID em 60% das unidades Renner.
- Youcom: relevante crescimento de 18% em Receita Líquida, com aumento da base de clientes omni.
- Programa de Recompra de até 75 milhões de ações, -7% do free float, equivalente a cerca de R\$ 1 bilhão ao preço atual (evento subsequente).

Cenário Macroeconômico

O ano de 2024 caracterizou-se por um crescimento do PIB maior que o esperado e as taxas de desemprego atingiram mínimas históricas. Houve aumento no consumo, à medida da expansão gradual do crédito, mesmo com o endividamento das famílias ainda em patamares elevados e com os extremos climáticos no período. No entanto, o ano encerrou com sinalizações mais pressionadas, com o câmbio em níveis recordes e inflação e juros em alta. No segmento de vestuário, o consumo cresceu ao longo do ano, com as vendas do segmento apresentando evolução, principalmente pela maior conversão em peças.

A Companhia e seus negócios

A Lojas Renner S.A. é líder no varejo de moda omnichannel no Brasil, abrangendo as marcas Renner, Camicado, Youcom, Realize CFI e Repassa, um ecossistema de moda e *lifestyle* que conecta os clientes por meio de canais digitais e lojas físicas no Brasil, Argentina e Uruguai. A Companhia tem sua sede administrativa em Porto Alegre (RS) e escritórios na China, Vietnã e Bangladesh. Também conta com três centros de distribuição. Ao final de 2024, possuía 686 lojas em operação.

		Segmento de clientes	Quantidade de lojas	Fundação/Aquisição
RENNER	Maior varejista de moda do Brasil com presença no Uruguai e Argentina	A-, B e C+	429 (415 BR, 10 UY e 4 AR)	1965
CAMICADO	Líder em casa e decoração no Brasil	A-, B e C+	103	2011
YOUCOM	Especializada no <i>lifestyle</i> jovem	A-, B e C+	135	2013
ASHUA	Especializada em <i>curve & plus size</i>	A-, B e C+	19	2016

*Consolidada na demonstração de resultados da Renner

Renner: principal negócio da Companhia, representando 91% 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.

Camicado: possui mais de 35 anos de especialização em casa e decoração e atua principalmente através de produtos de sua marca própria, a *Home Style*, além de itens de terceiros.

Youcom: 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 em 2024, principalmente em praças novas, e mantendo seu foco em moda especializada.

Ashua: oferece coleções com informação de moda para o público *curve & plus size*, priorizando modelagem, conforto e estilo, em uma experiência de compra *omnichannel*.

Realize CFI: oferece soluções financeiras para os clientes do ecossistema, dentre elas o Cartão Renner (*private label*), Meu Cartão (cartão de crédito bandeirado internacional), empréstimo pessoal e portfólio de seguros.

Repassa: plataforma nativa digital de revenda de roupas, calçados e acessórios. A *startup* foi fundada em 2015 e tem seu foco em sustentabilidade, atuando no segmento gerenciado de revenda de moda.

Cultura e Valores

Uma cultura forte com talentos engajados e leais são fundamentais para o encantamento, diferencial da Lojas Renner S.A.

Nossos valores

- 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 excepcionais** • 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

Encantamento

"Encantar é a nossa realização" - esse é o propósito da Lojas Renner S.A. 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. Há mais de 20 anos, a Companhia foi pioneira com a criação do Encantômetro, um equipamento que mensura a experiência de compra nas lojas físicas da Renner. Outro indicador que mensura a experiência dos clientes é o NPS (*Net Promoter Score*), que em 2024 apresentou evolução em todos os negócios e canais, demonstrando que os clientes estão cada vez mais encantados com os produtos ofertados e a jornada integrada das lojas físicas e canais digitais.

Pessoas

O ano foi marcado por avanços nos pilares estratégicos de cultura, talentos e sustentabilidade da Companhia, principalmente no engajamento dos times, gestão de mudança e desenvolvimento e aceleração dos talentos para geração de valor ao negócio. No ano, foi alcançado recorde de engajamento do time (90%) em pesquisa anual com colaboradores conduzida por consultoria externa, o que nos posiciona em nível de alto desempenho desde 2011, e a Companhia foi destaque em rankings e premiações de mercado que trouxeram o reconhecimento na comunicação com colaboradores e marca empregadora. Também seguiu-se acelerando a agenda de sustentabilidade e compromissos públicos com o foco em temáticas de diversidade e inclusão, com iniciativas de sensibilização e fortalecimento da cultura inclusiva. Os compromissos assumidos reforçam o olhar atento para a diversidade e estão alinhados ao propósito de encantamento da Companhia.

Ecossistema Lojas Renner S.A.

Ao longo do tempo, a Lojas Renner S.A. passou por diversas transformações para a evolução do seu modelo de negócios, sempre com o foco de ser referência em Moda e *Lifestyle*, através de uma experiência encantadora. Nos anos recentes, foi realizado o ciclo de investimentos mais significativo da Companhia, para evoluir o modelo de negócios para uma operação mais **precisa, integrada, ágil e flexível**, potencializando suas vantagens competitivas para acelerar o crescimento, com ainda mais rentabilidade.

Este modelo é fruto de diversas iniciativas com foco em ser referência em execução de **moda, com abastecimento omnichannel e uma jornada encantadora para o cliente**, e sempre gerando valor de forma responsável. Esses pilares foram orientados pelas seguintes alavancas estratégicas: melhoria da produtividade das lojas, maior penetração digital através de uma abordagem omni, expansão orgânica em locais ainda não atendidos, bem como fortalecimento das marcas e conceitos de *lifestyle*. Informações adicionais podem ser encontradas na apresentação institucional, no site de RI: <https://lojasrenner.mzweb.com.br/>.



Referência em Moda e Lifestyle

A Companhia seguiu aprimorando a **execução de moda**, com melhorias no desenvolvimento de coleções e integração da cadeia de suprimentos para um modelo mais ágil, responsivo e adaptativo. Através do uso de inteligência artificial (IA), a captura de tendências é realizada de forma mais precisa, resultando em um menor ciclo de desenvolvimento de produtos, com maior produtividade e eficiência da cadeia de fornecimento.

A integração com a cadeia de suprimentos e o apoio à transformação industrial é uma pauta estratégica para a Companhia. Em 2024, foi iniciada a implementação de uma plataforma que proporciona maior detalhamento da etapa de desenvolvimento e produção de todos os produtos comprados, permitindo identificar possíveis atrasos e rastrear toda a rede de fornecimento. Assim, será possível identificar os *lead times* de cada processo e buscar soluções em conjunto com parceiros, a fim de reduzir eventuais problemas de abastecimento. Os fornecedores estratégicos estão comprometidos com a transformação industrial, adaptando seu modelo de produção para o *lean factory*, trazendo melhorias na reatividade e produtividade para garantir a coleção com informação de moda no *timing* correto e com o melhor custo-benefício.

Ao longo do ano, a Companhia seguiu evoluindo a qualidade e produtividade dos estoques, o que permitiu aumentar a variedade de produtos novos e resultou em aumento no volume de peças vendidas, mesmo com menor estoque. Essa abordagem resultou em uma menor necessidade de descontos, refletindo um estoque mais saudável e produtos mais atrativos para os clientes.

Ao mesmo tempo, foram feitas evoluções na equação de produto e preço e no fortalecimento do posicionamento da marca. A Companhia manteve a consistência das coleções, reforçando *lifestyles*, incorporando maior versatilidade às peças e antecipando tendências para as clientes. Ainda, a personalização das comunicações com os clientes continuou sendo uma prioridade-chave: foram também desenvolvidos modelos de recomendação de produtos com IA, que sugerem itens mais relevantes para cada cliente, a partir da análise de dados transacionais.

Referência em experiências encantadoras

O processo de digitalização das lojas seguiu avançando e trazendo benefícios à jornada do cliente. Ao final de 2024, 60% das lojas da marca Renner possuíam caixas de autoatendimento com tecnologia RFID, que representaram ~40% do faturamento destas lojas. Essa tecnologia possibilita uma jornada mais autônoma e rápida, com o objetivo de tornar a experiência dos clientes cada vez mais integrada, fluida e encantadora. Ainda, em 2024, foi dado seguimento ao plano de reformas de lojas para um novo modelo, principalmente em unidades de maior relevância no parque atual. Este novo modelo de loja otimiza o engajamento dos clientes, através de uma experiência mais dinâmica e interativa, com espaços agradáveis, por meio de layouts intuitivos, com destaque para a visibilidade dos produtos, maximizando assim a funcionalidade e arquitetura das lojas e oferecendo tecnologia inovadora orientada para o cliente.

	RENNER	CAMICADO	YOUCOM	ASHUA
	2024	2023	2024	2023
Número de Lojas	429	424	103	107
Inaugurações	12	17	-	-
Fechamentos	7	15	4	16
Área de Vendas (mil m²)	732,8	731,3	43,7	45,7
	24,2	22,0	2,9	2,8

Nos canais digitais, foram implementados novos recursos visuais nos apps, permitindo mais possibilidades de comunicação nas *homes* e listas. Estas melhorias em UX se refletiram na premiação de Melhor e-commerce do Brasil na categoria vestuário, do Prêmio NIO Ebit 2024. O canal também tem papel fundamental para capturar tendências e rapidamente testar o desenvolvimento de produtos, contribuindo para a maior agilidade da execução de lojas. As melhorias na jornada do cliente se refletiram na venda por m², que aumentou 8,7%. Da mesma forma, as demais marcas também evoluíram para uma **jornada mais encantadora**, o que se refletiu em evolução no NPS (*Net Promoter Score*) de todos os negócios.

A Companhia expandiu sua capacidade de abastecer as lojas de acordo com a demanda específica, loja a loja. Essa abordagem personalizada garante que cada ponto de venda receba os produtos certos, aumentando a satisfação dos clientes e otimizando a eficiência operacional. O CD SP, habilitador deste modelo de abastecimento 100% por SKU, alcançou níveis recordes de *lead times* de abastecimento de lojas durante o ano. O novo modelo de abastecimento proporciona a integração da operação física e digital, trazendo maior otimização de estoques, menores remarcações, maior produtividade e abastecimento de lojas mais precisos, sendo um dos elementos chave na evolução do modelo de negócios mais preciso, flexível, ágil e integrado.

Em Conteúdo, o foco no ano foram as visitas não pagas para o site/app, com o objetivo de atrair e reter um cliente mais conectado com as marcas e, consequentemente, mais rentável. Como resultado, o tráfego não pago para os canais digitais cresceu ao longo dos trimestres. Além dos resultados comerciais, como o ticket médio normalmente mais alto, o conteúdo inspira, humaniza e insere a marca nas conversas sobre moda e *Lifestyle* e, como resultado, o número de interações das clientes no Instagram Renner dobrou ao longo de 2024.



A proposta de valor cada vez mais atraente, aliada a uma experiência omnichannel aprimorada, resultou em uma expansão na base de clientes ativos, que atingiu 20 milhões ao final de 2024. Houve aumento da participação dos clientes omni, que chegam a ter um *spending* em média três vezes maior do que clientes mono-canal.

Em 2024, a Realize seguiu comprometida com a sua missão de gerar valor para todo o ecossistema, investindo em inovação, visando proporcionar benefícios aos clientes, através de uma jornada de pagamento ainda mais simples e ágil, garantindo eficiência e encantamento em cada etapa da jornada. O Total de Pagamentos Processados chegou a R\$ 18,9 bilhões, aumento de 4,7% em relação a 2023, fruto do esforço contínuo em oferecer a melhor experiência de compra para os clientes, minimizando os atritos na jornada. O *cashback* consolidou-se como uma ferramenta de fidelização eficaz, aumentando a atratividade dos produtos e estimulando a recorrência, alavancando assim a participação dos cartões nas vendas. Além disso, foram realizadas diversas iniciativas para otimizar o processo de cobrança e melhorias contínuas nas políticas de crédito, resultando em recuperação gradual da base de clientes e redução significativa da inadimplência e risco da carteira. Mais informações em Desempenho Econômico-Financeiro.

Referência em Moda Responsável

Ambiental e Social

A estratégia de sustentabilidade 2030 da Lojas Renner S.A., divulgada em 2022, estabeleceu compromissos prioritários para o avanço da gestão de sustentabilidade, visando minimizar os riscos socioambientais relevantes da cadeia de fornecimento e gerar valor aos seus públicos, à sociedade e ao meio ambiente, em três pilares estratégicos:

Soluções climáticas, circulares e regenerativas

A Companhia tem como meta, 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.

Na primeira fase deste compromisso, o objetivo é alcançar uma redução de 55% das emissões de CO₂ por peça de roupa produzida das marcas próprias da Lojas Renner S.A., frente ao ano base de 2019. A meta foi aprovada pela SBTI (*Science Based Targets Initiative*), iniciativa do Pacto Global das Nações Unidas, do 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 2024, avançou-se no desenvolvimento do plano de adaptação para fortalecer a resiliência climática do negócio e foi aprovada junto à SBTI a meta Net Zero de Longo Prazo.

Também foi definido o compromisso de incorporar os princípios de circularidade no desenvolvimento de 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 2024, foi lançado um Guia de Moda Circular, voltado aos fornecedores de revenda, 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 2024, 52% das peças de jeans e sarja foram classificadas como 'baixo consumo de água' em fornecedores estratégicos, a partir da metodologia de pegada hídrica, e 10% dos fornecedores já trabalham com práticas de recirculação de água em seus processos fabris.

Conexões que amplificam

Em 2024, foi mantido o percentual de 100% da cadeia global de fornecimento de produtos da marca Renner com certificação socioambiental globalmente reconhecida e uma das metas é que todas as outras marcas da Companhia possuam fornecedores certificados através de critérios socioambientais. O Programa de Conformidade Camicado alcançou 100% da cadeia de fornecimento global certificada.