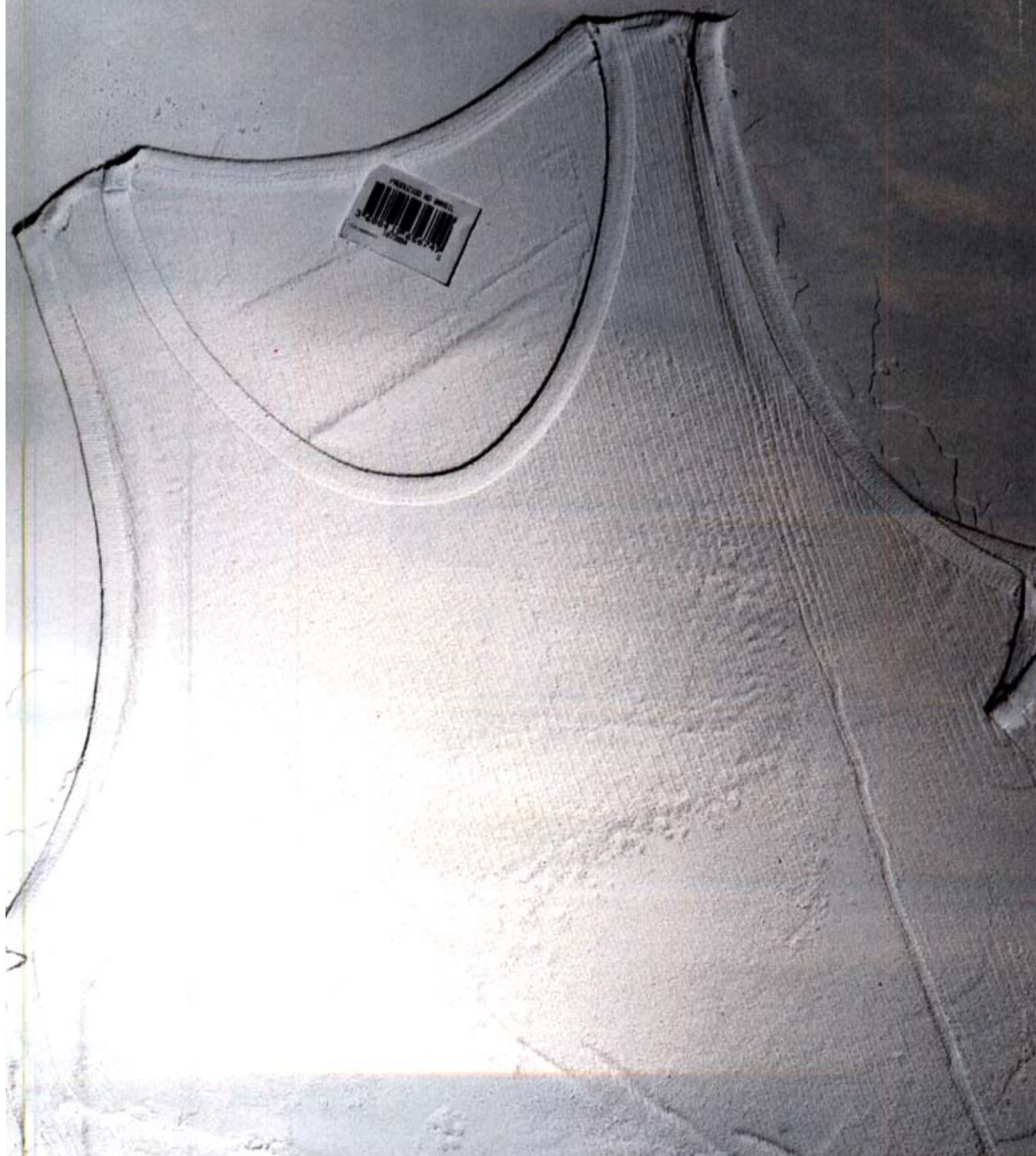


VAREJO LOJAS RENNER



A LOJA ENCOLHEU A Youcom é uma alternativa às unidades Renner, de 3 mil m², espaço caro e nem sempre disponível



1º LOJAS RENNER
2º LOJAS AMERICANAS
3º GRUPO PÃO DE AÇÚCAR
4º CASAS PERNAMBUCANAS
5º FARMÁCIAS
PAGUE MENOS

ARES NOVOS NOS PAMPAS

A RENNER PÕE EM MARCHA UM AMBICIOSO PLANO DE SEGMENTAÇÃO PARA TER, EM OITO ANOS, UMA REDE COM 400 LOJAS YOUCOM, VOLTADAS PARA O PÚBLICO JOVEM DAS CLASSES A E B / **VALQUÍRIA VITA**

QUASE CENTENÁRIA EM 1998, A VAREJISTA JCPENNEY (1.107 LOJAS DE ROUPAS E ACESSÓRIOS E DE ARTIGOS PARA O LAR NOS ESTADOS UNIDOS) CHEGOU AO BRASIL. COMPROU A TRADICIONAL REDE GAÚCHA LOJAS RENNER. FICOU APENAS SETE ANOS, ABRIU O CAPITAL DA EMPRESA NA BOVESPA EM 2005 E ARRECADOU R\$ 774 MILHÕES. NO INÍCIO DE AGOSTO DE 2013, A LOJAS RENNER VALIA NO MERCADO R\$ 7,5 BILHÕES. A SUA EX-CONTROLADORA, R\$ 6,7 BILHÕES. A JCPENNEY, DIFERENTEMENTE DO QUE POSSA PARECER, NÃO FEZ UM MAU NEGÓCIO NA ÉPOCA. TINHA COMPRADO A RENNER POR R\$ 40 MILHÕES (OU US\$ 33 MILHÕES, NO DÓLAR DEPRECIADO DA ÉPOCA). FEZ, SIM, PÉSSIMOS NEGÓCIOS NOS ANOS SEGUINTE, A PONTO DE O CONTROLADOR TER PULADO FORA NO FINAL DE AGOSTO DE 2013: VENDEU AS AÇÕES, QUE HAVIA COMPRADO TRÊS ANOS ANTES A US\$ 20, POR US\$ 12,90. JCPENNEY É UM CONTRASTE EM RELAÇÃO À SUA ANTIGA CONTROLADA.

Mesmo nos sete anos em que os americanos estiveram à frente, a Renner já crescia muito: saiu de 9 para 64 lojas em 2005. Na presidência já estava, desde 1999, José Galló, que hoje trata de conduzir para novos e importantes rumos aquela que mantém posições em todas as seis dimensões da pesquisa Época NEGÓCIOS 360°.

Galló tem como meta audaciosa dobrar o tamanho da Renner em oito anos, com um plano que tem como base a segmentação. Nesse período, o executivo pretende consolidar a marca Youcom, a nova rede de moda jovem da companhia.

A audácia está na relevância que a Youcom pode tomar dentro do grupo. Hoje, a Renner tem 197 lojas espalhadas pelo Brasil. A intenção é abrir 400 lojas Youcom naqueles oito anos. No início, a nova marca vai substituir as sete lojas Blue Steel, também administradas pela Renner, localizadas em São Paulo, Belo Horizonte e Porto Alegre, para depois ganhar espaço em outras cidades.

Com a Youcom, a Renner quer atrair jovens consumidores, um público sedento por novidades, capaz de abandonar marcas em questões de semanas e que prefere comprar em

ambiente exclusivo. “Não é que o público jovem não compre na Renner”, diz Luiz Alberto Marinho, sócio-diretor da GS&BW, consultoria especializada em shopping centers. “Mas há ocasiões em que esse público prefere uma determinada marca, que não é a mesma da loja onde compram a avó, a mãe, a irmãzinha.”

A Youcom terá peças exclusivas de vestuário, acessórios e calçados para o

**A REDE VAI APOSTAR
EM LOJAS
MENORES, DE 150 M²**

público feminino e masculino de classes A e B, com média de idade de 18 a 28 anos. Para lidar com a “infidelidade” dos jovens, a Youcom terá novidades toda semana, levando ao pé da letra o conceito de fast-fashion, segmento que a Renner pretende liderar. Serão lojas independentes, com designers próprios, mas a Youcom estará sob a direção dos executivos da Renner. “A

rede terá mais chance de sucesso se for associada à marca Renner, muito bem-vista no mercado, sem deixar de ser uma novidade”, afirma o consultor Roberto Salazar, diretor do curso de administração da ESPM-Sul.

Trata-se, também, de um aprendizado. A Renner vai se aprofundar no formato de lojas pequenas de, no máximo, 150 m². A experiência já vem sendo testada com a marca Blue Steel, que migrou de dentro da Renner para ganhar vitrines próprias, mas que agora volta para as araras das lojas de departamento do grupo para dar vez à Youcom. Abrir uma loja Renner – que pode ter 3 mil m² – significa não só custos mais altos, mas a procura por espaços nem sempre disponíveis e intensa negociação com administradores de shoppings. Alguns desses shoppings não comportam uma loja Renner, mas podem receber uma Youcom. Diferentemente das lojas Renner, em que prevalece o autoatendimento, as da Youcom terão atendentes, como preferem os jovens. Uma possibilidade estudada pela Renner é franquiar futuras lojas Youcom, uma forma de acelerar o crescimento da rede e cumprir as metas estabelecidas na sua nova fase. ●

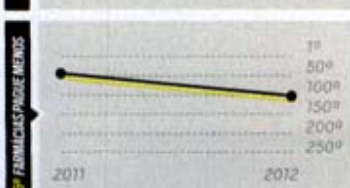
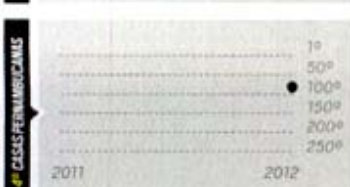
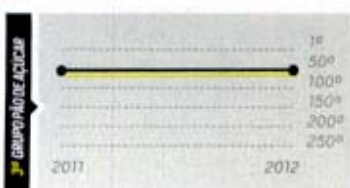
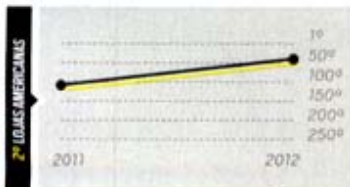
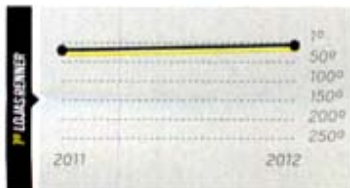


GALLÓ ESTUDA A
POSSIBILIDADE DE
FRANQUEAR LOJAS
YOU.COM. É UMA
FORMA DE ACELERAR
O CRESCIMENTO



RANKING GLOBAL

A COLOCAÇÃO DAS MELHORES NO SETOR



OS RESULTADOS DO SETOR

AS PRIMEIRAS, POR DIMENSÃO

POSICÃO	EMPRESA	PONTOS
DESEMPENHO FINANCEIRO		
1º	GRUPO PÃO DE AÇÚCAR	122
2º	LOJAS AMERICANAS	111
3º	LOJAS RENNER	111
4º	FARMÁCIAS PAGUE MENOS	102
5º	DICICO	98
GOVERNANÇA CORPORATIVA		
1º	LOJAS AMERICANAS	72
2º	EUROBIKE	70
3º	MAGAZINE LUIZA	66
4º	LOJAS RENNER	64
5º	AUTO SUECO SÃO PAULO	61
INOVAÇÃO		
1º	CASAS PERNAMBUCANAS	50
2º	LOJAS AMERICANAS	45
3º	LOJAS RENNER	43
4º	GRUPO PÃO DE AÇÚCAR	43
5º	REDE STOP	43
RESPONS. SOCIOAMBIENTAL		
1º	WALMART	80
2º	LOJAS RENNER	74
3º	GRUPO PÃO DE AÇÚCAR	61
4º	DICICO	56
5º	FARMÁCIAS PAGUE MENOS	54
VISÃO DE FUTURO		
1º	CSD	61
2º	LOJAS RENNER	59
3º	DICICO	58
4º	EUROBIKE	57
5º	FARMÁCIAS PAGUE MENOS	57
PRÁTICAS DE RH		
1º	EUROBIKE	57
2º	LOJAS RENNER	55
3º	FARMÁCIAS PAGUE MENOS	54
4º	CASAS PERNAMBUCANAS	54
5º	SAGA	53

JOSÉ GALLÓ

PRESIDENTE DA LOJAS RENNER



IDADE

61

DESDE QUANDO ESTÁ NA PRESIDÊNCIA DA EMPRESA

1999

FORMAÇÃO

ADMINISTRAÇÃO DE
EMPRESAS PELA FGV-SP

PRIMEIRAS EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS

REDES IMCOSUL E MODA CASA