

LOJAS RENNER S.A.

RENNER CAMICADO YOUCOM realize ASHUA repassa

RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2025

APRESENTAÇÃO

No cumprimento das disposições legais e de acordo com a legislação societária brasileira e as normativas vigentes, a Lojas Renner S.A. apresenta o Relatório da Administração, comentando os resultados operacionais e financeiros relativos ao exercício findo em 31 de dezembro de 2025. Este relatório complementa as Demonstrações Financeiras da Companhia, elaboradas de acordo com as Leis nº 6.404/76, as orientações da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), os Padrões Internacionais de Relatório Financeiro (International Financial Reporting Standards - IFRS) e as melhores práticas contábeis adotadas no Brasil, em conformidade com os requisitos do modelo de governança Novo Mercado da B3.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Ao longo de 2025, avançamos de forma consistente na captura do potencial do nosso modelo de negócios. Demonstramos nossa capacidade de entregar evolução em todas as métricas com as quais nos comprometemos para o ciclo de 2026-2030. O crescimento de receita ficou em linha com o *guidance* anual que passará a vigorar a partir de 2026. Paralelamente, expandimos margem bruta, diluimos despesas, elevamos ROIC¹ e entregamos uma robusta geração de caixa. Essa combinação nos possibilitou executar uma forte distribuição do lucro do exercício aos acionistas. Todas essas métricas evoluíram na direção correta, reforçando a confiança na entrega do *guidance* apresentado no *Investor Day*.

Entregamos crescimento na receita líquida de varejo de 9,2% e uma expansão de margem bruta de 0,7p.p., alcançando 56,1%, o maior nível em seis anos. O EBITDA de varejo atingiu R\$ 2,7 bilhões, um crescimento de 10% com expansão de margem de 0,2p.p., refletindo nossa disciplina de execução e a solidez do nosso modelo de negócios. O ROIC LTM evoluiu 2,3 p.p., alcançando 14,7%, acima do custo de capital, enquanto a geração de fluxo de caixa livre totalizou R\$ 1,4 bilhão no ano. O lucro líquido atingiu recorde de R\$ 1,457 bilhão, com crescimento de 21,8%, e o Lucro por Ação (LPA) cresceu 26,7%. Retornamos R\$ 1,8 bilhão aos nossos acionistas, por meio de JCP e recompra de ações.

Os resultados de 2025 demonstram o progresso estrutural apresentado em nosso *Investor Day* em dezembro e reforçam nossa confiança de estarmos no caminho certo para entregarmos os compromissos assumidos. Temos clareza sobre nossas prioridades e convicção no nosso potencial de crescimento, rentabilidade e geração de valor, sempre focados em nossa estratégia de sermos referência em moda e *lifestyle*, em experiências encantadoras e em moda responsável, sustentados por uma cultura de encantamento e alta performance.

Ao longo do ano, garantimos maior assertividade na oferta de produto, através de uma execução de moda mais ágil e flexível, combinada a um modelo de abastecimento mais preciso, integrado e com menor *lead time*. Esses avanços resultaram, além do crescimento de venda, em menores níveis de remarcação e redução da participação de estoques antigos. Investimentos contínuos em logística e tecnologia fortaleceram a integração dos canais, ampliaram a disponibilidade online de estoques e reduziram os prazos de entrega, aprimorando ainda mais a jornada omnicanal e a posição competitiva da Renner em relação aos seus pares.

O resultado dessas iniciativas foi um crescimento de 9,2% na receita líquida de varejo e de 8,1% nas vendas em mesmas lojas (SSS). Nosso canal digital avançou em escala e eficiência com o GMV Digital crescendo 12,3%, alcançando penetração de 15,5% com melhora de rentabilidade. Esse desempenho reflete a estratégia de crescimento ancorada em expansão disciplinada para novas cidades, ganhos contínuos de produtividade nas lojas, aumento da penetração digital. Os avanços nesses pilares nos posicionam para cumprir o compromisso, divulgado no *Investor Day*, de crescimento anual de Receita de Varejo entre 9% e 13% de 2026 a 2030.

Expandimos margem bruta de varejo em 0,7 p.p. atingindo 56,1%, nos aproximando de níveis recordes. Mantivemos também a trajetória estrutural de alavancagem operacional, com despesas operacionais reduzindo sua participação versus a receita líquida em 0,4 p.p. e 0,6 p.p. na visão ex IFRS 16 versus 2024. Esse avanço foi resultado do encerramento do ciclo mais intenso de investimentos estruturais, da maior diluição decorrente do crescimento das vendas e foco no controle de despesas.

A Youcom cresceu 13,9%, enquanto a Camicado avançou 2,6%, com evolução de 1,7 p.p. na margem do ano. A Realize CFI manteve sua trajetória sólida, com crescimento relevante que já soma nove trimestres consecutivos, sustentados pela qualidade da carteira e por uma concessão de crédito e gestão de risco disciplinadas. A Realize segue como um importante motor de fidelização de clientes e de criação de valor em todo o ecossistema da Lojas Renner.

O EBITDA Total atingiu R\$ 3,2 bilhões, crescimento de 20%, com expansão de margem de 2,1 p.p. O lucro líquido atingiu recorde de R\$1,457 bilhão, com crescimento de 21,8%. Nossa forte geração de caixa de R\$1,4 bilhão nos possibilitou encerrar o ano com uma posição de caixa sólida de R\$ 1,9 bilhão, assegurando solidez do balanço e flexibilidade para investir em crescimento de forma disciplinada. O ROIC LTM evoluiu 2,3p.p., atingindo 14,7%, nível acima do custo de capital, impulsionado pela expansão de margens, maior eficiência dos ativos e alocação disciplinada de capital. Esse resultado evidencia a consistência da trajetória construída para atingir um ROIC¹ de 20% até 2030.

Nosso sólido balanço nos permitiu distribuir aos acionistas R\$ 1,8 bilhão em JCP e recompra de ações, acima da média do setor. Em dezembro, anunciamos um novo programa de recompra de ações de até 75 milhões de ações. Essa iniciativa reflete nossa confiança nas perspectivas de crescimento de longo prazo da Companhia, sustentadas pela estratégia que temos comunicado e pela nossa capacidade de entregar retornos consistentes aos acionistas no longo prazo.

O CAPEX totalizou R\$ 858 milhões, refletindo uma alocação disciplinada de capital. Expandimos nossa presença física ao longo do ano, com a abertura de 34 novas lojas reforçando nossa atuação em mercados ainda pouco penetrados e escalando formatos comprovados e de alto retorno da Renner. Paralelamente, realizamos reformas e melhorias em lojas selecionadas, aprimorando *layouts* e a experiência em loja. Essas iniciativas aumentaram o engajamento dos clientes e contribuíram para o crescimento da base de clientes ativos e do NPS. Para 2026, nosso orçamento de capital proposto de R\$ 1.050 milhões acelera o ritmo de expansão, bem como iniciativas em outras frentes, em linha com o divulgado no *Investor Day*. Planejamos inaugurar de 50 a 60 lojas em 2026: de 22 a 30 sob a marca Renner, de 23 a 25 da Youcom e aproximadamente 5 lojas Camicado.

Evoluímos na agenda de moda responsável, promovendo diversidade, inclusão e bem-estar dos colaboradores, bem como reforçamos práticas mais sustentáveis ao longo da cadeia de valor, todas alinhadas às metas que estabelecemos para 2030. Essas iniciativas nos posicionaram como 1º colocada do varejo na carteira de 2025 do ISE B3 e mais uma vez no Índice de Sustentabilidade do Dow Jones. Fortalecemos nossos mecanismos de alinhamento de incentivos, com a aprovação do novo plano de remuneração de longo prazo em Assembleia Geral Extraordinária. O plano reforça a conexão entre estratégia, desempenho e geração de valor, alinhado às ambições financeiras e operacionais da Companhia.

Encerramos 2025 confiantes no progresso alcançado pela Companhia. Embora o ambiente macroeconômico de 2026 apresente desafios, seguimos confiantes na resiliência do nosso modelo de negócios e na capacidade de execução ao longo dos ciclos. Com a maior parte dos investimentos estruturais concluídos, estamos posicionados para cumprir os compromissos apresentados no *Investor Day*. Seguimos focados em entregar uma experiência encantadora ao cliente, com crescimento sustentado por uma cultura forte e sólida governança, que garantem a geração de valor no longo prazo para todos os nossos *stakeholders*.

Carlos Fernando Souto
Presidente do Conselho de Administração

Fabio Adegas Faccio
Diretor Presidente

Porto Alegre, 05 de março de 2026

¹ ROIC: Retorno Sobre Capital Investido, calculado conforme a fórmula: NOPAT/Capital Investido, onde a) NOPAT: lucro operacional menos impostos e b) Capital Investido: capital total médio alocado, considerando a soma de capital próprio e de terceiros.

Destakes do ano	
 Crescimento de 9,2% na Receita de Varejo e de 10,2% em Vestuário, -2x a média do mercado de vestuário (PMC-IBGE: +4,9%), traduzido em ganho de <i>market share</i>	 Trajetória sólida da Realize: resultado de R\$ 452,4 MM e risco controlado da carteira
 GMV Digital aumentou 12,3%, alcançando participação de 15,5% e com ganho de rentabilidade	 EBITDA Total ajustado de R\$ 3,2 bi (+20,3%), com geração de FCL de R\$ 1,4 bi e melhora do ciclo financeiro em 5 dias
 Disciplina na execução de despesas, com diluição de 0,4p.p. no SG&A/ROL Varejo	 Posição robusta de caixa de R\$ 1,9 bi, com caixa líquido de R\$ 1,5 bi
 Expansão de 0,7p.p. na MB de varejo que totalizou 56,1%; MB de vestuário de 57,4% (+0,7p.p.). Destaque para a redução nos <i>itens antigos</i>	 Evolução de 2,3p.p. no ROIC LTM, que atingiu 14,7%, acima do custo de capital
 Youcom: crescimento de 14% na Receita Líquida, com aumento da base de clientes	 Lucro Líquido recorde de R\$ 1,5 bi (+21,8%), com R\$ 1,8 bi distribuídos em JCP e Recompra (<i>payout</i> de 57%); Lucro por ação: +26,7%
 Camicado: evolução de 1,7p.p., na margem bruta, com fortalecimento da marca própria Home & Style	 Programa de Recompra de até 75 MM de ações lançado em dezembro
 Vendam ² consolidada superior em 7,3%, fruto de avanços do modelo de execução e ganhos de produtividade omni	 R\$ 858,4 MM em CAPEX, incluindo 34 aberturas de lojas e reformas
 20 MM clientes ativos no ecossistema, com maior fidelização, frequência e participação da base omni	 Companhia é a 1ª colocada do varejo na carteira de 2025 do ISE - B3 e integra o Dow Jones Sustainability Index
#1 Varejista de Vestuário no Brasil ~10% de participação de mercado Fonte: Euromonitor	#1 Marca de moda mais valiosa no Brasil Investment DataCovent

A COMPANHIA E SEUS NEGÓCIOS

A Lojas Renner S.A. é líder no varejo de moda omnicanal no Brasil, reunindo as marcas Renner, Camicado, Youcom, Realize e Repassa em um ecossistema de moda e *lifestyle* que conecta clientes por meio de canais digitais e lojas físicas distribuídas no Brasil, Argentina e Uruguai. A Companhia tem sua sede administrativa em Porto Alegre (RS) e possui escritórios na China, Vietnã e Bangladesh, além de três centros de distribuição. Ao final de 2025, totalizou 717 lojas em operação, ampliando sua presença e reforçando sua posição de referência no setor.

		Segmento de clientes	Quantidade de lojas	Fundação/Aquisição
	Maior varejista de moda do Brasil com presença no Uruguai e Argentina	A-, B e C+	443 (429 BR, 10 UY e 4 AR)	1965
	Líder em casa e decoração no Brasil	A-, B e C+	104	2011
	Especializada em <i>lifestyle</i> jovem	A-, B e C+	152	2013
	* Especializada em <i>curve</i> & <i>plus size</i>	A-, B e C+	18	2016

*Consolidada na Demonstração de Resultados da Renner.

Renner: principal negócio da Companhia com representatividade de 92% da receita líquida total. Sua proposta de valor é oferecer a melhor experiência omni em moda, com diferentes estilos voltados ao público de segmento médio e alto.

Camicado: mais de 35 anos de atuação no setor de casa e decoração. Se destaca pela especialização no segmento e pelo seu portfólio com a marca própria, Home & Style, além de itens de terceiros.

Youcom: marca jovem de estilo urbano, conectada ao comportamento e às necessidades do seu público. Atua com inovação, sustentabilidade e foco em moda especializada.

Ashua: dedicada ao público *curve* & *plus size*, com informação de moda e coleções que priorizam modelagem, conforto e estilo, sempre integrada a uma experiência de compra omnicanal.

Realize: oferece soluções financeiras para os clientes do ecossistema, incluindo os produtos Cartão Renner (private label), o Meu Cartão (cartão bandeirado internacional), empréstimo pessoal e um portfólio de seguros.

Repassa: plataforma digital de revenda de roupas, calçados e acessórios, fundada em 2015, com foco em sustentabilidade.

CULTURA, VALORES E PROPÓSITO

Uma cultura forte, sustentada por talentos engajados e leais, é fundamental para o encantamento, um dos maiores diferenciais da Lojas Renner S.A. Em 2025, os valores corporativos foram atualizados e fortalecem a forma como as equipes atuam, se relacionam e impulsionam o ecossistema:

CLIENTE: É o centro de tudo que fazemos	“Encantar é a nossa realização” é o propósito que orienta a Lojas Renner S.A., guiando sua atuação e investimentos estratégicos na busca por manter padrões elevados junto aos seus públicos. Há mais de 20 anos, a Companhia foi pioneira na criação do Encantômetro - equipamento que mensura a experiência de compra, fortalecendo a escuta ativa nas lojas físicas da Renner. O NPS (Net Promoter Score), mensura a experiência dos clientes na loja e segue em evolução, demonstrando que os clientes estão cada vez mais encantados com os produtos e a jornada integrada das lojas físicas e canais digitais.
GENTE: É nossa potência	
ALTA PERFORMANCE: Nos motiva a ir além	
SUSTENTABILIDADE: Constrói hoje nosso futuro	
LIDERANÇA: É o exemplo da nossa cultura	

PESSOAS

O ano foi marcado por avanços relevantes na estratégia da Companhia e no fortalecimento da cultura organizacional. O Engajamento foi mantido em patamar de alta performance, com 89% de satisfação. Os valores corporativos foram atualizados, reafirmando a cultura de encantamento e posicionando o Cliente e a Alta Performance como pilares centrais do plano de crescimento.

A liderança desempenhou papel essencial na disseminação e na prática dos comportamentos culturais, contribuindo diretamente para a evolução dos principais indicadores organizacionais. Houve avanço no cumprimento dos compromissos públicos, com foco no bem-estar das pessoas, no aprimoramento da gestão de performance e no fortalecimento das práticas de meritocracia. As iniciativas de gestão de mudanças também foram intensificadas, fundamentais para sustentar a evolução contínua e assegurar a excelência organizacional. A Companhia está convicta de que esses avanços ampliam sua capacidade de transformação e reforçam as bases para um futuro sustentável.

ECOSSISTEMA LOJAS RENNER S.A.

Ao longo dos últimos anos, a Companhia concluiu o maior ciclo de investimentos de sua história, com foco em ganhos de rentabilidade, avanço da digitalização e fortalecimento de suas marcas. Esses avanços transformaram a Lojas Renner S.A. em um ecossistema de moda e *lifestyle* mais ágil, responsivo e preparado para escalar crescimento com rentabilidade. Mas o nosso propósito permanece inalterado e poderoso: **encantar é a nossa realização**. Ele orienta cada decisão e reforça a obsessão por colocar o cliente no centro de tudo. Em linha com esse propósito, a proposta de valor da Companhia é: ser um ecossistema sustentável, referência em moda e *lifestyle*, sustentado por meio dos três pilares estratégicos abaixo:

Referência em Moda e Lifestyle: expressa os compromissos de entregar as melhores coleções e variedade de moda, apoiadas por uma curadoria e por *lifestyles* inspiradores. Para isso, a Companhia mantém um relacionamento de longo prazo com seus fornecedores, conta com uma matriz global de fornecimento e aprimora continuamente sua cadeia de suprimentos, tornando o *time to market* cada vez mais ágil e assertivo, sustentado por um modelo de abastecimento integrado e omnicanal.

Ao longo de 2025, foram observadas evoluções significativas em diversas frentes, com destaque para a melhoria da qualidade e da produtividade dos estoques, o que permitiu ampliar a proporção de produtos novos e aumentar o volume de peças vendidas. Essa estratégia resultou em menor necessidade de *markdown*, refletindo um estoque mais saudável e produtos mais atrativos para as clientes. A reatividade segue como um eixo central, ampliando a capacidade de ajustes ao longo da temporada e reduzindo *time to market*. Essa abordagem potencializa velocidade e assertividade, ao habilitar testes rápidos, escalabilidade da cadeia têxtil e ajustes de sortimento com base no comportamento real das clientes.

A Companhia avançou na equação de produto e preço e no fortalecimento do posicionamento da marca. As coleções mantiveram consistência, reforçando *lifestyles*, oferecendo maior versatilidade e antecipando tendências. A segmentação por *lifestyles*, guiada por curadoria de moda, segue orientando o desenvolvimento das coleções, garantindo soluções completas para diferentes ocasiões de uso. Dessa forma, a Lojas Renner consolida seu papel, não apenas como um destino de compra, mas como uma marca que entende e acompanha o estilo de vida das clientes, criando maior relevância e conexão emocional.

A integração com a cadeia de suprimentos e o apoio à transformação industrial permaneceram como prioridades. Em 2025, a Companhia evoluiu na integração digital com a rede de fornecimento, ampliando o uso de IA para previsão de demanda, alocação por SKU² e gestão integrada com fornecedores, resultando em maior precisão, melhor planejamento e redução de *lead times*. A personalização continuou sendo uma prioridade estratégica, com a expansão dos modelos de recomendação baseados em IA. A partir da análise de dados transacionais, esses modelos indicam itens mais relevantes para cada cliente, fortalecendo a experiência de compra e promovendo jornadas mais customizadas e fluídas.

² Stock Keeping Unit.

Referência em Experiências Encantadoras: reforça que encantar significa oferecer jornadas que combinem conveniência, fluidez e integração entre o digital e o físico. Nesse contexto, a Companhia trabalha para proporcionar experiências cada vez mais personalizadas, garantir interações omni mais eficientes e impulsionar a fidelidade dos clientes por meio de seus serviços financeiros, que ampliam engajamento e aumentam o *lifetime value*.

O processo de digitalização das lojas continuou avançando, trazendo benefícios relevantes para a jornada do cliente. Ao final de 2025, 70% das lojas da marca Renner contavam com caixas de autoatendimento com tecnologia RFID, os quais representaram ~40% do faturamento dessas unidades. 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. Além disso, a Companhia avançou na implementação do novo modelo de lojas, dando continuidade ao plano de reformas com foco estratégico nas unidades mais relevantes do parque. A iniciativa está alinhada à evolução da proposta omnicanal, elevando o engajamento dos clientes por meio de uma experiência de compra mais fluida e intuitiva. O novo formato de lojas traz maior destaque para os produtos e o uso de tecnologias orientadas ao cliente, contribuindo para ganhos em conversão, eficiência operacional e experiência. No ano, foram abertas 34 novas unidades, das quais 14 Renner, 17 Youcom e 3 Camicado.

								
	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024
Número de Lojas	443	429	104	103	152	135	18	19
Inaugurações	14	12	3	-	17	11	-	-
Fechamentos	-	7	2	4	-	-	1	-
Área de Vendas (mil m²)	744,3	732,8	44,1	43,7	28,8	24,2	2,7	2,9

Nos canais digitais, a companhia fortaleceu sua estratégia omnicanal, com uma jornada cada vez mais integrada entre aplicativo, site e lojas físicas. O aplicativo Renner consolidou-se como o maior app de varejo de moda do Brasil entre os players omni locais, com mais de 7 milhões de usuários ativos mensais e cerca de 1 bilhão de visitas anuais. O canal digital alcançou aproximadamente 15% de participação nas vendas, com crescimento consistente e maior rentabilidade.

A Companhia expandiu a base de clientes omnicanal, como resultado da evolução do ecossistema, que impulsionou o engajamento e ampliou o valor gerado pelos clientes. A complementaridade entre os canais contribui para ganhos de produtividade e eficiência operacional. Como evidência dessa integração, aproximadamente 70% dos pedidos digitais são retirados em loja, sendo que parte relevante dessas interações resulta em compras adicionais.

Em 2025, avançou-se na aplicação de inteligência artificial como alavanca estratégica para a evolução da experiência digital e da eficiência operacional. Destacam-se a implementação do *Fashion Assistant*, com recomendações personalizadas ao longo da jornada de compra, e o provador virtual (*AI Try-On*), que ampliou a confiança na tomada de decisões dos clientes. Também foi expandido o uso de imagens geradas por inteligência artificial na apresentação de produtos, iniciativa que contribuiu para aumentar significativamente o engajamento e a conversão, com crescimento de até 135% nas visitas a produtos que utilizaram conteúdos gerados por IA. Essas iniciativas reforçam o papel do digital como plataforma de inovação e diferenciação, com potencial relevante de impacto em conversão, engajamento e escala nos próximos ciclos de crescimento.

A Companhia ampliou sua capacidade de abastecer as lojas considerando as necessidades específicas de cada unidade. Esse modelo personalizado garante que cada loja receba os produtos mais adequados ao seu perfil de demanda, elevando a satisfação dos clientes e aumentando a eficiência. Além disso, a Companhia concluiu a migração do abastecimento digital para o CD SP, consolidando a operação omni. Esse novo modelo de abastecimento, 100% por SKU, permite maior otimização dos estoques, redução de remarcações, aumento de produtividade e reposição mais precisa para as lojas, sendo um dos pilares da evolução para um modelo de negócios mais eficiente, flexível, ágil e integrado.

Em Conteúdo, o objetivo foi otimizar estratégias com foco no aumento de visitas orgânicas ao site e ao app, no fortalecimento da conexão com o público por meio de informação de moda para atrair um cliente mais rentável em redes sociais, blog e transmissões ao vivo - vertical que ganhou força no formato live commerce (no site e app) e social commerce (no Tiktok Shop). Como resultado, foram observados avanços consistentes em visitas e receitas, além do crescimento das interações positivas em todos os canais.

A proposta de valor cada vez mais atrante, aliada a uma experiência omnicanal aprimorada, resultou em uma expansão na base de clientes ativos, que atingiu 20 milhões ao final de 2025. Houve aumento da participação dos clientes omni, que tem *spending* em média três vezes maior do que clientes monocanais.

O ano de 2025 marcou a consolidação da estratégia da Realize voltada à geração de valor para todo o ecossistema da Lojas Renner S.A. Implementações, como recompensas exclusivas, maior automação e uso otimizado de IA, foram determinantes para avançarmos na modernização dos serviços financeiros. Os resultados demonstram a força dessas agendas: o TPV de 2025 foi cerca de R\$ 19.5 Bi, contemplando mais de 4,7 MM de clientes ativos. Clientes cartonistas registraram 58% mais frequência de compra e 120% maior gasto anual em relação aos não cartonistas, demonstrando um engajamento três vezes maior no app da Lojas Renner. A conexão com o ecossistema também se destaca: 55% dos ultras fiéis da Renner também são clientes da Realize. Com o compromisso contínuo de evolução, os Cartões Renner se firmam como alavanca de fidelização, oferecendo às clientes uma experiência omni cada vez mais integrada.