



relatório anual

2020

TRANSFORMAÇÃO
PELAS PESSOAS

LOJAS RENNER S.A.

 RENNER

CAMICADO youcom realize

Índice

INTRODUÇÃO

Sobre o relatório	04
Mensagem da presidência	05

A LOJAS RENNER S.A.

Nossos negócios	08
Sustentabilidade	14
Governança	19
Gestão de riscos	30
Resultados financeiros	34

COLABORAÇÃO PARA SUPERAR DESAFIOS

Colaboradores	40
Fornecedores	57
Comunidades	74
Clientes	82
Proteção aos direitos humanos	85

INOVAÇÃO PARA APROXIMAR

Presença <i>omnicanal</i>	88
Logística preparada	95
Segurança dos dados	96

MODA RESPONSÁVEL

Combate às mudanças climáticas	99
Produtos e serviços sustentáveis	107
Conscientização para transformar	120

ANEXOS

Ferramentas de leitura	126
Parecer da auditoria	137
Créditos	139

CAPITAIS



ODS



RELATÓRIO ANUAL

introdução

sobre o relatório

GRI 102-12, 102-14

Acreditamos no diálogo, no engajamento e na colaboração como forças importantes na construção de uma sociedade mais sustentável. No ano de 2020, que trouxe à sociedade desafios sem precedentes frente à pandemia de Covid-19, isso ficou ainda mais evidente.

Neste relatório, tradicionalmente publicado todos os anos, além de prestar contas sobre nosso desempenho e estratégia, trazemos aos nossos públicos de relacionamento a história de aprendizado e transformação de 2020, ancorada em nosso compromisso com as pessoas e nosso propósito de encantamento.

Boa leitura!

Este relatório é preparado seguindo as melhores práticas globais de transparência e gestão da sustentabilidade:



GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

11º ANO CONSECUTIVO

Acesse o [Índice GRI](#) para conhecer os indicadores e as páginas em que eles são reportados.



AUDITORIA INDEPENDENTE DOS INDICADORES

7º ANO CONSECUTIVO

Acesse o [parecer da auditoria](#) que atesta a solidez das informações reportadas.



RELATO INTEGRADO (IR)

6º ANO CONSECUTIVO

Acesse o [mapa de capitais](#) para conhecer as páginas em que cada capital é abordado neste relatório.



OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

6º ANO CONSECUTIVO

Acesse o [mapa](#) que apresenta nossos principais projetos que apoiam o alcance dos ODS e as páginas em que eles são abordados.



SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD (SASB)

2º ANO CONSECUTIVO

Acesse o [Índice SASB](#) para conhecer os indicadores e as páginas em que eles são reportados.



TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES (TCFD)

1º ANO DE REPORTE

Acesse o [Índice TCFD](#) para conhecer os indicadores e as páginas em que eles são reportados.

mensagem da **presidência**

GRI 102-12, 102-14

O ano de 2020 ficará marcado na história. Não só pela pandemia e pelos dias intensos e imprevisíveis que vivemos, mas também por toda a transformação e evolução que tivemos em nossos negócios.

Não temos dúvidas de que saímos de 2020 muito mais fortes, ágeis e resilientes. Nos reinventamos em muitos aspectos e somos hoje uma empresa melhor. Seguimos na contínua expansão das lojas físicas, ao mesmo tempo em que aceleramos os planos e metas da

nossa transformação digital. Tudo isso, com os mesmos compromissos sólidos e fortalecidos com o desenvolvimento sustentável e a Moda Responsável, que nos trouxeram até aqui.

Nossas perspectivas positivas e confiança nas oportunidades futuras se baseiam na acertada estratégia de enfrentamento da crise. Trabalhamos em 2020 com muita colaboração, respeitando nossos principais parceiros no universo do varejo — nossos fornecedores, nossos clientes e nossos colaboradores — enfatizando, ainda mais, um de nossos principais valores corporativos: GENTE.

Fomos pioneiros no setor, tomando a difícil, mas correta, decisão de fecharmos temporariamente todas as nossas lojas físicas em março, antes dos decretos governamentais e do mercado em geral, colocando as pessoas no centro de nossas decisões, optando pela preservação da saúde e das vidas, com manutenção de empregos e máxima ativação dos negócios.

Nossos colaboradores, foram, desde o primeiro momento, nossa prioridade: nos comprometemos a preservar empregos e levamos a operação administrativa rapidamente para o formato remoto. Paralelamente, implantamos medidas rigorosas de cuidado com a saúde e segurança das áreas operacionais que seguiram atuando, como os Centros de Distribuição, com equipe médica dedicada, orientação contínua e grande acolhimento. Com isso, vivenciamos uma exitosa história de união e de colaboração, em que pessoas cuidaram de pessoas e nossos colaboradores foram protagonistas em todas as ações tomadas, ajudando comunidades, fornecedores, profissionais de saúde e se superando para seguir encantando nossos clientes.

Com esse trabalho colaborativo, conduzimos a formação de uma grande rede de solidariedade, junto aos nossos fornecedores e outras empresas e instituições, para dar apoio às pessoas em situação de vulnerabilidade e aos profissionais e instituições de saúde na linha de frente do combate à pandemia. Foram R\$ 5,1 milhões diretamente investidos que, com as articulações para que

os recursos necessários chegassem ao seu correto destino — como equipamentos de proteção individual aos médicos, alimentos e produtos de higiene e limpeza às comunidades —, geraram um valor percebido de cerca de R\$ 10 milhões.

Apoiamos, ainda, nossa cadeia de fornecedores, mantendo as taxas de juros para operações de antecipação de recebíveis, doando R\$ 1,5 milhão às pequenas empresas em situação financeira crítica e intermediando e sendo a garantidora de empréstimos que somaram R\$ 87 milhões junto ao Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES). Trabalhamos, como sempre, com muita proximidade e respeito, mantendo os compromissos das ordens de compras que já estavam em produção e criando novas formas de manter o fluxo de pedidos, através da manufatura de máscaras e EPIs para doações à sociedade.

Também cuidamos da saúde financeira da Companhia, reforçando nosso balanço patrimonial, por meio da redução dos investimentos e do pagamento previsto de dividendos, além da captação de recursos financeiros que nos possibilitassem ter uma posição confortável de caixa.

Um ano de desafios, sem dúvidas, mas também de superação. Evoluímos muito na forma de trabalhar e de ver as coisas, nos papéis e nas soluções propostas e agimos com determinação, atuando com grande foco no desenvolvimento de três importantes pilares: inovação, digitalização e sustentabilidade.

Tivemos no ano uma grande ampliação nas vendas online, que hoje têm um novo patamar de crescimento e de relevância dentro do negócio. Nesse sentido, seguimos avançando na busca de maior produtividade e velocidade para gerar encantamento aos clientes *omni* e aceleramos nossas iniciativas de transformação, trazendo mais e melhores produtos e serviços através das vendas digitais.

Para isso, desenvolvemos novas funcionalidades e serviços, novas opções de entrega de pedidos e novos canais de vendas para maior proximidade com os clientes, dando mais autonomia à jornada de compra e melhor experiência. Na reabertura das lojas, aceleramos nossa oferta *omnicanal*, acompanhando as mudanças nos hábitos de consumo.

Essas mudanças também se refletiram em outro tema importante. Em um contexto de crise, com a maior percepção da interdependência entre as pessoas, governos, empresas e o meio ambiente, os temas ESG (sigla em inglês para ambiental, social e governança) também ganharam relevância no mundo todo. Nossa estratégia de Moda Responsável, que há cinco anos conta diretrizes e metas bem estruturadas, seguiu seu desenvolvimento com força total.

Como reflexo dos importantes avanços, que serão explorados ao longo desta publicação, ficamos em primeiro lugar no novo índice da S&P B3 ESG e seguimos participando dos principais índices de sustentabilidade, que reúnem as empresas com melhores práticas de ESG: o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e o Índice Carbono Eficiente (ICO2) da B3, o Dow Jones Sustainability Index (DJSI), o MSCI Brazil ESG Leaders e o CDP Climate Change.

Concluímos nossa caminhada em 2020, observando três claras oportunidades: a primeira voltada ao novo comportamento dos consumidores, que nos permitirá ampliar o número de clientes *omni*

e alavancarmos a integração dos canais on e offline. A segunda relativa à acomodação do setor de vestuário depois de um ano difícil, que proporcionará maior participação de mercado às empresas que tiverem claros diferenciais competitivos. E por fim, a terceira oportunidade, que se refere às relações comerciais fortalecidas ao longo do ano, pela forma como tratamos nossos grandes parceiros, os Fornecedores de Revenda.

Para 2021, ainda temos muitas incertezas sobre os cenários econômico e de saúde, no entanto, sabemos que estamos mais preparados e muito atentos às oportunidades que se configuram. Já somos a maior varejista *omni* de moda no Brasil, a mais reconhecida em sustentabilidade e seguiremos expandindo a rede de lojas, ao mesmo tempo que continuaremos crescendo a operação online, com encantamento!

E por fim, não podemos deixar de fazer um agradecimento especial aos nossos colaboradores, executivos e conselheiros, que seguiram engajados, mesmo diante de tantos desafios, não só na empresa, mas também em suas

vidas pessoais; aos fornecedores, que estiveram comprometidos e nos permitiram conduzir com segurança a operação; aos acionistas, que nos apoiaram nessa trajetória; e aos clientes e comunidade em geral, que fizeram com que fôssemos uma das empresas mais lembradas durante a pandemia, conforme estudo do Instituto Croma Insights e, novamente, reconhecidos como a 11ª marca mais valiosa do país, segundo a Interbrand.

Obrigado a todos!



José Galló

Presidente do Conselho de Administração



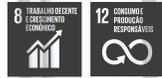
Fábio A. Faccio

Diretor Presidente

CAPITAIS



ODS



Lojas Renner S.A.



NOSSOS negócios

GRI 102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7

Somos a maior varejista de moda do Brasil, com 55 anos de história, listados em bolsa de valores há 53 anos e contamos com 606 lojas e 24,8 mil colaboradores.



RENNER

CAMICADO

youcom

realize



Varejo de moda e casa e decoração com operação *omni*:
e-commerce + lojas físicas no Brasil, Argentina e Uruguai



Escritórios no Brasil (**sede em Porto Alegre - RS**),
Shangai (China) e Dhaka (Bangladesh)



3 Centros de Distribuição



INSTITUTO
LOJAS
RENNER

Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) que investe em projetos de **empoderamento socioeconômico das mulheres**, a partir de sua capacitação e inserção na cadeia da moda, do empreendedorismo, e da geração de emprego e renda.

FIQUE ATENTO

Ao longo do conteúdo, sempre que usarmos os termos "Lojas Renner S.A." ou "Companhia", nos referimos a todas as controladas. Quando nos referimos especificamente a um dos negócios, usamos os termos Renner, Camicado, Youcom e Realize.

A marca Ashua, apesar de ter lojas próprias, é parte da estrutura da Renner.

Saiba mais sobre cada uma das empresas nas páginas a seguir e, para conhecer o mapa detalhado, acesse: <https://bit.ly/2XbBwYO>

segmentos de atuação

Ao longo de 2020, ampliamos a integração das empresas que compõem a Lojas Renner S.A., tanto do ponto de vista estrutural, com unificação de sistemas, como do ponto de vista de planejamento estratégico.

Com isso, fortalecemos nosso ecossistema de moda e *lifestyle*, o que nos permite ampliar as sinergias entre as quatro marcas de varejo e a instituição financeira, reforçando nossas estratégias corporativas.



VAREJO

RENNER

Empresa de moda com 20 marcas próprias, a Renner atua em 385 lojas (373 em todos os estados do Brasil, 8 lojas no Uruguai, 4 lojas na Argentina) e em sua loja online.

LIFESTYLE

8 marcas que compõem 5 *lifestyles*.

Neotradicional



Jovem



Contemporâneo



Sensual



Glamour



OUTRAS MARCAS

12 marcas que compõem praia, infantil, lingerie, acessórios, *curve* e *plus size*, perfumaria e calçados.



Para saber mais, acesse o **site institucional** e o **e-commerce** da Renner.



CAMICADO

Marca especializada em casa e decoração, presente em todas as regiões do Brasil, com 113 lojas, além do *e-commerce*. Além dos itens de revenda, desenvolve itens de marca própria e conta com *sellers* no seu *marketplace*.

Em 2020, promovemos uma revisão estratégica do negócio da Camicado, com aceleração dos projetos de sustentabilidade, digitalização, eficiência operacional, logística e *marketplace* e uma revisão completa do mix de produtos, para levar aos clientes os produtos que eles querem.

Para saber mais, acesse o **site institucional** e o **e-commerce** da Camicado.



YOUCOM

Marca jovem de vestuário e acessórios, oferece roupas, calçados, acessórios femininos e masculinos e conta com 100 lojas em todas as regiões do Brasil, além de *e-commerce*.

Após um ciclo aprofundado de aproximação dos clientes, seus desejos e expectativas, avançamos em *data analytics* e em qualidade, alcançando evolução nos resultados e no acerto das coleções em 2020. O ano também marcou a intensificação das ações de sustentabilidade da marca (saiba mais na pág. 107) e o lançamento do Selo You Change, que reúne peças com atributos mais sustentáveis.

Para saber mais, acesse o **site institucional** e o **e-commerce** da Youcom.



ASHUA

Marca lançada em 2016 no *e-commerce* voltada à moda *curve* e *plus size*. Desde 2018, conta também com 8 lojas físicas para ampliação da oferta *omnichannel*.

Em 2020, lançamos ilhas da marca Ashua dentro de três lojas da Renner, expandindo o alcance e disponibilidade de nossos produtos. Até 2021, vamos criar novas ilhas chegando à presença em 13 lojas. No cenário impactado pela pandemia, também aceleramos a transformação digital na Ashua, com destaque para a venda por WhatsApp e o Fashion Delivery, em que, através do uso de dados, enviamos itens selecionados para a casa da cliente.

Para saber mais, acesse o **e-commerce** da Ashua.

PRODUTOS FINANCEIROS

REALIZE

Os produtos financeiros oferecidos pela Companhia são ferramentas importantes de suporte à operação de varejo, por meio da oferta de crédito e conveniência.

Contamos com a estrutura da Realize CFI, nossa instituição financeira, e por meio do Cartão Renner, Meu Cartão, Saque Rápido e Seguros e Assistências atuamos na fidelização e conveniência do cliente.

Reforçando nossa proposta de cumplicidade e encantamento, em 2020, avançamos na digitalização e conveniência nos serviços da Realize (saiba mais na pág.91), facilitamos as modalidades de pagamento para apoiar nosso cliente no enfrentamento à pandemia (pág. 83) e lançamos uma plataforma de benefícios exclusivos aos clientes do Meu Cartão, que reúne descontos para mais de 150 marcas.

Como resultado, ficamos em 1º lugar no Prêmio Finanças Mais, do Estadão, que avalia as melhores e mais equilibradas instituições financeiras, e avançamos da 22ª para a 8ª posição na pesquisa de aplicativos da Cardmonitor, que compara aplicativos de bancos e cartões.

realize



Meu Cartão e Cartão Renner

Para saber mais, acesse o **site** da Realize.

55 anos

Em 10 de junho de 2020 a Lojas Renner S.A. completou 55 anos de história. Para celebrar o momento, realizamos uma cerimônia na sede, em que nosso Diretor Presidente, Fabio Faccio, hasteou, junto com alguns colaboradores, nossa primeira bandeira Lojas Renner S.A. e as bandeiras de todos os países em que estamos presentes, representando a internacionalização. No evento, Fabio também plantou uma figueira, símbolo de esperança e renovação, ao lado de uma placa comemorativa:

“Um novo amanhecer

A força da natureza nos faz aprender.

Resistir, renovar, renascer.

As horas voam, os dias passam.

As folhas caem e voltam a nascer.

Assim como a figueira,

A gente se adapta,

Se fortalece e volta a crescer.

Apesar de tudo, do tempo, do mundo

Sempre há um novo amanhecer.”

10.06.2020 | 55 ANOS

#SEGUIMOSJUNTOS

#ENCANTAMOSJUNTOS



Mesmo com o cenário de distanciamento, criamos várias ações digitais ao longo do dia e transmitimos a cerimônia ao vivo, para que nossos colaboradores pudessem celebrar este momento.

Você também pode conferir esse momento emocionante assistindo ao vídeo na nossa página do Facebook Carreiras: <https://bit.ly/3gjRbxQ>

CAPITAIS USADOS

GERAÇÃO DE VALOR

VALOR GERADO

**Humano**

- 24,8 mil colaboradores

**Intelectual**

- Cultura sólida e alinhada a um propósito: encantar a todos é a nossa realização
- Estratégia de Moda Responsável

**Manufaturado**

- 606 lojas
- 3 Centros de Distribuição (CDs)
- Escritórios no Brasil, China e Bangladesh
- E-commerce

**Social e de Relacionamento**

- 17 mil afiliados Minha Sacola
- 586 fornecedores que fabricam os produtos que revendemos
- 2.973 fornecedores de outros produtos e serviços
- Instituições de saúde, comunidades e projetos apoiados pelo Instituto Lojas Renner

**Natural**

- 495 mil GJ de energia consumida (0,4423 GJ/m² de área de venda), 96,2% de fontes renováveis
- 292,0 mil m³ de água consumida na operação
- 16,1 toneladas de algodão, 4,6 t. de poliéster, 5,6 t. de viscose, 2,5 t. de meia malha e 1,6 t de poliamida

**Financeiro**

- R\$ 10,3 bilhões de receita bruta
- 796.170.210 ações com valor de mercado de R\$ 35 bilhões
- R\$ 544 milhões de investimento (CAPEX)

**Humano**

- R\$ 727,9 milhões em remuneração e benefícios
 - 89% de engajamento
- R\$ 81,6 milhões distribuídos aos colaboradores como Programa de Participação nos Resultados (PPR), baseado no alcance das metas de resultado, ativação de Cartões de Crédito Renner e vendas

**Intelectual**

- Experiência omnichannel e novos canais de venda e atendimento
- 56,8% dos produtos vendidos na Renner com Selo Re Moda Responsável (atributos sustentáveis)

**Manufaturado**

- 11 novas lojas
- Protótipo de loja circular (mais sustentável)
- Ampliação dos CDs no ano e novo CD em construção até 2022

**Social e de Relacionamento**

- 99,0% de clientes satisfeitos e muito satisfeitos
- R\$ 4,4 bilhões em negócios contratados junto aos fornecedores
 - 17,3 p.p. de melhoria no índice de Desempenho Global de Fornecedores (IDGF) desde 2016
- R\$ 1,8 bilhão em impostos e taxas a serem revertidos pelos governos para o desenvolvimento do país
- R\$ 8,2 milhões investidos pelo Instituto Lojas Renner beneficiaram mais de 46 mil pessoas diretamente, além do valor imensurável das doações e EPIs para os hospitais durante o combate à pandemia

**Natural**

- Negócio carbono neutro: 100% das emissões dos gases de efeito estufa neutralizadas desde 2017
 - Redução de 47,6% na intensidade de emissões desde 2018
 - Melhora de 57,9% no índice de eficiência energética desde 2017
- 79,9% dos produtos de algodão e 73,5% dos produtos de viscose com certificação

**Financeiro**

- R\$ 271,5 milhões em dividendos e juros sobre o capital próprio distribuídos aos acionistas
- +4.008% de valorização das ações acumulada desde 2005

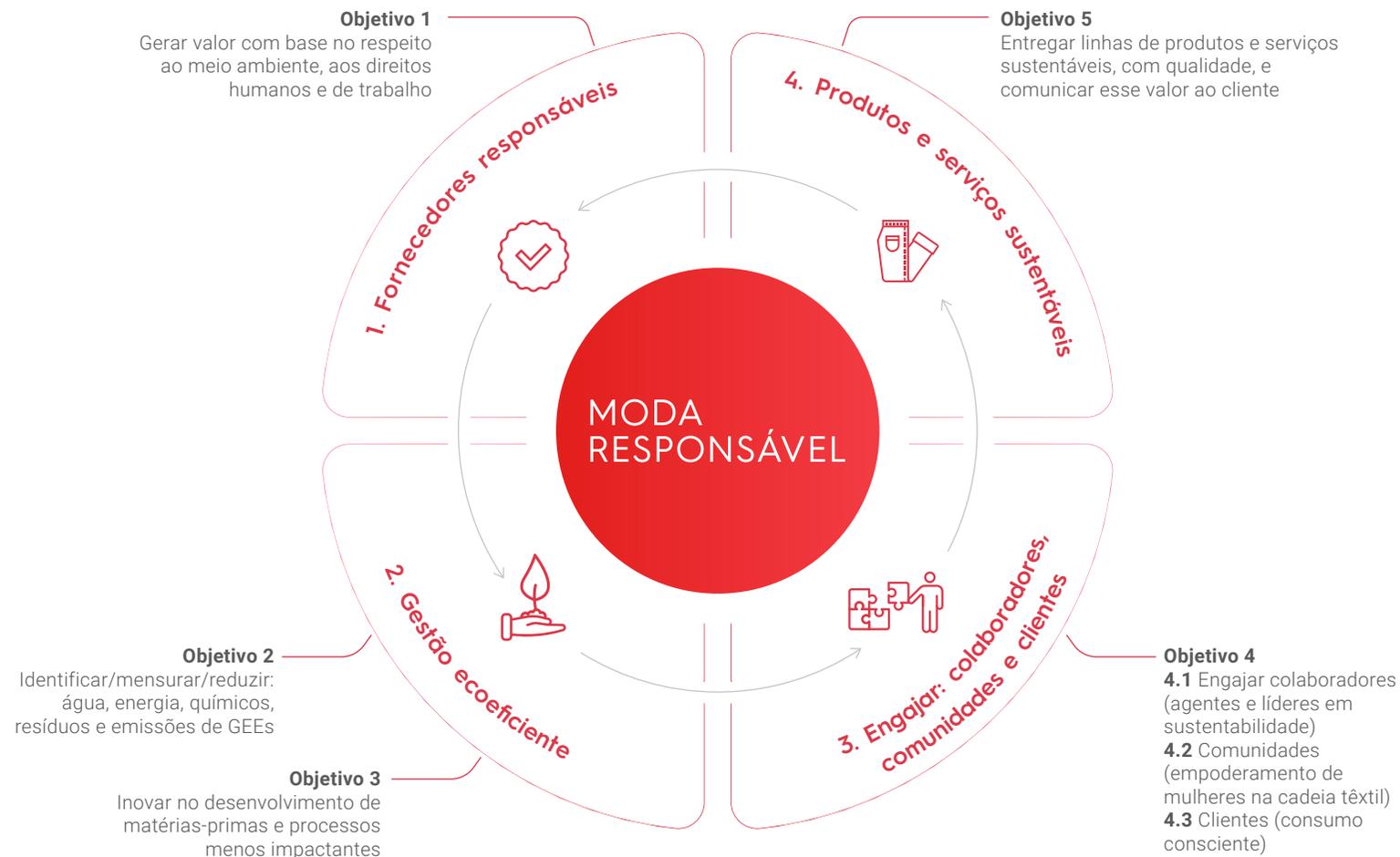
sustentabilidade

Nossos negócios e atitudes são pautados pelos princípios da sustentabilidade.

Acreditamos que a moda deve ser **justa, consciente e responsável**, e nossas diretrizes estratégicas de sustentabilidade orientam nossa atuação para isso.

Definimos em nosso plano estratégico de **Moda Responsável** os temas prioritários para a sustentabilidade do negócio até 2021.

Com base neles, o Comitê de Sustentabilidade e o time de sustentabilidade atuam na **identificação contínua e minimização dos riscos socioambientais relevantes** de nossa cadeia e na geração de valor aos nossos públicos, sociedade e meio ambiente.



Conheça a partir da **pág. 98** nossa atuação e desempenho detalhado frente aos pilares do Moda Responsável.

MANIFESTO

A moda muda todos os dias.
Assim como nós.

E já que é para se reinventar,
por que não começar pelo seu estilo?

Re significa repensar nossas atitudes
e reforçar a moda menos impactante
para o planeta.

Re é se vestir consciente de que aquela
peça que combina com tudo, também
combina com o que você acredita.

Re é o selo de Moda Responsável da
Renner, que representa a forma de
pensar e praticar a sustentabilidade em
tudo que envolve nosso negócio.

Repensar a moda, a atitude, o planeta.
Isso é Re.

Você também pode assistir o vídeo que
ilustra nosso manifesto clicando [aqui](#).



reconhecimentos

A solidez da estratégia de Moda Responsável da Lojas Renner S.A. e o avanço na adoção de práticas mais sustentáveis em nosso modelo de negócio têm sido reconhecidas pelas principais **ferramentas de avaliação da sustentabilidade empresarial:**

ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL (ISE) B3

7º ano consecutivo

DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX (DJSI)

6º ano (uma das nove brasileiras, única varejista do país e uma das seis empresas do mundo todo do varejo de moda)

ÍNDICE ESG B3 E S&P

1ª colocada

ÍNDICE DE TRANSPARÊNCIA DA MODA BRASIL (ITMB) 2020

Renner e Youcom na 3ª colocação entre as 40 varejistas brasileiras.

ÍNDICE CARBONO EFICIENTE (ICO2) B3

10º ano consecutivo

FTSE4GOOD

6º ano consecutivo

MORGAN STANLEY CAPITAL INTERNATIONAL (MSCI)

Listada entre as dez brasileiras líderes em ESG no MSCI Brazil ESG Leaders Index

CDP CLIMATE CHANGE

- 10º ano consecutivo submetendo informações ao CDP Climate Change com evolução da nota no último ano para B
- Seleção para compor a carteira do novo Índice CDP Brasil – Resiliência Climática (ICDPR-70)

SUSTAINABLE COTTON RANKING

Listada na categoria “Bem no caminho” do ranking do World Wildlife Fund (WWF)

PLATFORM LIVING WAGE FINANCIALS (PLWF)

2º ano consecutivo analisada pela plataforma, com avanço na classificação de “em desenvolvimento” para “em amadurecimento”, se posicionando entre as 15 empresas mais bem colocadas do setor.

“Os acionistas sempre se mantiveram bem informados sobre o que estava acontecendo ao longo do ano. O conceito de ESG ganhou força no mercado e nas organizações, valorizando a gestão da governança e destacando ainda mais o social e o ambiental. Da mesma forma, a diversidade emergiu como um tema cada vez mais presente no meio corporativo. A inclusão de mulheres e equidade de gênero no mercado de trabalho, a segurança de dados e a circularidade na jornada de consumo são os temas que mais estiveram em pauta nas conversas com os principais investidores e acionistas”.

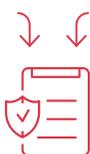
Paula Picinini
Diretora de Relações com Investidores e Internacionalização

gestão integrada

Reflexo da consistência de nosso compromisso com a sustentabilidade, contamos com uma estrutura de gestão alicerçada em políticas, procedimentos e times dedicados ao desenvolvimento sustentável, garantindo um olhar sistêmico e profundo aos impactos da nossa operação com o objetivo de ampliar nossa geração de valor e impacto positivo na cadeia.

POLÍTICAS INSTITUCIONAIS

Política de Sustentabilidade



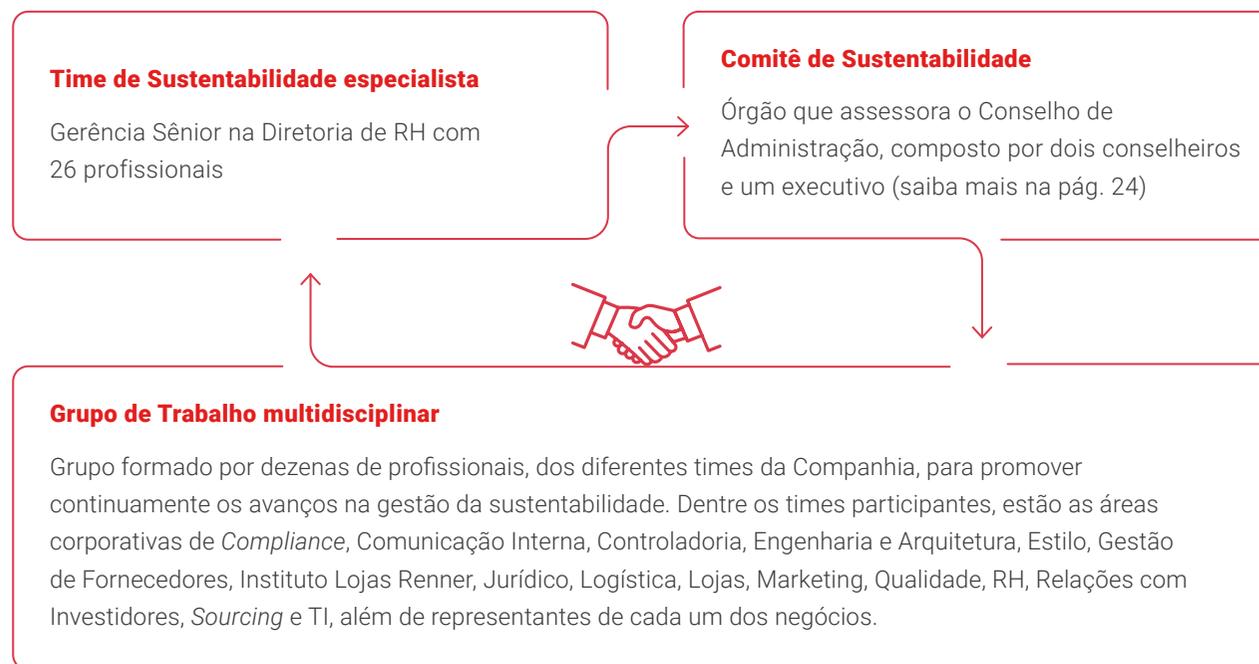
Política de Direitos Humanos

Código de Conduta



Código de Conduta para Fornecedores

ESTRUTURA INTEGRADA



COMPROMISSOS PÚBLICOS 2021



80% de produtos* menos impactantes, sendo 100% de algodão certificado.

Saiba mais na pág. 107

**Considerando os produtos de vestuário.*



75% do consumo de energia corporativo de fontes de energias renováveis de baixo impacto*.

Saiba mais na pág. 103

**Considerando fontes de energia renovável de baixo impacto: pequenas centrais hidrelétricas (PCHs), solar, eólica e biomassa.*



20% de redução das emissões absolutas* de CO₂ frente ao inventário 2017.

Saiba mais na pág. 99

**Considerando escopos 1, 2 (abordagem de escolha de compra) e 3.*



100% da cadeia global de revenda* com certificação** socioambiental.

Saiba mais na pág. 66

**Empresas de 1º e 2º nível que produzem para a marca Renner.
**Certificações e/ou auditorias Renner acreditadas por organismo externo.*

colaboração

GRI 102-12, 102-13

Também acreditamos na colaboração com iniciativas voltadas à sustentabilidade como parte fundamental do processo de transformação do setor para um modelo mais sustentável.

Por isso, a Lojas Renner S.A. participa ativamente em organizações para o desenvolvimento do setor e para a promoção da sustentabilidade nos negócios, de maneira a ampliar o aprendizado e compartilhar nosso conhecimento a favor do desenvolvimento sustentável:

SETORIAIS

- Membros do Comitê de Sustentabilidade e do Comitê de Pessoas do Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV).
- Membros da Better Cotton Initiative (BCI) — iniciativa mundial para algodão certificado produzido de forma menos impactante.
- Membros do Comitê Técnico de Relações Sindicais e do Trabalho da Federação do Comércio de Bens e de Serviços do Estado do Rio Grande do Sul (Fecomercio — RS).
- Participamos da liderança e de Grupos de Trabalho (GT) com focos específicos da Associação Brasileira Do Varejo Têxtil (ABVTEX): integramos o Conselho Direto, Comitê Gestor, Comitê Jurídico, Comitê Fiscal, GT Fornecedores, GT Qualidade e coordenamos o Comitê de Sustentabilidade.
- Membros da Textile Exchange, organização global voltada ao desenvolvimento de produtos têxteis menos impactantes.
- Membro do Grupo de Institutos e Fundações Empresariais (GIFE), por meio do Instituto Lojas Renner.

TEMÁTICOS (SUSTENTABILIDADE)

- Signatários do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU).
- Associados ao Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS).
- Membros do Green Building Council Brasil, que orienta práticas de construção sustentáveis.
- Associados ao Instituto Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPACTO).

- Afiliados ao Social & Labor Convergence (SLCP) da Sustainable Apparel Coalition (SAC).
- Associação ao Higg Index da SAC.
- Apoiadores do Programa Na Mão Certa, da Childhood Brasil, que combate o abuso e exploração sexual de crianças e adolescentes.
- Signatários do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+.
- Associação à Aliança LGBTI+.
- Apoiadores dos Princípios pelo Empoderamento das Mulheres, da ONU Mulheres.
- Adesão à Coalizão Empresarial Pelo Fim da Violência Contra Mulheres e Meninas.
- Aderentes à iniciativa Woman on Board (WOB).
- Associados ao Instituto Ethos.
- Apoiadores e membros do comitê gestor do Compromisso com o Clima, que une empresas que desejam apoiar projetos socioambientais e fomentar uma economia de baixo carbono ao compensar, juntas, suas emissões de gases de efeito estufa (GEE).
- Signatários da campanha Business Ambition for 1.5°C (Ambição dos Negócios para 1,5°C), da ONU, que convida empresas a estabelecerem metas baseadas em dados científicos de redução das emissões, em montante suficiente para contribuir com a limitação do aumento da temperatura global a 1,5°C acima dos níveis pré-industriais.
- Membro da Fashion Industry Charter for Climate Action.

governança

uma história de valor

A Lojas Renner S.A. foi criada em 1965 e já em 1967, apenas dois anos depois de sua fundação, abriu capital na Bolsa de Valores. São 53 anos de experiência no mercado de capitais, marcados pela inovação e pioneirismo na adoção das melhores práticas de governança corporativa.

1ª CORPORAÇÃO DO BRASIL

Em 2020, realizamos evento inovador e online na B3, para comemoração dos 15 anos que nos tornamos uma corporação, a primeira empresa do Brasil com 100% das ações negociadas em bolsa, sem a presença de acionista ou grupo controlador. Desde lá:

- Distribuimos **R\$ 3,3 bilhões em dividendos**
- Evoluímos de **800 para 119 mil acionistas**, sendo 116 mil pessoas físicas
- Crescemos **4.400%** em valor de mercado, **de R\$ 90 milhões para R\$ 35 bilhões**



Evento online B3 em comemoração aos 15 anos como corporação.

15 ANOS DE ADESÃO AO NOVO MERCADO

Desde que nos tornamos uma corporação também estamos listados no Novo Mercado, segmento da B3 com **maior nível de exigência de boas práticas de governança corporativa**.

PIONEIRA NO ENGAJAMENTO DOS ACIONISTAS

Em 2006, fomos a primeira empresa brasileira a disponibilizar o Manual de Assembleia para participação dos acionistas, que apresenta o detalhamento do que será debatido nas assembleias, apoiando o engajamento do acionista e sua votação consciente, hoje documento de entrega obrigatória e conhecido pelo mercado como Manual da Assembleia (Proposta da Administração). Em 2020, reflexo do avanço contínuo no relacionamento com investidores, pudemos, pela 1ª vez na Companhia, instalar em primeira convocação uma Assembleia Geral Extraordinária, que necessitava de 2/3 de quórum, com 67,09% de participação, sendo 58,06% via boletim de voto à distância, o que demonstra alto comprometimento dos acionistas com o negócio e com as novas formas de participação em Assembleia.

1ª E MAIS ADERENTE AO CÓDIGO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Em 2018, fomos a primeira empresa a entregar à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e a mais aderente ao Informe sobre o Código Brasileiro de Governança Corporativa. Desde 2019, mantemos a maior aderência ao Código dentre as empresas, com 98,1%.

nossas ações

LREN3

- negociada na B3 – Brasil, Bolsa, Balcão cotada a **R\$ 43,54** ao final de 2020
- ADRs negociados sob o código **LRENY** no mercado balcão norte americano OTC US
- **7,5 milhões de recibos** emitidos ao final de 2020

VALORIZAÇÃO

+4.008%
na cotação das ações
desde 2005

R\$ 34,7 bilhões
de valor de mercado ao
final de 2020

LIQUIDEZ

7,6 milhões
de negócios no ano

2,1 bilhões
de ativos movimentados

R\$ 358,8 milhões
Volume médio diário

GERAÇÃO DE VALOR

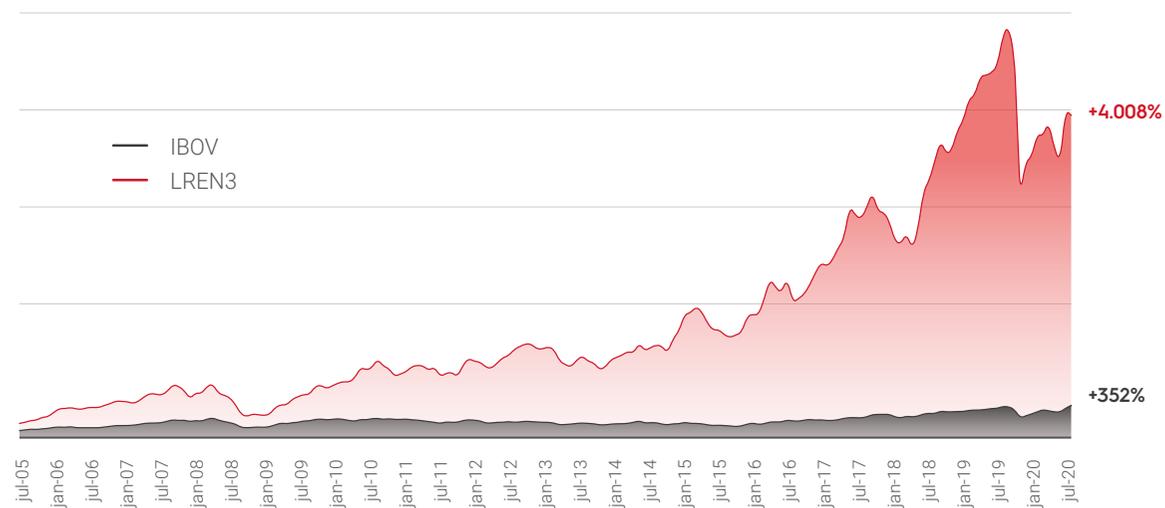
R\$ 240,8 milhões
distribuídos aos acionistas
como Juros sobre Capital Próprio

R\$ 30,7 milhões
de dividendos distribuídos

0,8% de *dividend yield*

25% de *payout*

EVOLUÇÃO DA AÇÃO LREN3 X IBOVESPA



melhores práticas

Nossa estrutura de Governança Corporativa é constituída de acordo com as melhores práticas de governança corporativa, garantindo a melhor efetividade de cada órgão e, assim, a busca pela excelência na gestão do negócio.

Podemos destacar, dentre essas práticas:

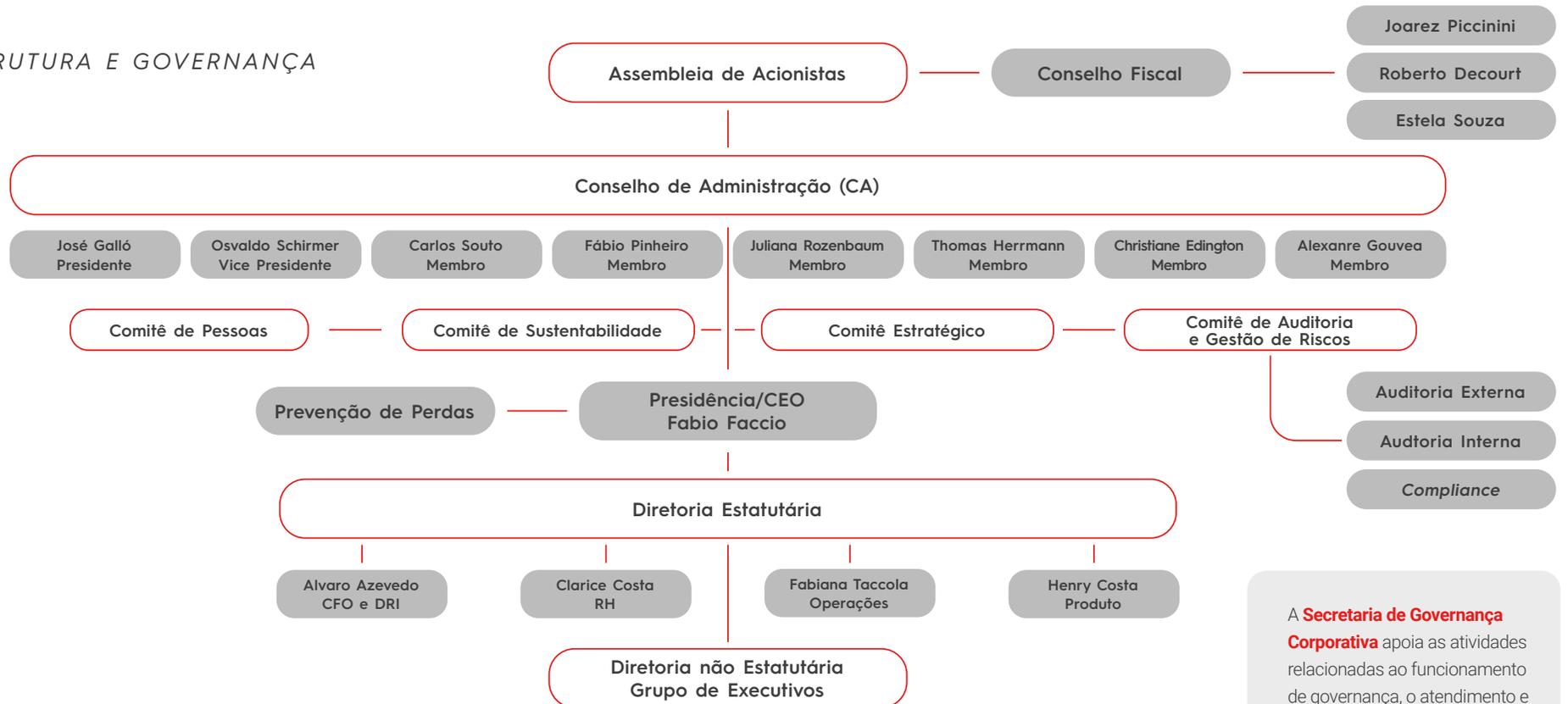
- Novo Mercado da **B3 – Brasil, Bolsa, Balcão**.
- 100% de **free float**.
- **88% de membros independentes no Conselho de Administração (CA)** - 7 de 8.
- **25% de mulheres no CA** - 2 de 8.
- **33% de mulheres no Conselho Fiscal (CF)** - 1 de 3.
- **40% de mulheres na Diretoria Estatutária** - 2 de 5.
- **Diferentes executivos como Presidentes do CA e Diretoria**.
- **Conselho Fiscal permanente**.
- **Comitês do Conselho de Administração e de Gestão**.
- Manual para **Participação em Assembleias**.
- **Plano de Opção de Compra** de Ações e de Ações Restritas.
- **Regimento Interno** para Conselhos, Diretoria e Comitês.
- **Mecanismos de avaliação formal do CA** (incluindo a Presidência do órgão), dos Comitês e da Diretoria.
- **Secretários para Conselhos, Diretoria e Comitês**.
- **Portal de Governança** (CA, CF e Comitês).
- **Auditoria Interna e Compliance**.
- **Canal de denúncias** terceirizado e independente.
- Diversas **Políticas Corporativas**.
- **Secretaria de Governança Corporativa**.

Conheça a seguir a **composição dos principais órgãos de governança da Companhia**.

estrutura

GRI 102-18

ESTRUTURA E GOVERNANÇA



A **Secretaria de Governança Corporativa** apoia as atividades relacionadas ao funcionamento de governança, o atendimento e relacionamento com acionistas e agências de voto, as questões relacionadas às assembleias e a proposição e implementação de processos que promovam sempre as melhores práticas.

conselho de administração

Nosso Conselho de Administração é formado por membros eleitos individualmente, em Assembleia Geral, com mandato de um ano e reeleição permitida. A média de mandato dos membros do CA, em 2020, foi de 7,1 anos.

O Órgão pode ter entre cinco e nove membros com, no mínimo, dois Conselheiros ou um terço da totalidade dos membros, o que for maior, independentes.

Conheça o Regimento do Conselho e a experiência detalhada de cada membro:
<https://bit.ly/3gpm7N9> e
<https://bit.ly/3osxLcN>

A Lojas Renner, valorizando a diversidade de gênero, em consonância com a sua Política de Indicação de Administradores e visando manter a prática da Companhia alinhada às melhores práticas mundiais de governança, assinou um termo de **adesão com a Women on Board (WOB), se comprometendo a manter duas mulheres no Conselho de Administração.**

A WOB é uma iniciativa independente apoiada pela ONU Mulheres, que visa reconhecer, valorizar e divulgar a existência de ambientes corporativos com a presença de mulheres em Conselhos de Administração, para demonstrar os benefícios desta diversidade ao mundo empresarial e à sociedade.

Nome	Cargo	Tempo acumulado no cargo	Frequência nas reuniões	Idade
José Galló	Presidente do Conselho de Administração	2 anos no cargo e 22 anos no Conselho	100%	69 anos
Oswaldo Burgos Schirmer*	Vice-Presidente do Conselho de Administração	9 anos	100%	70 anos
Carlos Fernando Couto de Oliveira Souto*	Membro	6 anos	100%	53 anos
Fábio de Barros Pinheiro*	Membro	7 anos	100%	60 anos
Alexandre Vartuli Gouvea*	Membro	2 anos	100%	61 anos
Christiane Almeida Edington*	Membro	3 anos	95%	55 anos
Thomas Bier Herrmann*	Membro	4 anos	100%	70 anos
Juliana Rozenbaum Munemori*	Membro	4 anos	100%	44 anos

* Membro Independente.

Em 2020, o Conselho de Administração se reuniu 22 vezes, com 99,4% de frequência média. 77% das reuniões foram à distância, respeitando as medidas de distanciamento social.

ASSESSORAMENTO

O Conselho de Administração é assessorado por quatro comitês de administração:

COMITÊ DE PESSOAS

DESDE 2005

Auxilia o Conselho de Administração a estabelecer os termos da remuneração e dos demais benefícios e pagamentos a serem recebidos a qualquer título da Companhia por Diretores e Conselheiros, tendo como base as metas de desempenho estabelecidas pelo Conselho de Administração.

Em 2020, o Comitê se reuniu 7 vezes, com 100% de frequência média. 71% das reuniões foram à distância.*

COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE

DESDE 2008

Assessora o Conselho no estabelecimento de diretrizes e princípios relativos ao desenvolvimento sustentável nos pilares social, ambiental, econômico e dentro das melhores práticas de governança corporativa.

Em 2020, o Comitê se reuniu 5 vezes, com 100% de frequência média. 80% das reuniões foram à distância.*

COMITÊ DE AUDITORIA E GESTÃO DE RISCOS

DESDE 2012

Exerce funções consultivas ao Conselho sobre o cumprimento de suas responsabilidades de supervisão pelo monitoramento da integridade dos processos das Demonstrações Financeiras e sistemas de controles internos da Companhia, revisando e avaliando a independência e o desempenho dos auditores independentes, bem como dos auditores internos. O Comitê também revisa as áreas de riscos significativos e monitora o cumprimento dos requerimentos legais e regulatórios.

Em 2020, o Comitê se reuniu 14 vezes, com 100% de frequência média. 86% das reuniões foram à distância.*

COMITÊ ESTRATÉGICO

DESDE 2014

Auxilia o Conselho de Administração na aprovação e acompanhamento da execução dos planos estratégicos, projetos de expansão e programas de investimento da Companhia.

Em 2020, o Comitê se reuniu 6 vezes, com 100% de frequência média. 83% das reuniões foram à distância.*

Conheça o Regimento dos Comitês e a composição dos órgãos em:
<https://bit.ly/3f2KYrt>
e <https://bit.ly/3osxLcN>

* Respeitando as recomendações de distanciamento social.

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

GRI 102-28

Desde 2009, realizamos anualmente a avaliação formal de desempenho dos membros do Conselho de Administração, de sua Presidência, sua dinâmica e dos Comitês de assessoramento, seguindo as boas práticas de governança corporativa e buscando o aperfeiçoamento contínuo dos órgãos.

A avaliação é conduzida por uma consultoria externa especializada e prevê quatro etapas para avaliação do funcionamento do Conselho e Comitês e a Presidência do Conselho:

- Definição e preparação: alinhamento com o Presidente do Conselho e Comitê de Pessoas, com questionário online de avaliação.
- Reuniões individuais: entrevista individual conduzida pela consultoria, com todos os Conselheiros e o Presidente do Conselho e resposta de todos os conselheiros a um questionário.

- Consolidação de dados e análise interna: consolidação, pela consultoria, dos resultados do questionário e inputs obtidos durante as entrevistas.
- Apresentação dos resultados: apresentação prévia, pela consultoria, da avaliação ao Presidente do Conselho e, posteriormente, a todos os membros do Conselho de Administração para discussão dos resultados e definição dos planos de melhorias a serem implementadas.

O resultado da avaliação 2020 mostra que o Conselho de Administração da Companhia é percebido com um alto nível de efetividade no cumprimento de seu papel nas diversas dimensões e apresentando evolução em relação ao ano anterior.

Ainda assim, há oportunidades de melhoria, visando uma composição com maior diversidade frente aos desafios do setor. O Conselho tem rituais de governança estruturados e alinhados, que permitem a condução de discussões produtivas e eficientes,

e seus membros são engajados e contributivos através de experiências adequadas.

A avaliação mostra também que os Comitês são efetivos no cumprimento de seus papéis, com adequada estrutura, composição e proposição de temas para suportar as discussões do Conselho, apresentando, em alguns casos, oportunidades de melhoria em relação a uma atuação mais estratégica e propositiva, com reportes mais profundos ao Conselho.

Portanto, a avaliação geral do Conselho de Administração e Comitês da Companhia em 2020 apresentou evolução, com nota 4,8 (em uma escala de 0 a 6) ante 4,6 em 2019.

Mesmo com o desempenho efetivo, os resultados da avaliação permitiram identificar oportunidades de melhoria e alguns planos de ação a serem traçados para a busca contínua do aperfeiçoamento do Órgão, seguindo sempre as boas práticas de governança corporativa.

conselho fiscal

O Conselho Fiscal é um órgão independente da administração e da auditoria externa da Companhia, pois tem como responsabilidade principal fiscalizar os atos dos administradores e analisar as demonstrações financeiras, relatando suas observações aos acionistas.

A Lojas Renner S.A. tem um Conselho Fiscal permanente, com os poderes e atribuições conferidos por lei e regimento interno próprio desde 2007. O Conselho Fiscal é composto por três a cinco membros, eleitos anualmente em Assembleia Geral com mandato de um ano e reeleição permitida.

Nome	Cargo	Tempo acumulado no cargo	Frequência nas reuniões	Idade
Joarez José Piccinini	Presidente do Conselho Fiscal	2 anos	100%	60 anos
Roberto Frota Decourt	Membro	11 anos	100%	48 anos
Estela Maris Vieira De Souza	Membro	1 ano	100%	56 anos

Em 2020, o Conselho se reuniu 8 vezes, com participação de 100% de seus membros. Dentre essas reuniões, 4 tiveram a participação dos auditores independentes.

O conselheiro suplente Roberto Frota Decourt assumiu a posição como membro efetivo, devido ao falecimento do conselheiro Ricardo Zaffari Grechi, em julho de 2020. Por meio de uma Assembleia Geral Extraordinária, em outubro de 2020, Vanderlei Dominguez da Rosa foi eleito para assumir a posição de conselheiro suplente.

Conheça o Regimento do Conselho Fiscal e a experiência detalhada de cada membro: <https://bit.ly/3gpm7N9> e <https://bit.ly/3osxLcN>

diretoria

Nossa Diretoria Estatutária é formada por membros eleitos pelo Conselho de Administração, com mandato de dois anos e reeleição permitida. O Órgão pode ter entre quatro e dez membros, sendo um Diretor Presidente, um Diretor Administrativo e Financeiro, um Diretor de Relações com Investidores e os demais como Diretores, com a designação a ser definida pelo Conselho de Administração em ata quando da eleição da Diretoria.

Nome	Cargo	Tempo no cargo	Idade
Fabio Faccio	Diretor Presidente	2 anos	48 anos
Clarice Martins Costa	Diretora de Recursos Humanos	15 anos	67 anos
Alvaro Jorge Fontes de Azevedo	Diretor Administrativo e Financeiro e de RI	1 ano	56 anos
Henry Costa	Diretor de Produto (Compras)	2 anos	46 anos
Fabiana Silva Taccola	Diretora de Operações	3 anos	52 anos

A Diretoria da Companhia se reúne semanalmente e, desde o final de março, as reuniões foram à distância, respeitando as medidas de distanciamento social.

Conheça o Regimento da Diretoria e a experiência detalhada de cada membro: <https://bit.ly/3gpm7N9> e <https://bit.ly/3osxLcN>

ASSESSORAMENTO

A Diretoria é assessorada por seis comitês de gestão, que contribuem para aprofundar as discussões de temas estratégicos e auxiliam a tomada de decisão:

COMITÊ DE PREVENÇÃO DE PERDAS

Analisa, discute, desenvolve e implementa políticas, programas, estratégias, procedimentos e atividades vinculadas à prevenção de perdas dos ativos da Companhia, como as perdas de inventário, perdas ocasionadas por quebras operacionais e outras ocorrências provocadas por agentes internos ou externos, relacionados à segurança física e/ou patrimonial, entre outros, que possam colocar em risco o patrimônio da Companhia, clientes e colaboradores.

COMITÊ DE REAL ESTATE

Define, de acordo com a estratégia de expansão da Companhia, os projetos de novas lojas e de reformas das lojas que compõem a estrutura física da Companhia.

COMITÊ DE ÉTICA EMPRESARIAL

Busca garantir a implementação do Código de Conduta e decidir sobre os casos em que há dúvidas sobre a interpretação do documento. No caso de violações ao Código, cabe ao comitê estabelecer as sanções a serem aplicadas.

COMITÊ EXECUTIVO

Com base em uma análise de cenário, que inclui riscos e oportunidades, elabora o planejamento estratégico para aprovação pelo Conselho de Administração. A partir da definição de prioridades, as estratégias são desdobradas em projetos e metas para todos os Diretores e grupo de executivos.

COMITÊ CORPORATIVO DE SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Apoia o direcionamento das diretrizes de segurança da informação e a gestão do tema, a definição de políticas e normas relacionadas à Segurança da Informação (SI), o alinhamento e sinergia das iniciativas relacionadas à Segurança da Informação das áreas integrantes do Comitê, o apoio às atividades de gestão de riscos e continuidade do negócio e o acompanhamento e proposição de planos de ação para riscos relevantes e incidentes de Segurança da Informação. O Comitê é composto

por áreas core da Companhia, como RH, Jurídico, Tecnologia da Informação (TI), Auditoria Interna, Prevenção de Perdas, Marketing Corporativo, Realize CFI, além da própria área de SI. Saiba mais sobre a gestão da Segurança da Informação na pág. 96.

COMITÊ DE DIVULGAÇÃO

Faz a gestão da política de divulgação da Companhia, discute e recomenda a divulgação ou manutenção de sigilo de atos e fatos relevantes e comunicados ao mercado. Revisa e aprova, com a participação de pelo menos dois membros, sendo um deles necessariamente o Diretor de Relações com Investidores, as informações divulgadas ao mercado, antes de serem publicadas.

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

Realizamos anualmente a avaliação formal de desempenho da Diretoria Executiva. O Diretor Presidente da Companhia é avaliado pelo Comitê de Pessoas e pelo Presidente do Conselho de Administração, e avalia, anualmente, cada diretor, baseado em competências organizacionais, estratégicas e funcionais. Os resultados são formalmente reportados ao Comitê, que leva o reporte ao Conselho de Administração.

remuneração

GRI 102-28

Contamos com um sistema de remuneração da alta liderança voltado a promover a criação de valor sustentável e de longo prazo, com base nas melhores práticas de mercado, no propósito, proposta de valor, valores empresariais, metas econômicas, sociais e ambientais ligadas à estratégia de negócio.

O processo se inicia com a aprovação do montante global da remuneração do Conselho e Diretoria pelos acionistas, em Assembleia e, então a distribuição do valor entre os membros dos órgãos pelo Conselho de Administração, após parecer do Comitê de Pessoas.

Parte desse montante é remuneração fixa e parte variável. O CA possui apenas remuneração fixa, o valor da remuneração baseada em ações, nesse órgão, é de outorgas contratuais do presidente do CA recebidas ainda como membro da Diretoria.

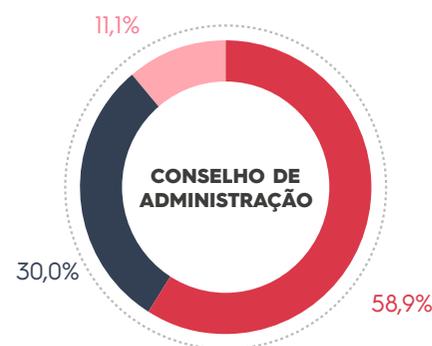
Para a Diretoria, além da remuneração fixa, há a remuneração variável relacionada ao alcance das metas da Companhia e individuais.

A Diretoria também conta com o Plano de Opção de Compra de Ações e Ações Restritas, que reforça a retenção dos executivos e alinha seus interesses aos dos acionistas de modo a criar valor de forma sustentável e a longo prazo. Somente haverá a outorga do Plano de Opções de Compra de Ações e/ou do Plano de Ações Restritas nos anos em que a Companhia tenha auferido, no ano imediatamente anterior, lucros suficientes para permitir a distribuição dos dividendos obrigatórios aos acionistas.

Sendo, ainda, que para concessão das outorgas, cada executivo será avaliado por uma composição de objetivos, medidos através de: metas corporativas, individuais e nível de adesão aos princípios e valores da Companhia.

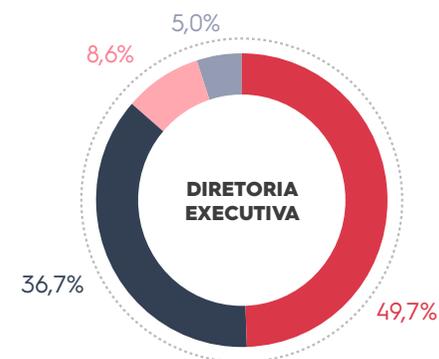
Conheça informações detalhadas sobre nossa política de remuneração no item **13 do Formulário de Referência**.

A remuneração variável da Diretoria inclui temáticas relacionadas à sustentabilidade e ao desenvolvimento e resultados do plano estratégico de Moda Responsável.



R\$ 19,3 milhões
distribuídos entre:

- **R\$ 11,4 milhões**
Remuneração fixa
- **R\$ 5,8 milhões**
Plano de Opção de Compra de Ações e Ações Restritas
- **R\$ 2,1 milhões**
Remuneração pela participação em comitês



R\$ 15,8 milhões
distribuídos entre:

- **R\$ 7,8 milhões**
Remuneração baseada em ações (reforço à retenção, busca alinhar interesses dos executivos aos dos acionistas na criação de valor de forma sustentável a longo prazo)
- **R\$ 5,8 milhões**
Remuneração fixa
- **R\$ 1,4 milhão**
Remuneração variável (atrelada às metas da Companhia e individuais)
- **R\$ 787,9 mil**
Benefícios

ética

GRI 102-16, 412-2, 205-2, 205-3

CÓDIGOS DE CONDUTA

Manter relações éticas em toda a cadeia de valor é indispensável para a sustentabilidade do negócio, por isso, desde 1995 contamos com o Código de Conduta e desde 2018 com o Código de Conduta para Fornecedores para orientar, esclarecer e formalizar as condutas, valores e princípios esperados de nossos colaboradores, administradores e fornecedores.

Todos os colaboradores devem ler e declarar conhecer o Código no momento de sua contratação, ou sempre que o documento for atualizado, e também contam com treinamentos sobre o Código na Universidade Renner. Já os fornecedores declaram conhecer o Código no momento de sua contratação, devem divulgar a publicação aos seus colaboradores e recebem continuamente conteúdos e treinamentos sobre o tema (saiba mais na pág. 59).

POLÍTICA ANTICORRUPÇÃO

Orientamos nossas ações de combate à corrupção pela Política Anticorrupção, instituída em 2014 atendendo à Lei Anticorrupção e atualizada em 2018, que explicita práticas e princípios a serem seguidos por colaboradores, parceiros e terceiros.

Desde 2017, a gestão do tema é conduzida pela área de *Compliance* Corporativo, responsável pelo mapeamento de riscos e por apoiar a elaboração de planos de ação para riscos identificados, o que proporcionou maior consistência, foco e efetividade, garantindo o monitoramento contínuo do tema, visando o seu aperfeiçoamento. Em 2020, não identificamos nenhum risco significativo relacionado à corrupção.

Todos os anos, trabalhamos a capacitação e treinamento de nossos colaboradores em nossas práticas anticorrupção:

- Treinamento presencial para os Diretores e Conselheiros, para demonstrar o comprometimento da alta administração sobre o assunto.
- Ações de comunicação no Dia Internacional de Combate à Corrupção, em dezembro.
- Publicação do “Guia Prático de Relacionamento com Agente Público” disponível na Base de Conhecimento, em nossa intranet, com boas práticas para promoção da ética e combate à corrupção no relacionamento com agentes públicos.

Adicionalmente, realizamos comunicações externas sobre nossas boas práticas juntos aos nossos terceiros, que podem vir a ter interação com agentes públicos em nome da Lojas Renner S.A., conforme descrito em nossa Política e Guia de Relacionamento com Agentes Públicos.

Em 2020, foram 792 horas de treinamentos oferecidos sobre o tema na Universidade Renner e alcançamos 77% dos colaboradores que têm interação com agentes públicos (no Brasil) treinados. Em resultado a nossas ações, não tivemos casos de corrupção envolvendo a Lojas Renner em 2020.

CANAL DE DENÚNCIAS

Para apoiar nossos programas de ética, de proteção aos direitos humanos na operação e cadeia de fornecimento e o respeito às nossas políticas e códigos de conduta, lançamos em novembro nosso novo canal de denúncias unificado, mais moderno e ainda mais seguro, operado por empresa especializada e independente.

Canal: 0800 900 9091 ou

<https://contatoseguro.com.br/lojasrennersa>
(em português, inglês e espanhol)

O canal está disponível 24 horas por dia, com garantia de sigilo e confidencialidade.

A terceirização apoia a independência do canal e segurança ao denunciante, além de possibilitar maior acolhimento a partir de uma equipe de psicólogos que recebe a denúncia e dá o encaminhamento. Com o novo canal, mesmo sem se identificar e, mantendo a confidencialidade e sigilo, o denunciante também pode acompanhar o status da sua denúncia.

gestão de riscos

GRI 102-13, 102-15, 308-2, 408-1, 409-1, 411-1, 414-1, 414-2

Aderimos às melhores práticas nacionais e internacionais para gestão eficiente dos riscos do negócio, reforçando nossa cultura de ética, transparência e governança responsável, com uma estrutura robusta de gestão, apresentada a seguir:

Temos um **Comitê de Crise multidisciplinar**, que se reúne quando há alguma não conformidade que afete a reputação da Companhia. O Comitê define as iniciativas para remediar os impactos do ocorrido, tanto na Companhia como nos *stakeholders*, o posicionamento interno e externo e definir os responsáveis pelo plano de ação para zelar que o caso não aconteça novamente.

POLÍTICAS DE GESTÃO PARA CONTROLE DOS RISCOS

- Política de Governança, Riscos e Conformidade
- Política de Auditoria
- Política de *Compliance*
- Política de Gestão Financeira
- Política de Destinação de Resultados
- Política Anticorrupção
- Política de *Disclosure*
- Política de Divulgação de Fato Relevante e de Negociação de Valores Mobiliários
- Política de Partes Relacionadas
- Política de Indicação e de Remuneração dos Administradores
- Política de Segurança da Informação
- Política de Atendimento e CRM
- Código de Conduta para Colaboradores
- Código de Conduta para Fornecedores
- Política de Sustentabilidade

PROCESSO DE GESTÃO

IDENTIFICAR, AVALIAR E MENSURAR

Os gestores de cada unidade de negócio ou área da Companhia promovem continuamente, com revisão minimamente anual, a identificação dos riscos aos quais estamos submetidos. Os riscos identificados são avaliados e classificados em matrizes de risco de acordo com o impacto potencial na Companhia.

TRATAR E MONITORAR

Para cada risco com maior potencial de impacto, o gestor define o tratamento e processos de controle para reduzi-lo ou eliminá-lo. O tratamento e acompanhamento desse risco também conta com o apoio de diversas funções de gerenciamento de riscos e conformidade, como as áreas de Prevenção de Perdas, *Compliance*, Jurídico, Segurança da Informação, Controle de Qualidade e Controladoria.

Adicionalmente, os auditores internos avaliam a eficácia do gerenciamento dos riscos e dos controles internos e comunicam ao Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos e à Administração.

cultura de gestão de riscos

Nossa Diretoria de Riscos trabalha próxima às áreas do negócio, dando apoio consultivo à identificação, prevenção e tratamento dos principais riscos e, também, promovendo a conscientização das áreas sobre uma cultura preventiva de gestão dos riscos.

Os times de gestão de riscos e auditoria interna apoiam as áreas a identificar os principais riscos ordinários e extraordinários, estruturar e implementar os planos de ação para mitigação dos riscos.

Em 2020, trabalhamos juntos das áreas de negócio, identificando riscos que geraram 376 planos de ação. Realizamos, ainda treinamentos online amplamente disseminados sobre *compliance*, sobre a Lei Geral de Proteção de Dados e sobre Prevenção de Perdas.

Periodicamente, realizamos o processo de integração/boas-vindas para os colaboradores com cargo de liderança, abrangendo assuntos pertinentes à gestão de risco, fortalecendo a cultura.

Com a proximidade das áreas também abrimos espaço para feedbacks e melhoria contínua. Anualmente todas as Diretorias devem apresentar seus principais riscos e preocupações significativas que alimentam a estratégia de atuação do Comitê de Auditoria para gestão dos riscos ordinários.

Um avanço importante do ano foi a adoção de um software de gestão de riscos de *compliance*, garantindo agilidade e organização, além de facilitar o conhecimento e compartilhamento sobre esta disciplina junto às áreas de negócios.

RISCOS EMERGENTES

Identificamos como principais riscos emergentes, ou seja, aqueles que tem ganhado cada vez mais importância, os seguintes riscos:

PANDEMIAS

Impacto: possíveis futuras pandemias, como a vivida a partir de 2020, pode ter impacto significativo na economia global e, portanto, nos resultados dos nossos negócios e na nossa capacidade de gerar receitas crescentes. Além disso, as pandemias também podem impactar a saúde física e psicológica de nossos colaboradores e sua segurança no trabalho.

Mitigação: do ponto de vista econômico, estamos continuamente desenvolvendo novas soluções para seguir encantando nossos clientes acompanhando e inovando frente às suas mudanças de hábitos de consumo (saiba mais sobre essas ações na página 88). Do ponto de vista da saúde e segurança de

nossos colaboradores, trabalhamos com uma frente médica dedicada ao tema, com ações de prevenção, mas também, de promoção de bem-estar, qualidade de vida e saúde física e psicológica (saiba mais sobre essas ações na página 42).

CYBERSEGURANÇA

Impacto: possíveis ataques cibernéticos podem resultar em vazamento de informações confidenciais, fraudes, indisponibilidades de sistemas, sequestro de dados e danos à Companhia tanto em reputação quanto em não atendimento às leis.

Mitigação: temos uma estratégia e estrutura sólida de cybersegurança e segurança da informação, atendemos plenamente à Lei Geral de Proteção de Dados e promovemos continuamente uma cultura de segurança junto aos nossos colaboradores e parceiros. (saiba mais sobre essas ações na página 97).

principais categorias de riscos monitoradas



RISCOS OPERACIONAIS

Falhas em processos internos, sistemas ou ações desenvolvidas por pessoas que possam gerar perdas que envolvam operação, ativos, clientes e receitas.



RISCOS ESTRATÉGICOS

Envolvem a tomada de decisões da alta administração da Companhia e podem provocar grandes perdas no valor econômico da organização.



RISCOS REPUTACIONAIS

Eventos que podem prejudicar a reputação da Companhia em casos em que o mau gerenciamento dos riscos passa a se tornar de conhecimento público.



RISCOS SOCIOAMBIENTAIS

Impactos socioambientais negativos ao longo do ciclo de vida dos produtos, que envolve uma rede composta por múltiplos atores, que podem impactar negativamente a Companhia, seus públicos de relacionamento e a sociedade de maneira geral.

Nesta categoria também se inserem os riscos climáticos (saiba mais sobre quais são os riscos e vulnerabilidades e as iniciativas de mitigação na pág. 100).

Conheça em detalhes os riscos operacionais, estratégicos e reputacionais e como são geridos em nosso **Formulário de Referência** – itens 4, 5.1 e 5.2 – e nas Notas Explicativas das **Demonstrações Financeiras**, nota 6. A seguir, conheça em detalhes os principais impactos socioambientais do setor e, a partir da pág. 40, como atuamos em nossa operação e além dela para mitigá-los e promover estruturas, processos e relações cada vez mais sustentáveis.

“Tivemos este ano a disseminação ainda maior da cultura preventiva, enfatizando bastante a parte de treinamentos para riscos e, também, um reforço em relação a *compliance*, anticorrupção e prevenção de perdas online”.

Luis Alexandre Silva Ribeiro
Diretor de Riscos

RISCOS SOCIOAMBIENTAIS NA CADEIA

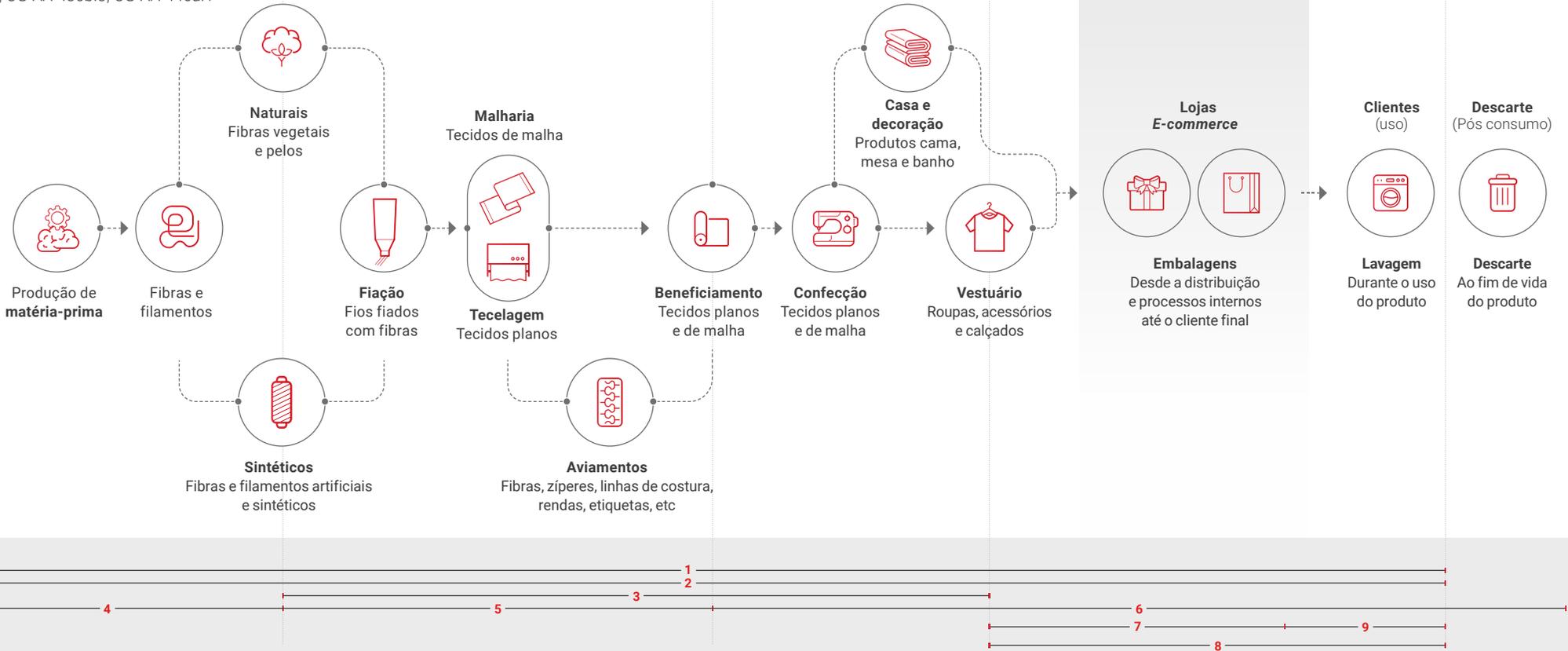
Etapas externas anteriores ao negócio

Etapas internas do negócio

Etapas externas posteriores ao negócio

GRI 414-2, CG-AA-430b.3, CG-AA-440a.1

ETAPAS DO CICLO DE VIDA



FATORES DE IMPACTO DO SETOR POR ETAPA DO CICLO DE VIDA

1. CONSUMO INTENSO DE ÁGUA: no processamento de matéria-prima e ao longo da vida útil do produto, em seu uso pelos consumidores. **2. PRECARIZAÇÃO DAS CONDIÇÕES DE TRABALHO:** nas lavouras, no processamento, de matéria-prima e confecções, que podem gerar impacto negativo em responsabilidade social. A cadeia têxtil é o 3º maior setor industrial do mundo, com cerca de 60 milhões de trabalhadores. **3. CONSUMO INTENSO DE ENERGIA:** no processamento de matéria-prima, na logística do varejo e na operação de loja e, conseqüentemente, a geração de emissões de gases de efeito estufa, além do consumo ao longo da vida útil do produto, em seu uso pelos consumidores. **4. USO DE PESTICIDAS:** degradação do solo e lençol freático e impacto na saúde e segurança dos trabalhadores. A indústria demanda 25 milhões de toneladas de algodão por ano, o 6º maior cultivo em extensão de terra. **5. USO DE PRODUTOS QUÍMICOS:** contaminação de efluentes e corpos d'água onde são descartados, além da contaminação de corpos d'água ao longo do ciclo de vida do produto com a lavagem das peças. **6. GERAÇÃO INTENSA DE RESÍDUOS:** nas confecções, nos processos de construção e reforma de lojas e ao fim do ciclo de vida, no descarte das peças pelos consumidores. Nos Estados Unidos o descarte de roupas é responsável por 4% dos resíduos sólidos urbanos, com uma média de 18 kg por habitante*. **7. USO DE MATERIAIS NAS EMBALAGENS:** o uso de embalagens em todo o processo de logística e distribuição até que o produto chegue ao cliente final gera pegada ambiental de consumo de materiais. Embalagens plásticas, feitas a partir de combustíveis fósseis, contribuem para o agravamento das mudanças climáticas em todas as etapas desde sua produção até descarte. **8. CONSUMO DE COMBUSTÍVEIS:** a logística e distribuição dos produtos desde os fornecedores até os CDs e então para lojas e para os clientes de e-commerce gera consumo de combustíveis e, conseqüentemente, emissões de gases de efeito estufa. **9. IMPACTOS AMBIENTAIS NO USO DOS PRODUTOS:** o processo de lavagem das roupas gera, além do consumo de água, consumo de energia e emissão de gases de efeito estufa e a liberação de micro plásticos nos oceanos.

* Dados do Escritório de Resíduos Sólidos da Agência de Proteção Ambiental Americana.

NOSSAS PRÁTICAS DE MODA RESPONSÁVEL PARA MITIGAR OS IMPACTOS

1. Produção mais Limpa pág. 110
2. Fornecedores responsáveis pág. 59
- 3 e 8. Combate às mudanças climáticas pág. 99
4. Matérias-primas menos impactantes pág. 108
5. Processos menos impactantes pág. 110
6. Operações mais eficientes pág. 99 e Matérias-primas recicladas pág. 109
7. Embalagens e resíduos pág. 114
8. Emissões pág. 105
9. Conscientizar para transformar pág. 120

resultados financeiros

GRI 102-7

CONTEXTO

O ano de 2020 foi marcado pelos efeitos da Covid-19, que impactou a economia não só do Brasil, mas de todo o mundo. As restrições impostas pelo isolamento social trouxeram efeitos importantes na atividade de diversos setores, na renda das famílias e nos investimentos no país. Para minimizar estes impactos, foram lançadas políticas de incentivo fiscal e preservação de empregos, assim como medidas de auxílio à renda, que beneficiaram os setores econômicos em diferentes níveis.

Na medida em que a situação da pandemia foi melhorando e, com isso, as restrições às atividades econômicas gradativamente reduzidas, houve evolução em diferentes regiões e segmentos de negócios.

No varejo de vestuário, o fluxo nos shoppings foi gradualmente retomando aos patamares normalizados e, com isso, as vendas do segmento evoluíram sequencialmente a partir de abril, já alcançando níveis próximos ao ano anterior em outubro, conforme dados do PMC – Pesquisa Mensal do Comércio, divulgada pelo IBGE. No entanto, o aumento nos casos de Covid-19, no final do ano, trouxe novas limitações à mobilidade e, conseqüentemente, alterou esta tendência.

Com as mudanças nos hábitos de consumo provocadas pela necessidade de distanciamento social causada pela pandemia, tivemos um fluxo abaixo do normal nas lojas físicas, quando reabertas, ao longo do ano, porém com conversão e número de peças por sacolas mais elevados. Nossas vendas nos canais digitais, por sua vez, tiveram um expressivo aumento, que se manteve mesmo com a normalização da operação off-line.

Todas as ações para melhorias na experiência de compra (saiba mais na página 90), se refletiram no aumento do fluxo nas plataformas digitais, maior frequência de compras, assim como evoluções no número de clientes ativos e novos clientes.

Com isso, nosso *e-commerce* teve um novo patamar de crescimento e de relevância dentro do negócio. Nossos canais digitais representaram mais de 12% das vendas totais, com crescimento de 126,0%.

Em 2020, pelo **2º ano consecutivo, recebemos o Troféu Transparência**, premiação da ANEFAC (Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade) que reconhece a clareza, completude e transparência das demonstrações financeiras.

VAREJO

RECEITA LÍQUIDA DAS VENDAS DE MERCADORIAS

A Receita Líquida das Vendas de Mercadorias atingiu R\$ 6,7 bilhões, queda de 21,4% frente a 2019, com Vendas em Mesmas Lojas com queda de 23,9%.

CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS (CMV) E LUCRO BRUTO DA OPERAÇÃO DE VAREJO

O CMV apresentou redução de 13,6% em relação ao ano anterior, abaixo da redução da Receita Líquida de Mercadorias. Desta forma, o Lucro Bruto da Operação de Varejo foi 27,4% menor, com Margem de 51,9%, versus 56,3% em 2019. Este desempenho foi consequência do fechamento temporário das lojas, que gerou maiores níveis de remarcações no ano.

O processo de ajuste nos estoques foi iniciado em abril e, na medida em que as lojas reabrim, já ofereciam descontos, e, assim, houve melhora sequencial de margem nos trimestres.

DESPESAS OPERACIONAIS

As Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (VG&A) ficaram 4,7% abaixo dos níveis de 2019, refletindo os menores volumes vendidos, assim como os ajustes e renegociações para adaptação da operação, principalmente durante o período em que as lojas estavam temporariamente fechadas.

EBITDA AJUSTADO DE VAREJO

O EBITDA Ajustado de Varejo alcançou R\$ 1.108,5 milhões, em 2020, 29,0% menor que no ano anterior.

A Margem foi de 16,6%, versus 18,4% em 2019, consequência da menor alavancagem operacional, em função dos volumes vendidos, e da redução na Margem Bruta.

Este resultado também reflete o reconhecimento de R\$ 742,5 milhões de crédito fiscal, já mencionado. Se desconsiderado este montante, o EBITDA foi de R\$ 366,0 milhões, com Margem de 5,5%.

PRODUTOS FINANCEIROS

RESULTADO

O Resultado de Produtos Financeiros somou R\$ 81,9 milhões, versus R\$ 391,4 milhões, em 2019, em função, principalmente, das menores Receitas geradas.

A queda nas Receitas foi consequência, principalmente, dos menores patamares de carteira, gerados pelo período de lojas fechadas, assim como pelo menor uso dos cartões de crédito em geral. Adicionalmente, os descontos concedidos nas renegociações, assim como as isenções de juros no período de lojas fechadas e a redução nas taxas de financiamento também

impactaram esse desempenho. Importante mencionar que, na medida em que os volumes das carteiras foram se recompondo, houve o reflexo gradual na geração de Receitas para os períodos seguintes.

Já as Perdas Líquidas foram 8,3% maiores, em função dos maiores níveis de cobertura da carteira, de 15,6%, em 2020, ante 12,2%, em 2019, face as incertezas do cenário macroeconômico, que ocasionaram um maior nível de provisionamento. As Despesas Operacionais, por sua vez, aumentaram 13,1%, refletindo o reforço da atividade de cobrança e as despesas relacionadas às iniciativas digitais na Realize.

CARTEIRA DE CRÉDITO

A carteira total de produtos financeiros apresentou crescimento de 2,1%, nível abaixo do usual. O Private Label totalizou R\$ 1.167,6 milhões de carteira, em dezembro de 2020, 15,0% inferior ano anterior, em função do período de fechamento de lojas.

O *portfólio* do Meu Cartão, por sua vez, alcançou R\$ 2.349,6 milhões, crescimento de 13,5%, ainda que em proporção menor que o histórico, e compensou a queda no Private Label.

A redução no percentual de vencidos total foi consequência, principalmente, da melhor recuperação de crédito no Meu Cartão, que mais que compensou

o aumento no Private Label, impactado pela baixa de ativos a partir de 360 dias ante 180 anteriormente. Lembrando que, a partir de abril de 2019, as transações realizadas com o Private Label passaram a ser contabilizadas na Realize e, desta forma, o 2º semestre de 2020, principalmente, apresentou um volume de vencidos acima de 180 dias maior.

Já o nível de Perdas foi levemente maior em relação à carteira total, principalmente pelo aumento no Meu Cartão, em função do menor ritmo de crescimento, e pelo maior índice de cobertura, adequado ao cenário econômico do período.

CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Os Cartões Renner somavam 33,8 milhões de unidades em dezembro de 2020 e registraram participação de 41,4% nas vendas de mercadorias versus 43,7% em 2019, percentual menor que no ano anterior, principalmente, pela redução da participação do 0+8, reflexo do comportamento do cliente, com menor propensão ao parcelamento de compras com juros, e também mais suscetível, no contexto atual, ao pagamento à vista.

O *ticket* médio do Cartão Renner foi de R\$ 211,49, em 2020, estável em relação a 2019. Já o *ticket* médio da Companhia foi de R\$ 151,06, com redução de 2,2%.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

EBITDA AJUSTADO TOTAL: VAREJO + PRODUTOS FINANCEIROS

Para fins de comparabilidade com períodos anteriores, a Companhia passou a reportar o EBITDA ajustado também pela Depreciação e Despesa Financeira, relativas à adoção do IFRS 16, dada a similaridade com os fluxos de caixa incorridos nos contratos de aluguel. Sem este ajuste, o EBITDA foi de R\$ 1.661,2 milhões, com Margem de 24,9%.

O EBITDA Total Ajustado foi de R\$ 1.190,4 milhões, com Margem de 17,9%, apresentando redução em relação ao mesmo período de 2019. Este desempenho foi consequência do menor resultado operacional de varejo, assim como da redução no Resultado de Produtos Financeiros. Este resultado também reflete o reconhecimento do crédito fiscal, mencionado anteriormente. Se desconsiderado este montante, o EBITDA foi de R\$ 448,0 milhões, com Margem de 6,7%.

RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

O Resultado Financeiro Líquido foi positivo em R\$ 343,9 milhões, basicamente, em razão dos juros sobre créditos tributários de R\$ 560,4 milhões reconhecidos no período. Se excluído este valor, o resultado teria sido negativo em R\$ 216,5 milhões versus R\$ 184,4 milhões também negativos em 2019.

Este resultado deveu-se, principalmente, aos maiores Juros de Empréstimos, Financiamentos e *Swap*, dado o maior nível de endividamento ao longo de 2020, assim como ao aumento na Variação Monetária negativa, em função de fluxos de pagamento de comércio exterior e realização do hedge cambial.

FLUXO DE CAIXA LIVRE

O Fluxo de Caixa Operacional foi beneficiado em R\$ 1.302,9 milhões, pela recuperação de créditos da ação do PIS e da Cofins. Este montante foi neutralizado pelo aumento na linha Impostos. Desta forma, a menor geração de Fluxo de Caixa Livre foi consequência, principalmente, do menor EBITDA Ajustado no período.

ENDIVIDAMENTO/ DISPONIBILIDADES LÍQUIDAS

Em 31 de dezembro de 2020, o Endividamento Líquido da Companhia era de R\$ 712,6 milhões, aumento de 161,3% em relação à posição do mesmo período do ano anterior, devido, especialmente, à menor geração operacional de caixa no período.

LUCRO LÍQUIDO

O Lucro Líquido totalizou R\$ 1.096,3 milhões, apresentando leve crescimento de 0,9% ante 2019, com Margem de 16,5% versus 12,8% no ano anterior, em virtude da recuperação de crédito fiscal.

Desconsiderando este valor, este resultado foi de R\$ 36,6 milhões e refletiu o menor EBITDA Total gerado no período, assim como o crescimento das despesas com depreciações, consequência dos ativos fixos e investimentos realizados em períodos anteriores.

INVESTIMENTOS

Em 2020, os investimentos em ativos fixos totalizaram R\$ 544,0 milhões. Deste montante, 48,8% foram investidos em Sistemas e Equipamentos de Tecnologia e 24,8% em Centros de Distribuição, relativos à construção do novo CD em São Paulo. Ainda, 17,7% foram direcionados à abertura de 11 novas lojas, sendo 7 Renner, 2 Camicado e 2 Youcom. Os restantes 8,7% foram aplicados em reformas de unidades e outros.

Adotamos práticas de planejamento tributário sempre levando em conta o que prevê a legislação ou a jurisprudência recente.

As práticas devem ser aprovadas pelo nosso **Comitê Tributário** e, para grandes montantes, também pelo **Comitê de Auditoria**. Todas as decisões sobre práticas tributárias também devem ser amparadas por pelo menos dois pareceres externos.

CAPITAIS



ODS



RELATÓRIO ANUAL

colaboração para superar desafios



Foto: Coleção feita com algodão agroecológico produzido por comunidade do norte de Minas Gerais, apoiada pelo Instituto Lojas Renner.

jornada de cuidado

As pessoas são e sempre foram nossa prioridade. E em 2020, ano em que o mundo todo enfrentou a pandemia da Covid-19, não podia ser diferente.

Monitoramos os avanços da pandemia na Ásia desde o começo do ano, antes da Covid-19 chegar ao Brasil, por meio das nossas equipes locais, dos escritórios em Shangai e Dhaka, e dos nossos times de pesquisas de tendência, que acompanham a moda e, também, os acontecimentos que influenciam a sociedade.

Com isso, pudemos nos planejar e adaptar os processos e cuidados para preservar nossos colaboradores, clientes, fornecedores e contribuir com o apoio à sociedade.



Cuidados com clientes e colaboradores em lojas físicas.

Em meados de março, com o avanço da Covid-19 começamos a tomar decisões mais rígidas para preservar a saúde de todos: criamos um **Comitê de Crise** com os principais executivos e 35 técnicos das frentes de trabalho, relacionadas aos temas específicos impactados pela crise, e desenhamos quatro pilares de atuação e quatro fases operacionais, ancorados na valorização de todas as vidas e, na proteção às pessoas em primeiro lugar.

“A Renner reabriu gradualmente suas lojas físicas, implementando uma série de medidas de segurança e ferramentas inovadoras para receber os consumidores. Paralelamente, desenvolveu um conjunto de projetos para os canais online, acelerando seu processo de transformação digital, com foco no ambiente *omnichannel*. Iniciativas originalmente previstas para o fim de 2020 ou para 2021 foram colocadas em prática em tempo recorde e aprimoraram a experiência de compra dos nossos clientes”.

Fabiana Taccola
Diretora de Operações

PILARES DE ATUAÇÃO	Modo de segurança MARÇO A ABRIL	Voltar a andar ABRIL	Início da retomada ABRIL EM DIANTE	Voltar a VOAR
 <p>Preservação da saúde e vida</p>	<p>Fomos a primeira grande varejista a fechar todas as lojas, antes mesmo da exigência legal, nossos colaboradores administrativos também passaram a trabalhar de casa no mesmo momento e nos comprometemos a não demitir ninguém durante este período.</p>	<p>Mesmo com municípios com funcionamento liberado, acompanhamos continuamente a evolução da pandemia decidindo com cautela e precaução onde poderíamos reabrir, com cuidado com a saúde dos colaboradores e clientes, gerida por equipe médica dedicada.</p>	<p>Mesmo com 100% das lojas reabertas, colaboradores de loja do grupo de risco seguiram afastados, o retorno ao escritório não foi obrigatório e a equipe médica seguiu com os cuidados com a saúde física e psicológica do nosso time.</p>	<p>O “novo normal” acelerou a adaptação da nossa cultura à transformação digital e, ouvindo os colaboradores, iremos manter o <i>home office</i> para os colaboradores administrativos alguns dias da semana pós pandemia, apoiando seu bem-estar, qualidade de vida e eficiência.</p>
 <p>Preservação de empregos e renda na cadeia</p>	<p>Buscamos reformular pedidos que já estavam em andamento e receber os que já estavam avançados e não atrasamos pagamentos, garantindo aos nossos fornecedores que recebessem o que estava previsto. Dessa forma, se fortaleceram para atravessar a pandemia.</p>	<p>Destinamos R\$ 1,5 milhão para apoio às pequenas empresas da nossa cadeia e mobilizamos fornecedores para a produção de máscaras e EPIS o que, além de apoiar o combate à pandemia, gerou renda para apoiar a sustentabilidade dos negócios durante a crise.</p>	<p>Trabalhamos muito próximo de nossos fornecedores oferecendo apoio técnico (consultoria Sebrae) e financeiro (empréstimo próprio e via BNDES), para desenharem suas estratégias de enfrentamento da crise e manutenção dos negócios.</p>	<p>O trabalho próximo e colaborativo rendeu importantes aprendizados para uma produção mais eficiente, com menor tempo de entrega e alternativas de melhor custo-benefício.</p>
 <p>Apoio no combate à pandemia</p>	<p>Mesmo com a grande perda de receita imposta pela crise, com agilidade, já desde 23/03, mobilizamos nosso time e cadeia e conquistamos parceiros para apoiar quem estava na linha de frente do combate à pandemia, além das pessoas mais carentes e vulneráveis que precisavam de ajuda. Foram mais de R\$ 5,1 milhões de recursos distribuídos às instituições de saúde e comunidades carentes: mais de 1,7 milhão de máscaras e equipamentos de proteção produzidos e doados aos hospitais e R\$ 2,0 milhões para aquisição de suprimentos hospitalares. Para as populações vulneráveis mais de 130 toneladas de alimentos e itens de higiene, 4,8 mil agasalhos e R\$ 82,8 mil de renda mínima distribuídos. Uma grande mobilização solidária em que todos se superaram, dando todo o apoio possível aos que nos procuraram para, juntos, enfrentarmos a pandemia.</p>			
 <p>Preservação da saúde financeira</p>	<p>Reagimos de forma rápida e responsável para fortalecer a estrutura de capital, manter os empregos e dar suporte à nossa cadeia de fornecimento. Ajustamos as despesas, reforçamos o caixa, suspendemos os investimentos não urgentes em reformas e aberturas de lojas e direcionamos recursos ao avanço das soluções de transformação digital. Com disciplina e um olhar estratégico, preservamos nossa saúde financeira e damos suporte ao desenvolvimento dos outros três pilares e nos preparamos para capturar as potenciais oportunidades advindas da crise.</p>			

colaboradores

GRI 102-7

enfrentamento à pandemia

Ancorados em nossas convicções e valores, fomos a primeira grande varejista do Brasil a tomar a decisão de fechar temporariamente todas as lojas para preservar a saúde e a vida das pessoas.

Conheça a seguir as principais ações tomadas para cuidar dos nossos colaboradores.

DISTANCIAMENTO SOCIAL

Desde o dia 20/03, antes mesmo de qualquer município exigir o fechamento do comércio, 100% das nossas lojas no Brasil, Uruguai e Argentina estavam fechadas. Frente à incerteza e desconhecimento no início da pandemia, optamos por medidas que priorizassem proteger as pessoas. Com isso, também estimulamos o setor ao fazer o mesmo, articulando com entidades de lojistas, conversando com outras redes e negociando com shoppings centers, amplificando dessa forma o cuidado.

Nossos colaboradores administrativos passaram a trabalhar de suas casas, uma adaptação rápida graças aos avanços recentes de nossa transformação digital e ao piloto de *home office* iniciado no ano anterior. Já para os colaboradores dos Centros de Distribuição, que mantiveram nossa operação recebendo os pedidos de fornecedores e atendendo ao *e-commerce*, reforçamos as medidas de segurança com o acompanhamento de equipe médica dedicada e afastamos os colaboradores pertencentes aos grupos de risco.

PRESERVAÇÃO DE EMPREGOS

Também buscamos preservar empregos e nos comprometemos a não demitir. Por isso, adotamos a Medida Provisória 927/2020 (MP), que fez parte do programa do governo brasileiro para manter empregos.

Na adoção da MP, definimos que as suspensões de contrato permitidas pela Medida seriam aplicadas nos contratos que fossem compensados pelo Benefício Emergencial de Preservação do Emprego e da Renda para que, desta forma, os colaboradores ativos pudessem manter o mesmo nível de renda, mas gerando redução de despesa para a Companhia.

Também tomamos o cuidado de usar as reduções de salário de maneira cautelosa, buscando um olhar atento para que nenhum colaborador com contrato ativo tivesse redução de mais de 25% da sua renda.

Nosso Diretor Presidente, Diretores Executivos e todo o Conselho de Administração, apesar de não se enquadrarem na lei trabalhista e não se incluírem nos programas do governo, também decidiram reduzir 25% de seus recebimentos durante a pandemia, apoiando a saúde financeira da Companhia e, não menos importante, mostrando a todos os colaboradores, acionistas, fornecedores, o compromisso da liderança com a colaboração para superar os desafios.

COMUNICAÇÃO PRÓXIMA

As ações de nossa estratégia de transformação digital, iniciada em 2018, se mostraram assertivas e nos deram as ferramentas necessárias para mantermos uma cultura sólida de diálogo, trocas e eficiência.

Estávamos preparados para o trabalho a distância. Já tínhamos implantado um programa de *home office* para os colaboradores do corporativo antes da pandemia e, por isso, contávamos com a maioria do time com equipamentos portáteis e sistemas online, que permitiam o acesso às principais ferramentas de trabalho.

Com nossa rede social corporativa, o Workplace, e com a nova plataforma da Universidade Renner, continuamos conectados. Estabelecemos uma rede de informação e aprendizado constante com 100% dos colaboradores e enfrentamos os desafios que a pandemia trouxe à realidade de todos. Aprendemos sobre novas formas de trabalho e reforçamos a importância de seguirmos juntos, mesmo que fisicamente distantes (saiba mais na pág. 40).

Nos dedicamos a levar aos colaboradores informações relevantes e necessárias para o momento, sempre com transparência e agilidade, reduzindo a ansiedade frente às mudanças, solucionando as dúvidas, orientando a todos sobre

a importância de proteger a saúde, de cuidar de si e do outro.

Por meio do Workplace, promovemos *lives* com os principais executivos para atualizar os colaboradores sobre as iniciativas adotadas durante a pandemia e tirar dúvidas sobre os próximos passos do negócio. Alcançamos a marca de 6 mil acessos simultâneos aos eventos, engajando times do Brasil, Uruguai e Argentina.

Nossa comunicação priorizou a transparência e o diálogo a fim de reforçar a relação de confiança com os colaboradores, mesmo em um momento de tamanha complexidade. Os líderes foram essenciais nesse contexto e, por isso, receberam total apoio para que conduzissem a comunicação da melhor forma com os seus times.

Quando reabrimos as lojas, reforçamos todos os cuidados com higiene, orientando também nossos colaboradores sobre como protegerem-se desde a saída de casa até o retorno do trabalho.

A Universidade Renner foi uma grande parceira nessa jornada. Afinal, reuniu conteúdos adequados às necessidades dos colaboradores no momento, conectando pessoas e estimulando o aprendizado constante. Criamos trilhas e realizamos *webinars* com especialistas em bem-estar físico e mental, como *mindfulness*, exercícios em casa e culinária.

“Durante o ano de 2020 mantivemos uma estreita comunicação com os colaboradores. Estimulamos a troca de informações entre lideranças e liderados, colocamos nossa equipe médica e de G&D à disposição para esclarecimentos e ampliamos as ferramentas de integração online. Promovemos *webinars* com os executivos da Companhia, para atualizar a todos sobre as iniciativas adotadas na pandemia. Também promovemos *lives* com conteúdo direcionado ao bem-estar emocional, incluindo aulas de yoga, *mindfulness* e meditação, sempre com grande participação dos nossos times de loja”.

Clarice Costa
Diretora de Recursos Humanos

CUIDADOS COM A SAÚDE NA REABERTURA

Nos preparamos para reabrir com segurança, instalando novas estruturas para manter o distanciamento, distribuindo equipamentos de proteção e produtos para higienização, além de criarmos um comitê para analisar e cuidar da reabertura das lojas, no qual a equipe médica foi decisiva definindo quando abrir e quando fechar cada unidade.

O retorno dos colaboradores às atividades presenciais foi voluntário e todos que se autodeclararam como grupo de risco, se mantiveram afastados das atividades presenciais e, ao mesmo tempo, acolhidos.



Cuidados com clientes e colaboradores em lojas físicas.

Instruímos os colaboradores para novos procedimentos, reforçando a importância do cuidado em outras situações fora do ambiente de trabalho, e conversamos muito, com escuta aberta, para dar apoio emocional e psicológico, cuidando da saúde de todos os colaboradores e de suas famílias.

Para isso, também criamos *squads* e comitês para assuntos específicos, a fim de propor iniciativas que pudessem ser rapidamente implementadas, causando impacto direto no bem-estar dos colaboradores.



Colaboradora Joriane em uma de nossas unidades.

atração de talentos

Mesmo frente ao cenário de desafios de 2020, tivemos grandes avanços, tanto na atração de novos talentos com as competências e conhecimentos necessários à nossa estratégia de crescimento, quanto no desenvolvimento dos nossos profissionais.

Conheça a seguir as principais iniciativas em 2020.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO RECRUTAMENTO

Seguimos investindo na Gupy, plataforma de gestão de processos de recrutamento e seleção com base em inteligência artificial e *machine learning* que cruzam e combinam as demandas das oportunidades de trabalho com os perfis de candidatos inscritos na plataforma.

Através da inteligência artificial, a ferramenta consegue identificar não só a aderência dos profissionais à cultura da Companhia, como mensurar a adequação da capacidade técnica e competências do candidato para a vaga pretendida.

Através da gamificação e de testes específicos, a plataforma reduz o tempo de avaliação dos candidatos e garante assertividade na seleção, encontrando profissionais alinhados à oportunidade e ao propósito da Lojas Renner S.A. com maior agilidade. Além disso, a plataforma se preocupa com a qualidade da experiência do usuário.

Na página da Lojas Renner S.A. o candidato consegue visualizar as etapas e tem acesso aos retornos do processo seletivo de forma ágil e transparente.



Além das nossas páginas dedicadas no Facebook e no LinkedIn, lançamos o **Instagram de carreiras (@rennersacarreiras)**, mais um canal de relacionamento com os talentos do mercado.

PROGRAMA CIRCUITO

Lançado em 2019, o “Programa Circuito – Grandes talentos circulam por aqui” nos aproxima do ecossistema de Educação e Inovação, no Brasil e no exterior, garantindo a atração e o desenvolvimento de talentos por meio de uma agenda contínua de encontros com os parceiros para troca de conhecimento, sobre novas competências e *skills* essenciais às carreiras do futuro, e para colaboração que gera valor ao setor e a sociedade.

O DNA do programa é a colaboração e, por isso, sua governança é compartilhada, já que unimos profissionais de diversas áreas da Companhia para juntos, tomarem as decisões. Já somos mais de 60 Circuitadores na Lojas Renner S.A. e mais de 250 talentos internos e externos conectados no ecossistema do Circuito.

Já somamos mais de 200 horas de troca de conhecimento e, no ano, o Circuito propôs desafios, *hackathons* e maratonas conectados à nossa estratégia de negócio e desenvolveu parcerias para troca com Labs (laboratórios), universidades e instituições de referência, sendo os principais:

HACKATHON DO BEM

Maratona 100% online, em parceria com o Instituto Lojas Renner, que selecionou grupos para encontros diários, mentorias e ferramentas exclusivas para prototiparem uma solução, relacionada ao desafio “Covid-19: Como conectar os hospitais com a rede de saúde e suas cadeias de fornecedores, possibilitando uma melhor gestão de estoques e otimização do *lead time* de produtos e serviços?”.

SUPPLY CHALLENGE

Projeto de mentoria com foco em desenvolver soluções de gestão para superação e avanço dos pequenos fornecedores de nossa cadeia pós-Covid-19. O projeto contou com líderes da Lojas Renner S.A. como mentores e trilhas de conteúdo para desenvolvimento com foco em *supply*, projetos e inovação.

CIRCUITO ACELERA

Frente que incentiva o desenvolvimento de ideias a partir de MVPs (sigla em inglês para Produto Viável Mínimo), e que são aceleradas no formato de *bootcamp* (treinamento intensivo), além de aproximar times de profissionais da Renner com alunos de universidades. Os projetos são construídos buscando soluções para desafios do negócio, de forma colaborativa e inovadora. Em 2020, mais de 70 pessoas foram impactadas diretamente por esta iniciativa.

MARATONAS DE INOVAÇÃO

Desafios relacionados ao negócio envolvendo o ecossistema interno e externo para criação de soluções ágeis e inovadoras.

EVENTOS

Por meio do Circuito estamos presentes em eventos relevantes sobre o setor e os desafios do negócio, principalmente os promovidos por universidades e Labs, colaborando para o avanço do conhecimento e nos aproximando de talentos relevantes à nossa estratégia.



Ao todo já tivemos mais de 2.800 pessoas impactadas pelo Circuito.

desenvolvimento

Para a Lojas Renner S.A., o desenvolvimento pessoal e profissional e a construção da carreira de maneira compartilhada é mais rica, representativa e relevante.

Por isso, estamos sempre comprometidos a abrir os caminhos e as oportunidades para o desenvolvimento e progressão de carreiras e dar aos colaboradores ferramentas para que conheçam esses caminhos, desenvolvam seus talentos e vulnerabilidades e, assim, possam trilhar uma trajetória de evolução. Apresentamos a seguir os principais programas e iniciativas nesse sentido.

Em 2020 fomos reconhecidos como:



Empresa Mais Incrível em Educação Corporativa

pelo Prêmio Lugares Incríveis para Trabalho

4ª entre



As Melhores na Gestão de Pessoas 2020

do ranking Valor Carreira na categoria acima de 17 mil colaboradores.

DESENVOLVIMENTO DE LIDERANÇAS

Contamos com programas de desenvolvimento de lideranças para acelerar a progressão de carreira dos nossos colaboradores e garantir a preparação de líderes para acompanhar nosso intenso ritmo de expansão.

O processo se inicia com a identificação de quem são os "altos potenciais" nos comitês de calibragem do 9box, a partir do cruzamento do resultado das avaliações de competência, do alcance de metas e da análise de potencial. A partir da identificação dos "altos potenciais", realizamos reuniões para construirmos os mapas de sucessão que posteriormente serão validados no Comitê de Sucessão da Diretoria.

Após validação do mapa, criamos planos estruturados para acelerar a prontidão, oferecendo aos líderes processos de *coaching*, *mentoring*, *job rotation* e cursos externos, nacionais e internacionais.

Desde 1992, contamos com um programa de *trainee*, aberto para candidatos externos e internos, que desenvolve e capacita futuras lideranças, que se identificam com nosso negócio, filosofia e cultura. O foco do programa é a formação de supervisores e gerentes para as lojas, *planners*, *buyers* e designers para área de produto.

A cadeia mais alta de liderança da Companhia é um reflexo do sucesso do Programa. Hoje ela é ocupada por nosso Diretor Presidente, Fabio Faccio, que, há 21 anos, era *trainee* da Renner.

Temos a meta de ter 100% das posições de alta liderança (a partir de Gerente Sênior) com sucessores mapeados e com prontidão imediata, todo o nível gerencial da empresa tem entre suas metas a formação de sucessores. Em 2020, a meta foi alcançada.

"Ter um time talentoso e engajado com o propósito da Companhia, e que traz a todo momento soluções inovadoras, é muito positivo. 2020 foi um ano difícil, mas também gratificante por vermos a reação rápida das nossas equipes".

Fabio Faccio
Diretor Presidente da
Lojas Renner S.A.

EDUCAÇÃO CORPORATIVA

UNIVERSIDADE RENNER 4.0

O modelo de competências e as estratégias do negócio são os norteadores do nosso plano corporativo de desenvolvimento que é colocado em prática pela Universidade Renner (UR), por meio de trilhas de desenvolvimento e treinamentos presenciais e virtuais. Frente ao ciclo estratégico de transformação digital do negócio, a UR tem sido um instrumento fundamental para desenvolver competências e conhecimentos para acelerar nossa mudança de *mindset*.

Com o lançamento da nova plataforma da UR em 2020, ano que completa 20 anos, renovamos nosso conceito de aprendizagem e alcançamos importantes avanços tecnológicos por meio de uma ferramenta mais moderna, interativa e colaborativa, potencializando nossa rede de experiências de aprendizado.

Assim, nossos colaboradores continuam se desenvolvendo onde e quando eles quiserem. Conheça mais sobre essa nova experiência:

- Em 2020 aderimos à plataforma **Degreeed**, na qual todas as pessoas têm acesso a uma biblioteca de conteúdos – textos, vídeos, *podcasts* – de plataformas do mundo inteiro, além de poderem compartilhar conhecimento, criar grupos de discussão e seguir outras pessoas de seu interesse;
- O colaborador agora também tem a oportunidade de contribuir com a **UR** com autonomia, ou seja, um colaborador que assistiu uma TED Talk super interessante sobre ciclo de vida do produto agora pode conectar esse conteúdo na plataforma, que ficará acessível a todos;
- A nova UR é uma **Rede Social de Aprendizagem**, onde os colaboradores podem recomendar e curtir conteúdos, debater assuntos e seguir *influencers* de temas específicos - colaboradores que são referência em uma área de conhecimento, proporcionando uma nova experiência de aprendizado;
- Também lançamos a **UR News**, passando a falar com nosso time sobre os conteúdos disponíveis e possibilidades de uso da UR, engajando os colaboradores no acesso;
- Mudamos o conceito de aprendizagem para o desenvolvimento dos colaboradores. Antes, a UR contava com trilhas sob medida para atender os critérios do PDI e agora o colaborador tem total autonomia sobre seu processo de aprendizagem e desenvolvimento, controlando e definindo suas próprias trilhas, com o apoio de inteligência artificial que faz a recomendação personalizada com base no PDI de cada um.

ESTÁGIO CORPORATIVO

Em 2020, iniciamos nossa primeira turma de Estágio S.A., um programa de estágio corporativo, com uma trilha de desenvolvimento 100% personalizada abordando Nossa Cultura, negócios, *soft* e *hard skills*, permitindo que ao final do programa de um ano, todos nossos estagiários tenham uma visão sistêmica e corporativa bem desenvolvidas.

Ao final do ciclo, realizamos uma *hackathon*, trazendo problemas macro de todos os negócios (Renner, Camicado, Youcom e Realize), para que nossos estagiários desenvolvessem uma solução em 3 dias.

Incentivamos o **desenvolvimento dos nossos colaboradores** por meio de parcerias com dezenas de instituições de ensino, que proporcionam descontos de até 50% em cursos de graduação, pós-graduação e extensão.

PLANEJAMENTO DE CARREIRA

Proporcionamos a todos os colaboradores um ciclo de carreira que conta com processos estruturados e consolidados para identificar, desenvolver e acompanhar nossos talentos.

O ciclo de planejamento de carreira se inicia com a avaliação de competências, importante momento de promover e ampliar conversas sobre desempenho e desenvolvimento, de maneira a reconhecer competências, realizações, planejar oportunidades de aprendizado e avanço de carreira.

A avaliação deve ser feita semestralmente por 100%* dos colaboradores, inclusive os estagiários, e anualmente por toda a liderança.

O processo começa com a auto avaliação, realizada no portal de carreira, e é pré-requisito para avançar para a próxima fase, que prevê que seu gestor imediato faça uma avaliação.

Ao final da avaliação existe um momento formal de feedback e conversa de carreira, onde, a partir de

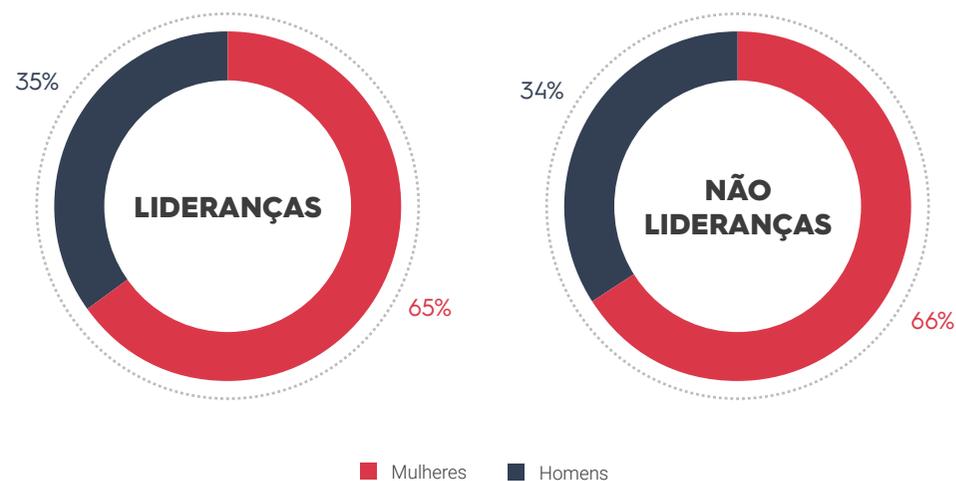
então, se constroem coletivamente – com o colaborador e o seu líder - o Plano de Desenvolvimento Individual (PDI), com foco nos objetivos de carreira e nas necessidades de desenvolvimento individuais atuais. O PDI é estruturado com base na metodologia 70/20/10, onde 70% das ações são aprendendo na prática, 20% aprendendo na interação com os outros e 10% aprendendo através de ações formais como cursos, treinamentos e leituras.

Desde 2019, a avaliação de competências e o PDI passaram a ser *mobile*, como parte do nosso ciclo digital, garantindo facilidade, agilidade, conveniência, permitindo o acompanhamento e ajustes do PDI ao longo do ano.

Também lançamos uma nova plataforma para o PDI que conta com inteligência artificial que cruza as necessidades elencadas com os conteúdos da Universidade Renner e, por fim, aponta uma curadoria de cursos e treinamentos alinhados ao PDI de cada colaborador. Além disso, o colaborador pode adicionar pessoas de referência, mentores e grupos ao seu PDI (*social learning*).

COLABORADORES QUE REALIZARAM A AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO EM 2020 POR GÊNERO E CARGO

GRI 404-3



Nossos colaboradores contam com um sistema online de carreira e desenvolvimento em que podem acessar seus PDIs, com orientações e ferramentas de acompanhamento e gestão das ações planejadas para desenvolvimento de carreira.

Além disso, no nosso Portal de Carreira, o profissional pode preencher seu currículo interno com seus interesses de carreira, formação e ambições, o que gera mais oportunidades de mobilidade e avanços no recrutamento interno.

* Em 2020, 93% dos colaboradores aderiram e realizaram a avaliação.

ENGAJAMENTO

Conduzimos uma gestão ativa do alinhamento e engajamento dos colaboradores com nossa cultura corporativa, fator essencial para estimular tanto o desenvolvimento de carreira de nossos profissionais como a retenção de talentos. Para isso, contamos com fóruns importantes de alinhamento estratégico e cultural, além da rotina contínua de comunicação.

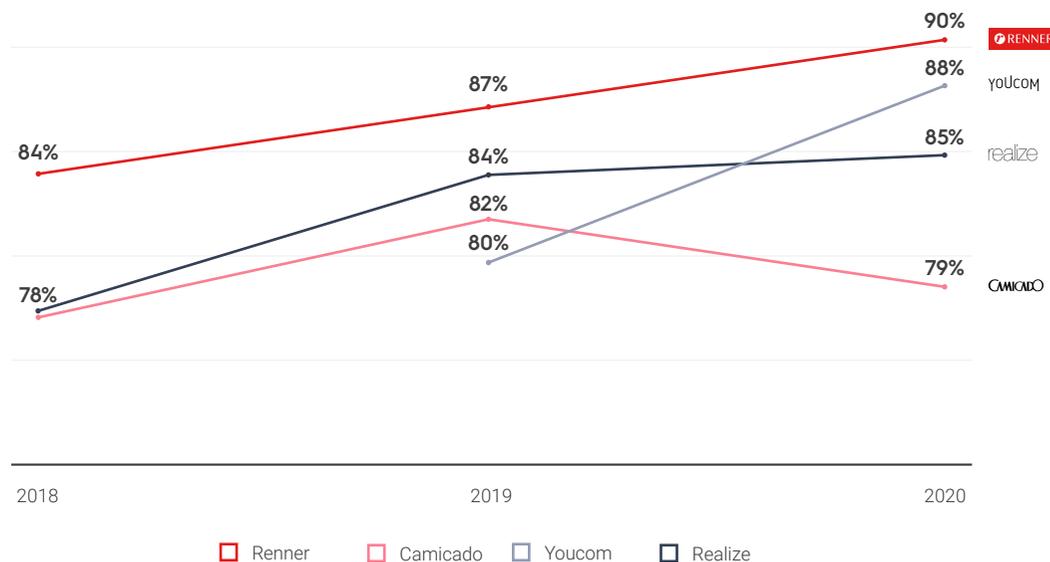
Há 19 anos promovemos nossa Convenção de Líderes anualmente, que reúne de gerentes a diretores e trabalha conteúdos estratégicos para o desenvolvimento, a integração dos executivos, o fortalecimento da cultura organizacional e a disseminação dos direcionadores estratégicos da Companhia. Após a Convenção os executivos aprofundam o conteúdo junto aos demais gerentes

no evento de Desdobramento e, então, os gerentes e líderes sêniores compartilham com coordenadores e especialistas o mesmo conteúdo.

Para alcançar todos os colaboradores e reforçar nosso propósito de encantamento, há mais de 20 anos também promovemos o Magia Renner, alinhado aos conceitos já da Convenção, considerado um dos pilares de sustentação da filosofia e da cultura corporativa por promover total integração entre os diferentes níveis da empresa.

Anualmente, realizamos a pesquisa de engajamento voluntária e anônima, junto a todos os colaboradores Lojas Renner S.A. Em 2020 a adesão à pesquisa foi de 86% e a média de engajamento foi de 89%, nível acima do varejo e superior à nossa meta de 85% de engajamento para 2020.

ENGAJAMENTO



Temas com melhor resultado
Gestão da Mudança: 94%
Marca: 91%
Foco nos Clientes: 91%

Principais desafios
Remuneração e Benefícios: 71%
Qualidade de Vida: 74%
Colegas de Trabalho: 82%

Na pág. 120, apresentamos também os programas para estimular o engajamento dos nossos colaboradores com a Moda Responsável.

diversidade e inclusão

EQUIDADE DE GÊNERO

Construímos ao longo da nossa história um ambiente de reparação da desigualdade de gênero na sociedade: as mulheres têm a mesma oportunidade, a mesma voz, o mesmo espaço. E é por isso que fazemos tão bem na prática o que levamos como propósito: **encantar a todos**.

Somos uma empresa de alma feminina. E isso se reflete não só no contato com nossas clientes, mas também no ambiente interno do nosso negócio. Do total de colaboradores Lojas Renner S.A. 65% são mulheres. Quando olhamos apenas os cargos de liderança, também mantemos a participação de mulheres em 65%, o que comprova que as oportunidades de crescimento não têm diferenciação de gênero. Na alta administração, das 5 diretorias estatutárias, 2 são ocupadas por mulheres: a nossa diretora de Operações, Fabiana Taccola e a nossa diretora de G&D, Clarice Costa.



Em 2020, demos início ao **Plural**, programa que está orientando a nossa estratégia de diversidade e inclusão tanto em relação aos nossos colaboradores quanto em relação à sociedade.

O início do Plural envolveu uma mentoria conduzida por consultoria especializada, junto de um grupo de trabalho de colaboradores representantes dos diferentes negócios, áreas e perfis de diversidade.

Ao longo de 2021 iremos desdobrar o *roadmap* de diversidade a ser trabalhado pelo Plural nos próximos anos.

Saiba mais sobre o programa na pág. 86.

“A Lojas Renner sempre valorizou a diversidade em seus diferentes aspectos, com especial atenção à equidade de gênero. Mas sabemos que podemos avançar ainda mais em direção ao nosso propósito: encantar a **todos** é a nossa realização! Temos a oportunidade de evoluir e, para isso, estamos acelerando projetos e desenvolvendo novas iniciativas. Quanto mais diversa uma empresa, melhor ela é”.

Fabio Faccio
Diretor Presidente da Lojas Renner S.A.

Monitoramos dois indicadores relevantes para a promoção da equidade de gênero no mercado de trabalho, de maneira a, continuamente, evoluir no empoderamento das mulheres e na promoção de condições igualitárias.

LICENÇA MATERNIDADE

GRI 401-3, 405-2

695 Licenças encerradas até 2020



Taxa de retorno **99,4%**

631 Colaboradoras que em 2020 completaram 12 meses desde seu retorno de licença



Taxa de retenção após 12 meses **46,3%**

RELAÇÃO ENTRE A REMUNERAÇÃO DE MULHERES/HOMENS

ALTA LIDERANÇA A PARTIR DE GERENTE SÊNIOR

0,78 considerando salário base

LIDERANÇA ABAIXO DE GERENTE SÊNIOR

0,87 considerando salário base

0,72 considerando salário base + *ticket* médio de benefícios

NÃO LIDERANÇA

0,92 considerando salário base

INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Desde 2011, contamos com o Programa Somar, que trabalha a efetiva inclusão das pessoas com deficiência na Companhia por meio da conscientização e engajamento das lideranças e equipes, de ações para tornar os ambientes e atividades inclusivos para esses profissionais e do acompanhamento de sua integração.

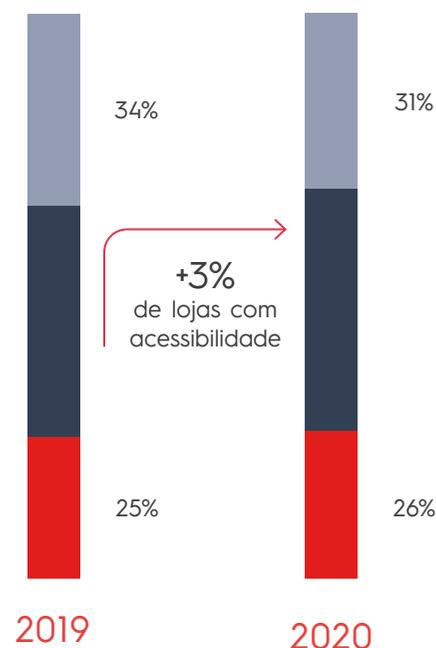
A partir de 2015, também passamos a desenvolver o Projeto de Inclusão para adequação de lojas à acessibilidade de pessoas com deficiência, com premissas em linha com a NBR 9050, que trata de acessibilidade das edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.

Ao todo, ao final de 2020 contávamos com 1.012 colaboradores com deficiência, um total de 4,09% do nosso quadro.



Em 2020 lançamos uma **coleção especial de lingerie funcional** para oferecer mais praticidade e autonomia às mulheres com mobilidade reduzida. Saiba mais na pág. 124.

ACESSIBILIDADE DAS LOJAS DA RENNER EM 2020 (%)



■ Total
■ Parcial
■ Não acessíveis

indicadores complementares

PERFIL DOS COLABORADORES

GRI 102-7, 102-8

24.757

colaboradores

Até 2019, monitorávamos o perfil de diversidade de nossos colaboradores por meio dos dados oficiais de registro e, a partir de 2020, passamos a acompanhar também a autodeclaração dos colaboradores na pesquisa de engajamento, permitindo uma visão mais atualizada do nosso quadro.

Conheça a seguir os indicadores:

Distribuição Regional	Total	%
Brasil	23.951	96,8%
Norte	935	3,8%
Nordeste	2.721	11,0%
Centro-Oeste	1.552	6,3%
Sudeste	11.141	45,0%
Sul	7.602	30,7%
Uruguai	520	2,1%
Argentina	224	0,9%
China	56	0,2%
Bangladesh	6	0,02%

Gênero	Total	%
Mulheres	16.041	64,8%
Homens	8.716	35,2%

Faixa Etária	Total	%
Até 29 anos	14.255	57,6%
Entre 30 e 50 anos	9.688	39,1%
Mais que 50	814	3,3%

Raça	Total	%
Amarela	137	0,6%
Branca	13.132	53,0%
Indígena	25	0,1%
Negra	6.783	27,4%
Parda	4.881	18,1%
Preta	2.302	9,3%
Não informada	4.680	18,9%

Cargo	Total	%
Lideranças	2.568	10,4%
Demais colaboradores	22.189	89,6%

Carga Horária	Total	%
Período integral	23.228	93,8%
Parcial	1.529	6,2%

Tipo de Contrato	Total	%
Tempo indeterminado	23.692	95,7%
Determinado	1.007	4,1%
Estagiários	58	0,2%

DADOS OFICIAIS DE REGISTRO DOS COLABORADORES

GRI 405-1

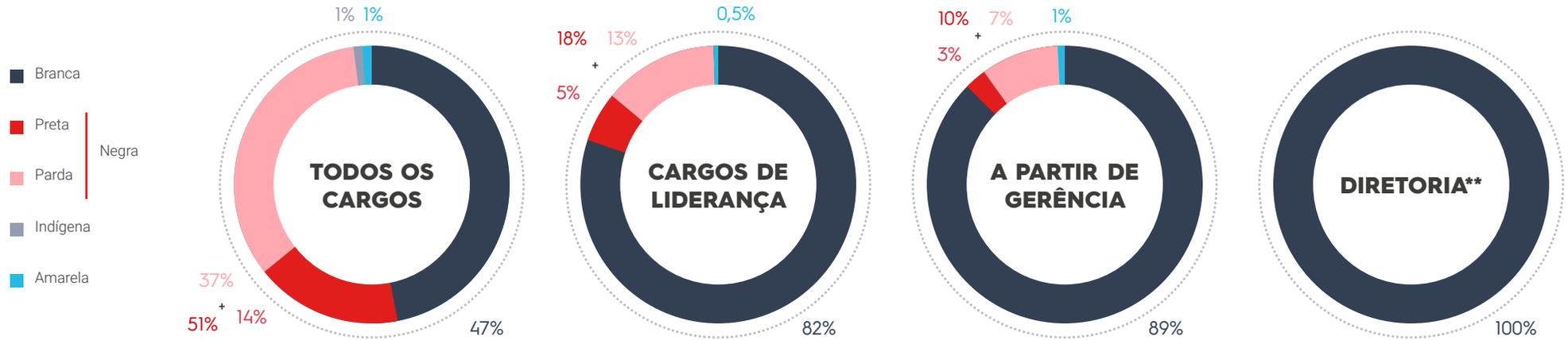
Perfil de diversidade por cargo	Lideranças							Demais colaboradores
	Conselho	Diretoria	Perfil de senioridade			Perfil de atuação**	Média	
			Sênior	Pleno	Júnior	Cargos geradores de receita		
Gênero								
Mulheres	25,0%	28,6%*	46,0%	63,9%	66,4%	67,8%	64%	64,8%
Homens	75,0%	71,4%	54,0%	36,1%	33,6%	32,2%	36,0%	35,2%
Idade								
Até 29 anos	0,0%	0,0%			20,9%			61,8%
Entre 30 e 49 anos	16,7%	61,9%			76,6%			34,3%
50 anos ou mais	83,3%	38,1%			2,5%			3,9%
Raça								
Amarela	0,0%	0,0%	0,9%	0,5%	0,4%	0,5%	0,6%	0,6%
Branca	91,7%	100,0%	87,6%	84,3%	69,2%	75,5%	76,7%	50,3%
Indígena	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Negra	0,0%	0,0%	1,8%	10,0%	24,8%	19,9%	17,3%	28,6%
Parda	0,0%	0,0%	1,8%	7,6%	16,8%	14,4%	5,2%	18,8%
Preta	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	8,0%	5,5%	12,1%	9,8%
Não informada	8,3%	0,0%	9,7%	5,2%	5,6%	4,1%	5,4%	20,4%

* Considerando toda a diretoria executiva. Se considerarmos somente a diretoria estatutária, o percentual de mulheres é de 40,0%.

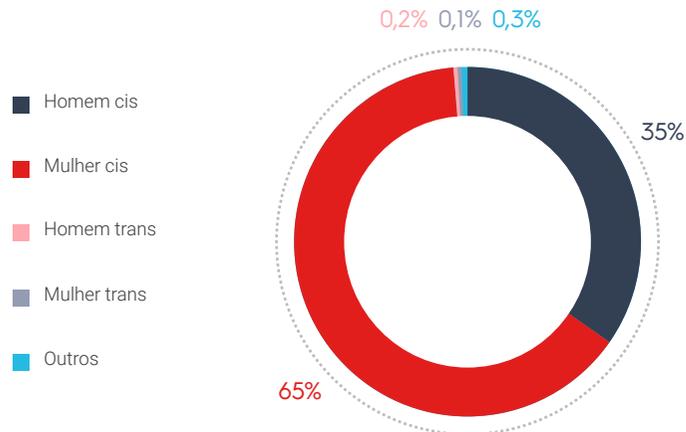
** O total de mulheres em cargos STEM (sigla em inglês para Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática) é de 31,8%.

DADOS COMPLEMENTARES AUTODECLARADOS NA PESQUISA DE ENGAJAMENTO*

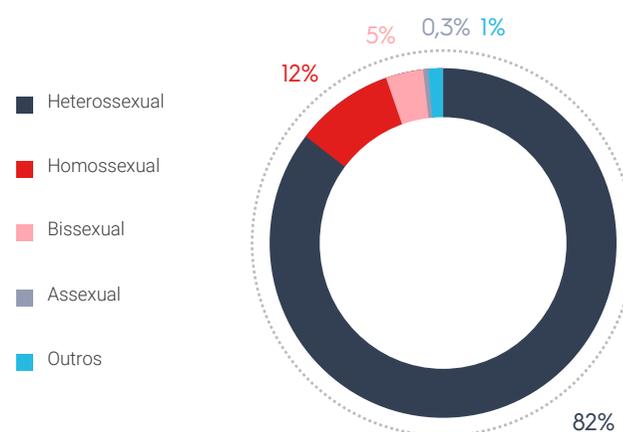
Colaboradores por raça:



Colaboradores por identidade de gênero:



Colaboradores por orientação sexual:



*Adesão à pesquisa de 86% do total de colaboradores.
**Estatutária e não estatutária.

ROTATIVIDADE

Por gênero	Contratações	Taxa de contratações*	Desligamentos	Taxa de desligamentos (turnover)**
Mulheres	4.702	29,3%	4.729	29,5%
Homens	2.913	33,4%	2.734	31,4%
Por idade				
Até 29 anos	5.813	40,8%	5.343	55,9%
Entre 30 e 49 anos	1.745	18,2%	2.008	14,1%
50 anos ou mais	57	6,1%	112	12,0%
Por país				
Brasil	7.378	30,8%	7.342	30,7%
Uruguai	200	38,5%	70	13,5%
Argentina	26	11,6%	51	22,8%
China	10	17,9%	0	0,0%
Bangladesh	1	16,7%	0	0,0%
Geral				
Lojas Renner S.A.	7.615	30,8%	7.463	30,1%

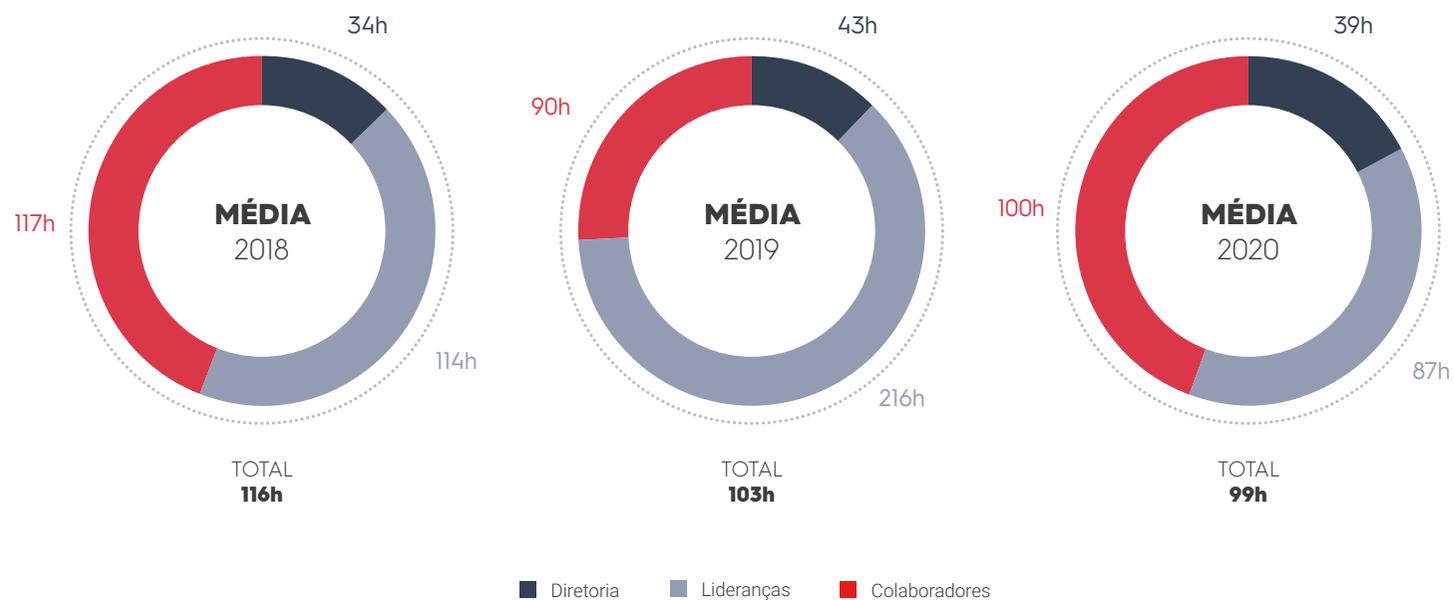
* Nossa taxa de recrutamento interno no ano foi de 47%.

** O turnover considera percentual de desligamentos em relação ao quadro ativo total de cada categoria apresentada. Considerando essa metodologia é natural os percentuais não somarem 100% nas categorias. Nossa taxa de turnover voluntário foi de 16,3%.

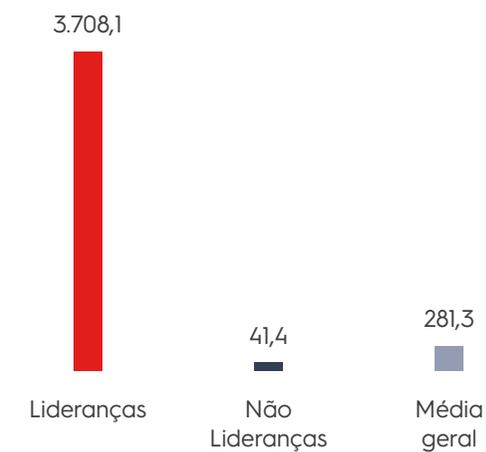
INDICADORES DE TREINAMENTO

GRI 404-1

HORAS DE TREINAMENTO POR COLABORADOR



MÉDIA DE INVESTIMENTO EM TREINAMENTO POR COLABORADOR NO ANO:



O volume de horas de treinamentos em 2020 diminuiu por conta do período de fechamento das lojas, que impactou os treinamentos dos colaboradores de loja.

SAÚDE E SEGURANÇA

Proporcionamos aos nossos colaboradores locais de trabalho seguros e saudáveis, por meio do cumprimento de leis relativas à medicina e à segurança do trabalho, com uma equipe dedicada à gestão do tema e um conjunto de normas e políticas estruturadas:

- Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO)
- Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA)
- Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA)
- Análise Ergonômica do Trabalho (AET)



Cuidado com colaboradores em nossos escritórios.

Também estimulamos e conscientizamos nossos colaboradores a adotarem atitudes responsáveis no cumprimento de leis e normas internas relativas à medicina e à segurança do trabalho, atuando de forma preventiva e promovendo um ambiente de trabalho seguro, saudável e de qualidade, buscando a melhoria contínua.

Adicionalmente ao atendimento às normas, temos um programa de saúde e bem-estar que promove nossa semana do bem-estar todos os anos, que acompanha, acolhe e orienta os colaboradores com doenças crônicas, colaboradores afastados para a previdência social e colaboradores em tratamento de câncer, garantindo todo o apoio necessário para superação e promoção da saúde.

Em 2020, outro foco importante foi a criação e o monitoramento da aplicação do protocolo de prevenção da Covid-19, seguindo as recomendações do Ministério da Saúde e da Organização Mundial da Saúde (OMS), além do acompanhamento e acolhimento dos colaboradores que contraíram a Covid-19.

INDICADORES*

Não houve nenhum óbito ou caso de doença ocupacional de colaboradores ao longo de 2020.

Ano	Total de acidentes	Taxa de frequência de acidentes com afastamento
2017	52	1,2
2018	70	1,4
2019	79	1,4
2020	48	0,9

* Taxa de frequência = (Número de acidentes com afastamento) / (Total de horas trabalhadas no período contábil) x 1.000.000.

forneecedores

GRI 102-9, 102-10, 103-1, 103-2, 103-3

enfrentamento à pandemia

GRI 102-10

Nossa preocupação com as pessoas se estendeu para nossa rede de parceiros. Nos aproximamos ainda mais dos nossos fornecedores para que, juntos, pudéssemos construir soluções e amenizar os impactos da crise.

TRABALHO PRÓXIMO

Para apoiar a sustentação da nossa cadeia de fornecedores, honramos os valores e prazos de pagamentos já acordados e trabalhamos de maneira muito próxima dos Fornecedores de Revenda, buscando replanejar os pedidos que estavam em andamento, adaptando coleções e redesenhando produtos para contar novas histórias, remontando, juntos, o quebra-cabeças.

Também mobilizamos nossa cadeia para a produção das máscaras e outros equipamentos de segurança e higiene doados às populações vulneráveis e instituições de saúde na linha de frente do combate à pandemia (saiba mais na pág. 76), o que, além de apoiar a sociedade, garantiu a entrada de recursos financeiros na cadeia de fornecedores, ajudando a preservar empresas e empregos. Alguns parceiros, inclusive, estenderam o ciclo virtuoso de responsabilidade social e produziram os equipamentos renunciando ao seu lucro.

Com essas iniciativas, apoiamos a segurança financeira da nossa cadeia, nos mantivemos preparados para a retomada com estoques adequados às necessidades dos clientes e capturamos mais conhecimento e expertise dos fornecedores, um aprendizado que nos permitiu melhorar nossos processos de maneira permanente.

Na retomada, com as empresas da cadeia produtiva do setor com grandes volumes de pedidos e algumas perdas em capacidade produtiva, colhemos o fruto da solidez e proximidades de nossas parcerias com os fornecedores, conseguindo garantir nossa produção em equilíbrio.

“Tivemos que nos adaptar de forma muito colaborativa e rápida para continuar encantando. Planejamos, desenvolvemos, compramos e colocamos no ponto de venda novas coleções, que resultaram na diversificação do sortimento, *lifestyles*, cores e estampas. Para isso, a nossa atuação foi sempre em parceria entre o fornecedor e os times internos”.

Avani Cristiane Queiroz Viana
Diretora de Produto

“Tivemos um ano dinâmico em cima de uma previsibilidade muito baixa. Foi como dirigir um carro no escuro. A parte boa é que aceleramos nosso trabalho e conhecimento do mundo digital, *e-commerce*, e com isso, muitas coisas evoluíram e vieram para ficar”.

Leonardo Costa Vieira
Diretor de Produto

APOIO FINANCEIRO

Também buscamos ajudar a nossa cadeia por meio de apoio financeiro. Destinamos para pequenas empresas, de até 50 colaboradores, R\$ 1,5 milhão de fundo próprio, que era reservado ao investimento e desenvolvimento das empresas da nossa cadeia. As empresas passaram por uma cuidadosa avaliação, levando em consideração, entre outros:

- Alta vulnerabilidade financeira
- Atendimento a mais de um fornecedor
- Quadro de funcionários entre 10 e 50 pessoas
- Não ter histórico de não conformidades graves

A iniciativa teve como objetivo auxiliar a manutenção dos empregos e a estrutura dessas empresas, chegando a impactar cerca de 2 mil pessoas.

Estas empresas contaram com a ajuda de consultorias do Sebrae para garantir a gestão financeira e a perenidade dos negócios (veja mais detalhes a seguir).

Além disso, mediamos operação de crédito junto ao BNDES, sendo a garantidora dos empréstimos de nossos fornecedores, permitindo a liberação de R\$ 87 milhões às empresas.

Mantivemos as taxas de juros das nossas operações de antecipação de recebíveis e concedemos R\$ 209,3 milhões aos fornecedores que aderiram a essa opção de levantamento de recursos.

Com todas essas iniciativas, pudemos direcionar cerca de R\$ 300 milhões à nossa cadeia, apoiando empresas e suas cadeias, que empregam milhares de pessoas.

APOIO NO GERENCIAMENTO DE CRISE

Nos unimos ao Sebrae para apoiar micro e pequenas empresas da nossa cadeia produtiva proporcionando, de maneira gratuita, um conjunto de consultorias para gerenciamento de crise e gestão financeira. Foram impactados cerca de 170 pequenos negócios de seis estados brasileiros (Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais).

As consultorias foram oferecidas ao longo de dois meses, customizadas para a realidade de cada empresa, com 12 horas de atendimento em seis encontros virtuais, abordando temas como: gestão financeira, gestão de crise, linhas de crédito disponíveis no mercado e dispositivos do governo e outras ações para o enfrentamento à pandemia.

Também preparamos cartilhas e orientações sobre recursos e linhas de crédito disponíveis pelo BNDES, e informações sobre as Medidas Provisórias decretadas pelo governo para o enfrentamento à crise.

Com isso, buscamos dar clareza aos empresários do setor, afetados pela queda no faturamento, para a tomada de decisão e redirecionamento do negócio, voltados à gestão e sobrevivência das empresas e dos empregos.

“Tivemos muita preocupação com nossos colaboradores e nossa cadeia de fornecedores, tendo o cuidado de manter a produção e os pagamentos, além de desenvolver um programa de crédito com fornecedores. Estamos trazendo os parceiros cada vez mais para dentro do nosso negócio. A crise potencializou essa aproximação: tivemos que fazer um rearranjo dos pedidos através de novas coleções, construindo as novas entregas em cima do que já existia”.

Cláudio Gustavo Barone
Diretor Youcom

“Apoiamos um projeto do BNDES que destinou R\$ 87 milhões para fornecedores em um período de 2 a 5 anos. Mesmo neste período de retomada, a situação ainda é desafiadora, por isso este programa (do BNDES) se mostra essencial. Como empresa-âncora, atuando como avalista, a Lojas Renner está colaborando para que este recurso chegue aos fornecedores que mais precisam de auxílio neste momento. Nós sempre tivemos uma relação próxima e sólida com os nossos parceiros e, durante a pandemia, ampliamos as medidas de suporte direcionadas a eles”.

Henry Costa
Diretor de Produto

fornecedores responsáveis

GRI AF1, AF6, AF7, 102-12, 308-1, 308-2, 410-1, 414-1, 414-2

PRINCÍPIOS E GESTÃO CONSISTENTES

Como varejista, o engajamento, monitoramento e desenvolvimento da cadeia de fornecimento é uma diretriz fundamental em nossa estratégia de sustentabilidade. Neste sentido, em nosso plano de Moda Responsável (saiba mais na pág. 14) um dos quatro pilares estratégicos de atuação é o de Fornecedores Responsáveis, que busca criar valor a partir da promoção do respeito ao meio ambiente, aos direitos humanos e trabalhistas na cadeia de fornecedores, mitigando riscos e impactos negativos e potencializando nosso impacto positivo na construção de uma cadeia de fornecimento ética, responsável e, a cada dia, mais sustentável.

A gestão dos fornecedores se baseia nas melhores práticas estabelecidas por referências internacionais amplamente legitimadas e reconhecidas e nas políticas formais da Lojas Renner S.A., que determinam as condutas a serem observadas por todos os fornecedores em suas operações, em relação à proteção dos direitos humanos e trabalhistas, à promoção da ética e combate à corrupção e à preservação ambiental.

POLÍTICAS LOJAS RENNER S.A.

Código de Conduta para Fornecedores

Realizado de forma participativa, com representantes de diversas áreas de nossa Companhia, este código é um guia corporativo que tem por finalidade esclarecer e formalizar um conjunto de diretrizes que apontam o caminho que queremos trilhar com nossos fornecedores de produtos e/ou serviços.

Política de Sustentabilidade

Apresenta o compromisso da Lojas Renner S.A. com o desenvolvimento sustentável, orientando a gestão, os valores e o posicionamento da Companhia e toda sua cadeia de valor e partes interessadas: dos produtores de matéria-prima até os atores envolvidos no pós-consumo.

Política de Direitos Humanos

Formaliza e dissemina nosso compromisso com a promoção do respeito aos direitos humanos, estabelecendo os princípios orientadores que devem nortear as atividades e relações da Companhia em toda a cadeia de valor do negócio.

DENÚNCIAS

Qualquer pessoa pode fazer reclamações ou denúncias sobre casos que contrariem nossas políticas e princípios, por meio de um canal operado por empresa independente, sigiloso e que garante o anonimato:

<https://contatoseguro.com.br/lojasrennersa>

Divulgamos o canal fornecedores na contratação, em workshops e e-mails. Nos Fornecedores de Revenda e de construção civil, também exigimos a divulgação do canal aos trabalhadores por meio de cartazes em áreas de circulação de trabalho nos fornecedores e seus contratados e verificamos nas visitas técnicas se há o código de conduta Renner exposto na empresa e se ela disseminou o código de conduta para seus contratados.

MELHORES PRÁTICAS GLOBAIS ORIENTADORAS

ONU

- Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU.
- Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos da ONU.
- Carta Internacional dos Direitos Humanos da ONU e seus instrumentos: Declaração Internacional dos Direitos Humanos, Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos e Pacto Internacional sobre Direitos Econômicos, Sociais e Culturais.
- Pacto Global da Organização das Nações Unidas.

OCDE

- Diretrizes para Multinacionais da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE).

OIT

- Declaração da Organização Internacional do Trabalho (OIT).

INSTITUTO IMPACTO

- Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo, (Instituto InPacto), do qual somos signatários.

Com uma gestão próxima, contamos com times e estratégias de gestão dedicadas aos nossos fornecedores que monitoram sua conformidade com as políticas e princípios, acompanham seu desempenho e apoiam seus ciclos de desenvolvimento e sustentabilidade.

Esses times se dividem entre gestão de Fornecedores de Revenda, que são aqueles que produzem os itens que vendemos em nossas lojas, e gestão de Fornecedores Administrativos, que gerem os demais fornecedores.

Contamos com um ciclo consistente de gestão e de relacionamento nos pilares de Homologação, Monitoramento e Controle (para Fornecedores Administrativos e de Revenda), e de Desenvolvimento (para Fornecedores de Revenda), apresentados em detalhes a seguir.

HOMOLOGAÇÃO

Antes da contratação, 100% de nossos 3.559 fornecedores nacionais e internacionais, de todos os setores, passam por homologação que avalia seus mecanismos de promoção da integridade e a conformidade de sua documentação, assegurando regularidade e aderência aos nossos requisitos de contratação.

Todos também devem se comprometer com o nosso Código de Conduta para Fornecedores, por meio da assinatura do Contrato Comercial e do Termo de Compromisso de Conduta Responsável.

Para os fornecedores identificados com maior risco de impacto em cada grupo – de Revenda e Administrativos -, o processo de avaliação se aprofunda.

FORNECEDORES DE REVENDA

Além da homologação documental, feita com todos os contratados no mundo todo, nossos Fornecedores de Revenda nacionais de marca própria e seus contratados de confecção, calçados e acessórios, também devem ser certificados pela Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), que avalia a sua aderência às boas práticas corporativas de responsabilidade socioambiental.

A certificação ABVTEX traz um importante ganho de eficiência ao otimizar as auditorias e compartilhar seus resultados com toda a cadeia têxtil.

Em 2020, assim como já era disponível aos Fornecedores de Revenda, **criamos o Portal Nossa Rede para Fornecedores Administrativos**, um canal de comunicação com a visão única do fornecedor para acesso a documentos, normas, procedimentos e comunicações. Também iniciamos a análise de conformidade com a LGPD para os fornecedores com acesso a dados pessoais.

FORNECEDORES ADMINISTRATIVOS

Para os fornecedores de prestação de serviço em nossa Sede Administrativa, além da homologação documental, realizamos homologação funcional, que avalia o vínculo e aptidão para o trabalho frente aos requisitos legais aplicáveis às atividades que irão realizar.

Os Fornecedores Administrativos dos setores de construção civil, de logística e manutenção, identificados como críticos, também passam por um processo de homologação em que uma empresa especializada avalia a documentação dos fornecedores em relação às suas práticas e compromissos com:

- Segurança do Trabalho;
- Meio Ambiente;
- Responsabilidade Social (trabalho infantil, forçado ou análogo a escravo, trabalho estrangeiro irregular, liberdade de associação, discriminação, abuso e assédio, remuneração, horas trabalhadas e benefícios).

MONITORAMENTO

GRI 407-1, 408-1, 409-1, AF3, AF4, AF8

FORNECEDORES DE REVENDA

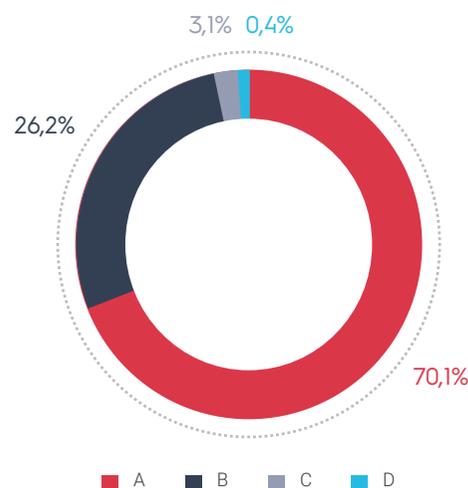
Após o processo inicial de contratação, todos os Fornecedores de Revenda nacionais e internacionais marca própria passam a ser monitorados em relação a responsabilidade social e responsabilidade ambiental e avaliados em auditorias, realizadas pelo menos uma vez ao ano em fornecedores (*tier 1*) e seus contratados (*tier 2*) de confecção, acessórios, calçados e beleza.

A pontuação nas auditorias gera uma classificação, unificada para fornecedores nacionais e internacionais em 2020, que considera cinco fatores de risco - Direitos constitucionais, Saúde e segurança do trabalho, Direitos do trabalhador, Formalização da empresa e Meio ambiente – e classifica os fornecedores em quatro níveis:

Dos itens avaliados nas auditorias aos fornecedores, alguns são classificados como **“tolerância zero”**, bloqueiam imediatamente o fornecedor de nossa cadeia e podem levar ao fim do relacionamento comercial.

Conheça em detalhes os itens avaliados no checklist de auditorias, disponível em nosso portal de fornecedores: <https://bit.ly/37jHlbW>

CLASSIFICAÇÃO DA MATRIZ DE RISCO



A: Fornecedores que são referência em gestão

B: Fornecedores que possuem pontos de melhoria em itens de gestão

C: Fornecedores que possuem não conformidades em itens de legislação local

D: Fornecedores que possuem não conformidades em itens críticos (saiba mais em gestão de consequências, pág. 64)

Ao longo de 2020 trabalhamos para dar maior eficiência ao processo de monitoramento, com o avanço na tecnologia e no uso de dados para gerenciar risco e direcionar esforços.

Passamos a usar inteligência artificial e um algoritmo de machine learning para analisar os dados históricos das auditorias e entender as correlações entre as não conformidades e reincidências por perfil de empresa, tipo de processo produtivo e região, apontando os maiores riscos potenciais.

Para priorizar o monitoramento da cadeia de fornecedores e para ter uma atuação mais assertiva, nossa matriz de risco foi revisada e passou a considerar eixos de risco da empresa* e relevância para nossos negócios**, classificando todas as empresas em quadrantes que definem nossa forma de monitoramento.

Em 2020, com o cenário de distanciamento social, a análise de dados e a revisão da matriz de risco foram fundamentais para seguir monitorando as empresas. Auditamos de forma presencial mais de 90% das empresas priorizadas na matriz*** e o restante da cadeia avaliado à distância.

Essas iniciativas de monitoramento nos permitem avançar para um modelo preditivo de onde e quando uma não conformidade irá acontecer, reduzindo o volume de auditorias realizadas e tendo maior disponibilidade para ir além da conformidade legal, aumentando o nível de gestão e promovendo a melhoria do desempenho socioambiental de nossa cadeia.

* O histórico de auditorias, o local em que a empresa se encontra (país e região), o segmento de fornecimento, o tipo de atividade, outras certificações que ele possa ter que contribuam para mitigar o risco, avaliação financeira, entre outros dados disponíveis.

** Volume de peças, quantidade de pedidos, participação do conselho de fornecedores ou outros projetos.

*** O total não alcançou 100% por conta da suspensão das auditorias de março a julho para preservação da saúde dos auditores e funcionários de fornecedores e subcontratados.

AVANÇOS DO NOSSO MODELO DE MONITORAMENTO



EVOLUÇÃO DA GESTÃO DE CONFORMIDADE DOS FORNECEDORES

2015

- reestruturação da área de Conformidade.
- avaliação em requisitos de responsabilidade social.

2016

- criação de auditorias de rastreabilidade de pedidos.

2017

- diagnóstico ambiental da cadeia.

2018

- inclusão de responsabilidade ambiental na auditoria.
- sensibilização para temas químicos.
- início do programa internacional, com mapeamento de fornecedores *Tier 1* e monitoramento.

2019

- ampliação de itens ambientais e inclusão de requisitos na Gestão de Químicos.
- ampliação das auditorias de Responsabilidade Social.

2020

- reestruturação e ampliação dos requisitos avaliados no checklist de auditoria.
- novos modelos de auditoria acelerados no cenário de distanciamento social imposto pela pandemia: criação de auditoria remota e reconhecimento de outros protocolos.
- faseamento do checklist também para apoiar a continuidade do monitoramento durante a pandemia.
- inclusão de itens ambientais na auditoria e ampliação do mapeamento para fornecedores *Tier 2*.
- produção de conteúdo para apoiar a cadeia na evolução de suas práticas de sustentabilidade.
- projeto piloto de qualificação de cadeia de acordo com seu nível de risco.

2021

- revisão da classificação da cadeia de fornecedores (o maior nível de exigência deve trazer nos próximos anos o aumento de empresas nos níveis mais baixos de classificação).

■ Fornecedores Nacionais

■ Fornecedores Internacionais

■ Ambos

GESTÃO DE CONSEQUÊNCIAS

GRI AF14, AF15, AF16, AF17

Quando identificamos algum ponto que precisa ser corrigido para estar em conformidade com nossos requisitos e legislação, solicitamos que a empresa execute um plano de ação com prazo de dois ou três meses para resolução.

Como exceção, em 2020, em virtude dos impactos da pandemia, concedemos prazo de 120 dias para resolução do plano de ação.

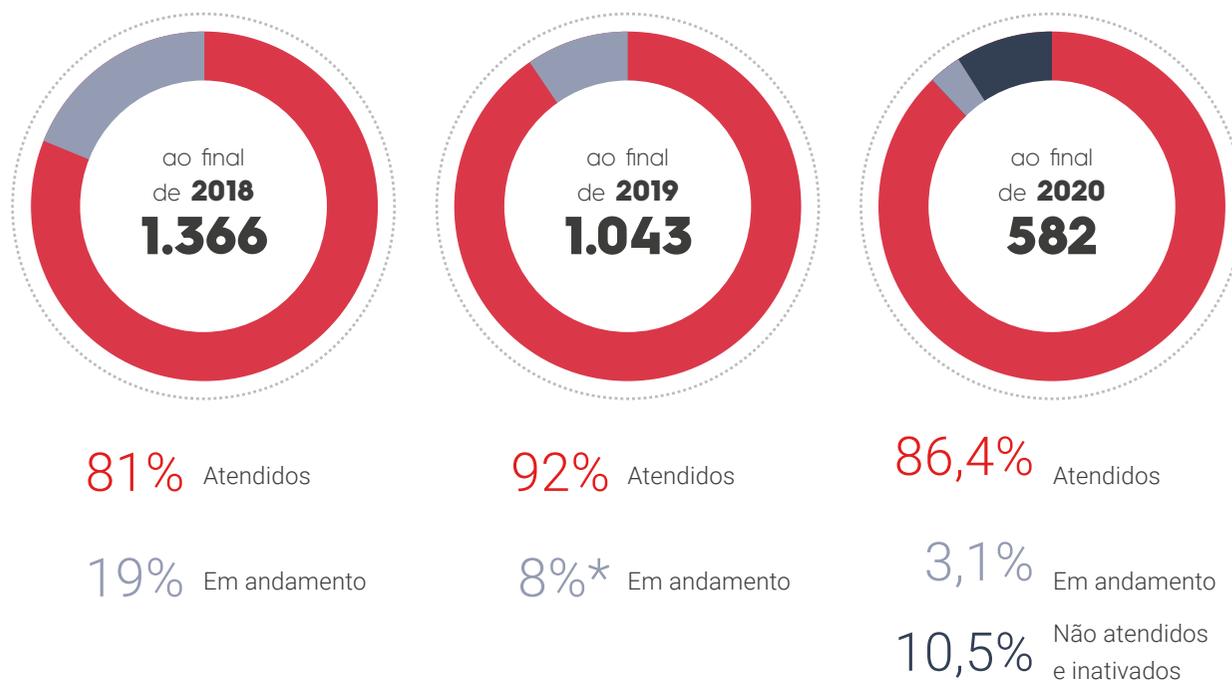
Dependendo da criticidade do plano de ação, o acompanhamento e finalização é realizado presencialmente.

Se o plano não for cumprido, as empresas são bloqueadas/suspensas, não recebem novos pedidos e estão sujeitas a descredenciamento da cadeia de fornecimento da Lojas Renner S.A.

Em 2020, também passamos a considerar a recorrência de não conformidades: em casos em que é identificada uma recorrência em aspectos que levam o fornecedor a ser classificado como C e em casos de classificação direta como D, contamos com a avaliação do Comitê de Fornecedores, formado pelos líderes de Produto, Gerência de Fornecedores de Revenda e Sustentabilidade, que avalia a permanência do fornecedor na cadeia de valor.

PLANOS DE AÇÃO ESTABELECIDOS

Junto aos fornecedores nacionais e internacionais - tier 1 e seus contratados - tier 2

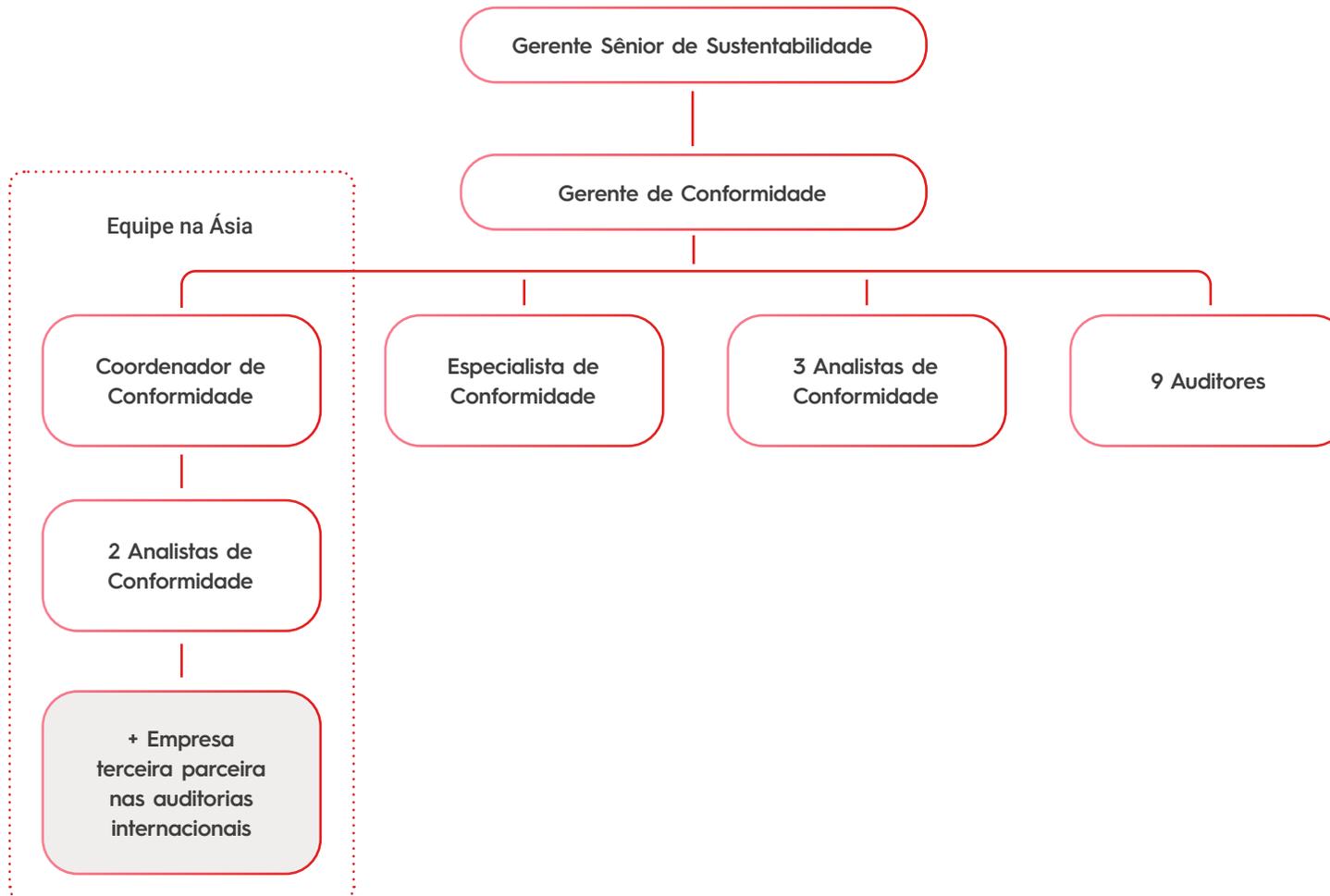


* Desse total, uma pequena fatia de 0,3% de fornecedores não atendeu aos planos de ação estipulados e tiveram ampliação do prazo.

EQUIPE DEDICADA

GRI AF2

A área de Conformidade de Fornecedores, é formada por equipe ampla e experiente:



RASTREABILIDADE

Em 2020, seguimos avançando no projeto criado em 2018 de uso da tecnologia *blockchain* na rastreabilidade da cadeia de fornecimento nacional. Com os resultados dos últimos dois anos, trabalhamos na procura e definição de um parceiro tecnológico, com experiência de mercado em projetos de rastreabilidade com *blockchain*, para a construção de uma nova ferramenta ainda mais robusta, com novas funcionalidades, tornando-a ainda mais eficaz, e permitindo também o aumento em escala.

Também seguimos evoluindo nas análises de dados e, no foco no aprimoramento da cadeia, conseguimos realizar auditorias presenciais de rastreabilidade em 100% das empresas que historicamente mostraram indícios de risco em relação à itens avaliados dessa forma.

Ainda em 2020, expandimos nosso foco de rastreabilidade também para os fornecedores internacionais, que devem declarar a informação de qual fábrica irá produzir cada pedido no momento de negociação, apoiando o mapeamento e monitoramento das nossas unidades de produção.

CERTIFICAÇÃO

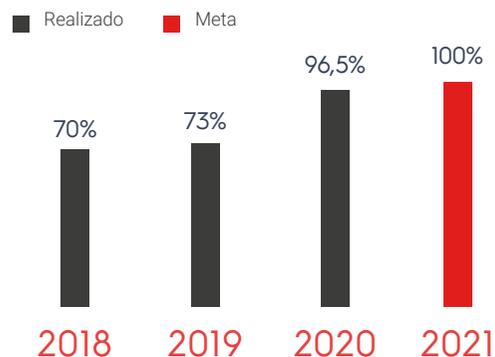
Nosso programa de conformidade nacional e internacional passa por um processo de validação de terceira parte, que atesta que nosso programa é alinhado com as melhores práticas de gestão de cadeia e mitiga os riscos a que se propõe, garantindo a certificação da cadeia.

Além disso, somos signatários da ABVTEX e do Social & Labor Convergence (SLCP) da Sustainable Apparel Coalition (SAC), que compõem o nosso programa de monitoramento da cadeia de fornecimento.

Temos o compromisso público de ter **100% da cadeia global de revenda com certificação socioambiental até 2021**, garantindo a adoção de melhores práticas amplamente legitimadas e, em 2020, alcançamos 96,5%.

STATUS ●●●●

Em andamento.



ÍNDICE DE DESEMPENHO

Além das auditorias para garantir a conformidade, realizamos o monitoramento do desempenho dos nossos Fornecedores de Revenda das cadeias de malha, tecido plano, jeans/sarja, lingerie, linha praia, calçados, bijuterias e acessórios por meio de uma avaliação mensal, realizada com base no Índice de Desempenho Global de Fornecedores (IDGF).

O IDGF avalia os fornecedores ativos e com entregas nos pilares de qualidade, logística, comercial e sustentabilidade, nos permitindo identificar aqueles

que têm resultados mais críticos, que recebem advertências e devem apresentar planos de ação.

O IDGF também é um dos aspectos que influenciam nossa matriz de fornecimento, juntos dos aspectos de saúde financeira e conformidade, além da performance dos fornecedores.

Com base em 2016, quando o IDGF foi reformulado para os índices atuais de avaliação, os fornecedores já apresentaram uma evolução de 17,3 pontos percentuais até 2020.

TIMES ALINHADOS

Realizamos anualmente, junto aos times que desenvolvem os produtos e os times de compras que escolhem os fornecedores para desenvolvimento, treinamentos sobre nossos princípios e práticas para promover a conformidade e a responsabilidade em nossa cadeia de fornecedores. Nesses momentos, apresentamos todo nosso processo de homologação e monitoramento de fornecedores, os itens avaliados em nossa matriz de risco e a importância de levar em conta a classificação de risco de fornecedores no momento da definição e escolha do fornecedor.

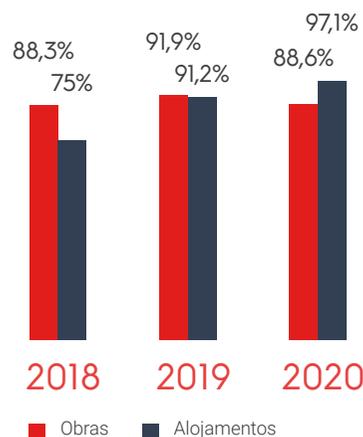
FORNECEDORES ADMINISTRATIVOS

Nos fornecedores de construção civil e seus contratados, com maior nível de criticidade, também fazemos visitas técnicas, executadas por empresa especializada, nos canteiros de obras e alojamentos, avaliando construtoras, gerenciadoras e seus fornecedores.

As vistorias são orientadas por um checklist, acontecem sem agendamento prévio e preveem entrevistas com trabalhadores, a fim de captar a percepção da rotina de trabalho. Cada visita resulta em relatório que é encaminhado à empresa avaliada. Ao todo, foram 13 obras auditadas no ano, o que representa 65% do total de obras realizadas e seis alojamentos, o equivalente a 50% das obras com alojamentos.

Não foram constatados riscos à violação do direito de exercer a liberdade de associação e de negociação coletiva, de ocorrência de trabalho infantil ou de trabalhadores jovens estarem expostos a trabalho perigoso ou ainda, de trabalho forçado ou análogo ao escravo junto aos fornecedores monitorados. Também não foram registrados casos de não cumprimento dos requisitos legais ou acordo coletivos de trabalho sobre salários e horas extras, casos de trabalho infantil, casos relacionados à discriminação ou qualquer descumprimento do Código de Conduta para Fornecedores.

CONFORMIDADE NAS VISITAS ÀS OBRAS E ALOJAMENTOS



APOIO AO DESENVOLVIMENTO

GRI AF5

Queremos maximizar nosso potencial de impacto positivo na cadeia têxtil e, por isso, atuamos em iniciativas e programas de apoio ao desenvolvimento dos Fornecedores de Revenda no Brasil e Argentina, apresentados a seguir:

EFICIÊNCIA E SUSTENTABILIDADE

Programa de Melhoria Contínua (PMC): em 2020, 8º ano consecutivo do programa, o PMC teve foco em apoiar o fluxo de caixa das empresas, suprimindo necessidades financeiras com linhas de antecipação de curto e meio prazo para os Fornecedores de Revenda nacionais, conforme análises realizadas com a cadeia diante da crise. As iniciativas proporcionaram uma sobrevida aos nossos fornecedores, promovendo a sustentabilidade e garantindo a perenidade dos negócios ao longo do ano.

Programa Encadeamento Produtivo: em parceria com o Sebrae, o projeto promove, desde 2016, a capacitação de empresas contratadas por nossos fornecedores em quatro fases: sensibilização, diagnóstico, capacitação e consultoria. Em 2020, foram 134 empresas beneficiadas nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Para 2021, ampliaremos a atuação para os estados de São Paulo e Paraná.

Como resultado do programa, as participantes registraram avanço de 64% na competitividade, 23% na produtividade, 12% na pontualidade nas entregas, **82% com mais práticas sustentáveis** (relacionadas aos ODS) e com redução de 23% em reprovações das peças.

Universidade Renner para Fornecedores: lançamos em 2019 um piloto na plataforma virtual de ensino Universidade Renner, convidando o grupo de fornecedores estratégicos para realizarem o primeiro curso, focado no tema de Qualidade. Em 2020, lançamos a UR dentro do Workplace, no grupo de Fornecedores de Revenda, no qual foram disponibilizados conteúdos sobre os temas de sustentabilidade, qualidade, eficiência, inovação e cooperação, que são os cinco pilares do Programa de Excelência Renner – PER. O grupo hoje possui cerca de 130 membros, de diversas empresas de Fornecedores de Revenda. O objetivo desta plataforma é disponibilizar conteúdos para ajudar no desenvolvimento e na busca da excelência operacional da nossa cadeia.

Tecidoteca: a Tecidoteca fica na Sede Administrativa da Lojas Renner, em Porto Alegre, e nasceu para ajudar na pesquisa de matérias-primas e em informações técnicas de novos tecidos, além de apoiar em negociações corporativas com os times de Estilo e Produto. Além do espaço físico, cerca de 2.500 matérias-primas, de 40 empresas, estão catalogadas no Product Lifecycle Management (PLM), nosso software de gestão do desenvolvimento de produtos, para consulta de todos.

Programa de Excelência Renner (PER): criado em 2019, o PER reforça nossa relação próxima, sólida e consistente com os fornecedores nacionais e busca promover e incentivar o desenvolvimento e a inovação na cadeia de fornecedores, reconhecendo as empresas que se destacam em Qualidade, Sustentabilidade, Eficiência, Cooperação e Inovação na Convenção de Fornecedores. Após o primeiro ano completo do PER, em 2020 realizamos a premiação com a entrega de troféus para os 10 fornecedores que se destacaram no ano.

Na premiação, lançamos oficialmente um vídeo em homenagem aos nossos fornecedores, agradecendo nossa parceria e reconhecendo sua importância para o negócio. Assista em:

<https://bit.ly/3rzBHtR>

Financiamento Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES): pelo 5º ano consecutivo mantivemos a operação de financiamento junto ao BNDES, este ano voltado à superação dos desafios da Covid-19 impostos aos nossos Fornecedores de Revenda. Ao todo, foram feitas operações de financiamento que destinaram R\$ 1,8 milhão. Nos cinco anos do projeto já foram financiados R\$ 11,1 milhões.

Também contamos com o programa Produção+Limpa para promover a ecoeficiência na cadeia de fornecedores, que traz importantes ganhos para uma moda cada vez mais responsável e com menor impacto ambiental. Saiba mais na pág. 110.

INOVAÇÃO

Estamparia digital: fomos os pioneiros entre as grandes varejistas de moda no Brasil a implantar, em 2020, um projeto piloto de estamparia digital em nosso CD de Arujá, em São Paulo. Com isso, ganhamos qualidade e agilidade para produzir sob demanda tanto para as lojas quanto para o *e-commerce*. A máquina de estamparia instalada também tem atributo mais sustentável, pois não consome água durante a produção.

Modelagem 3D: iniciamos um projeto de modelagem 3D a ser criado e desenvolvido em parceria com alguns de nossos Fornecedores de Revenda para lançamento de projeto-piloto em 2021.

ALINHAMENTO ESTRATÉGICO

Anualmente, convidamos fornecedores nacionais ao Programa Boas-Vindas, em nossa sede, onde apresentamos aos novos fornecedores e aos que já trabalham conosco o jeito Renner de ser e atuar e fazemos sua integração com as áreas que já têm ou terão interface. Os Fornecedores também são convidados a agendarem uma visita no seu CD de entrega, para conhecerem os processos de perto.

Em 2020, devido à pandemia, reformulamos o programa, realizado em formato online, com vídeos explicativos dos principais processos. Além dos fornecedores nacionais, também disponibilizamos vídeos para os fornecedores da Argentina, com conteúdos adaptados à realidade do país.

Também realizamos todos os anos a Convenção de Fornecedores, que apoia o alinhamento estratégico reunindo toda a cadeia nacional de Fornecedores de Revenda da Renner, e o Asian Supplier Day.

A edição de 2020 da Convenção, foi transformada em uma *live* do Programa de Excelência Renner para divulgarmos e reconhecermos os fornecedores destaque do ano. Já o Supplier Day, realizado para

os fornecedores da Ásia, trouxe um *overview* da atuação da empresa no continente, da situação atual do Brasil, das principais ações realizadas durante a pandemia e uma visão para 2021.

No dia a dia, também estamos continuamente alinhados aos nossos fornecedores. Contamos com um Conselho de Fornecedores, formado por 10 Fornecedores de Revenda nacionais considerados estratégicos, que representam 14,9% do volume de compras de Fornecedores de Revenda (20,3% da cadeia nacional), do segmento têxtil, das cadeias de malha, jeans/sarja e tecido plano, com quem temos e construímos continuamente relações de longo prazo.

O Conselho é um fórum importante para a troca de experiências e discussões relevantes sobre temas de interesse comum, em reuniões periódicas, com o objetivo de construir uma cadeia eficiente, competitiva e sustentável.

Todos os fornecedores também podem responder à pesquisa de relacionamento e expressar suas opiniões e seu nível de satisfação com os processos e sistemas utilizados na interação com a Companhia. A pesquisa é uma importante ferramenta para identificar oportunidades de melhoria no

relacionamento com esses parceiros. Ao longo de 2020, a ferramenta e metodologia da pesquisa estavam em revisão e a pesquisa foi aplicada no início de 2021. Como resultado, tivemos índice de satisfação de 93%, dois pontos percentuais acima da pesquisa anterior.

DIÁLOGO PRÓXIMO

Sempre tivemos uma comunicação muito próxima com nossos Fornecedores de Revenda. Em 2020, os canais digitais foram fundamentais e fortaleceram ainda mais a relação.

Além do canal direto por e-mail, temos o portal Nossa Rede de Fornecedores, desde 2018, com notícias e comunicados importantes, e, em 2020, criamos o grupo Fornecedores de Revenda no Workplace, plataforma no estilo rede social com *posts* informativos, vídeos e a integração entre as empresas.

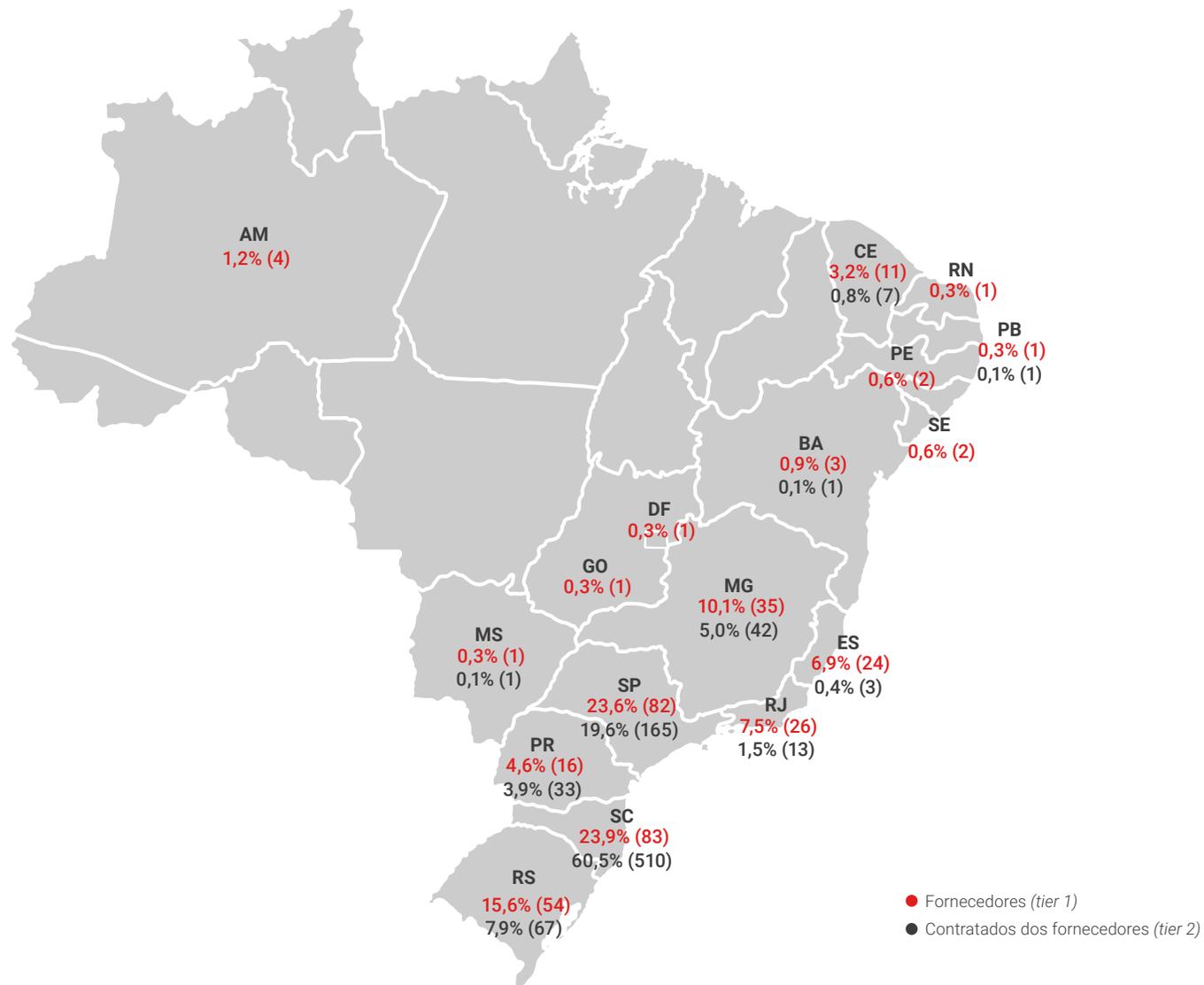
ESTÍMULO AO DESENVOLVIMENTO LOCAL

GRI 204-1

A maior parte das empresas de nossa rede de Fornecedores de Revenda está concentrada no Brasil, país onde a Renner nasceu e onde temos a maior parte da nossa operação (saiba mais sobre a distribuição global dos fornecedores na pág. 73). Além disso, quase metade da cadeia nacional está localizada em Santa Catarina, estado com tradição na indústria têxtil e onde fica um dos quatro CDs.

Com essa maior concentração temos relações muito próximas de nossos fornecedores, o que nos permite superar desafios, como a Covid-19, e colaborar em ações de melhoria de desempenho e facilitando a criação de projetos de inovação como o Re Jeans e o Re Malha (saiba mais na pág. 109).

LOCALIZAÇÃO DOS FORNECEDORES DE REVENDA NACIONAIS E SEUS CONTRATADOS



SALÁRIO JUSTO

Todas as iniciativas de monitoramento da conformidade (apresentadas na pág. 59) apoiam a garantia de que nossa cadeia de fornecedores esteja de acordo com as leis trabalhistas incluindo os direitos relacionados à remuneração, à liberdade sindical e a negociação coletiva.

Em 2019, a partir de uma primeira análise buscando identificar o *gap* entre o menor salário pago em nossa cadeia de Fornecedores de Revenda nacionais e o valor de salário justo, considerando a metodologia estabelecida pelo Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE), em 2020, organizamos nossas ações para avançar na promoção do salário justo.

O primeiro passo foi monitorar a remuneração efetivamente paga em nossa cadeia. Com o apoio do nosso time de remuneração e benefícios, definimos os dados de remuneração a serem coletados nas auditorias anuais de conformidade para os Fornecedores de Revenda nacionais. A meta é alcançar 100% desses fornecedores auditados neste novo modelo em março de 2021.

Neste primeiro levantamento, notamos que o índice de não conformidades identificadas relacionadas a salário e horas extras no Brasil e China, países em que temos maior volume de Fornecedores

de Revenda (59,3% no Brasil e 24,4% na China), era de apenas 2,4% e 3,4% do total de empresas auditadas, respectivamente. Além disso, o índice de solução de não conformidades relacionadas ao tema no mesmo ano cresceu de 64% para 81%.

PRÁTICAS DE COMPRAS RESPONSÁVEIS

Para apoiar o alcance das condições necessárias para o pagamento de salários justos na nossa cadeia de fornecimento, também seguimos avançando em nossas práticas de compras responsáveis ao longo de 2020.

Acreditamos que ter práticas responsáveis desde a compra também é fundamental para apoiar a sustentabilidade de nossa rede de fornecedores e a geração de valor para seus públicos. Por isso, nos comprometemos com práticas de compras justas, construindo boas relações comerciais, fundamentais para a promoção do avanço no alcance de salários justos na cadeia de fornecedores.

Temos prazos formalmente estabelecidos e cumpridos quanto a pagamento dos fornecedores, apoiando sua previsibilidade financeira, e negociamos previamente os prazos que os fornecedores têm para entrega dos pedidos. Em 2020, criamos um grupo de trabalho composto

pelos equipes de produto, com representantes de compras, estilo e planejamento, e conduzido pelas áreas de Sustentabilidade e Gestão de Fornecedores para debater as nossas principais frentes de avanço em compras responsáveis, nas principais frentes de: planejamento, previsão, custos e negociação.

Como resultado inicial, incluímos em nossa política de fornecimento, voltada aos colaboradores, conteúdo sobre como devemos criar uma relação de parceria com nossos fornecedores, dando as condições para que sejam pagos salários justos aos colaboradores da cadeia, respeito aos prazos de produção, prazos de pagamento e a capacidade produtiva evitando sobrecargas de trabalho e possíveis violações de direitos humanos.

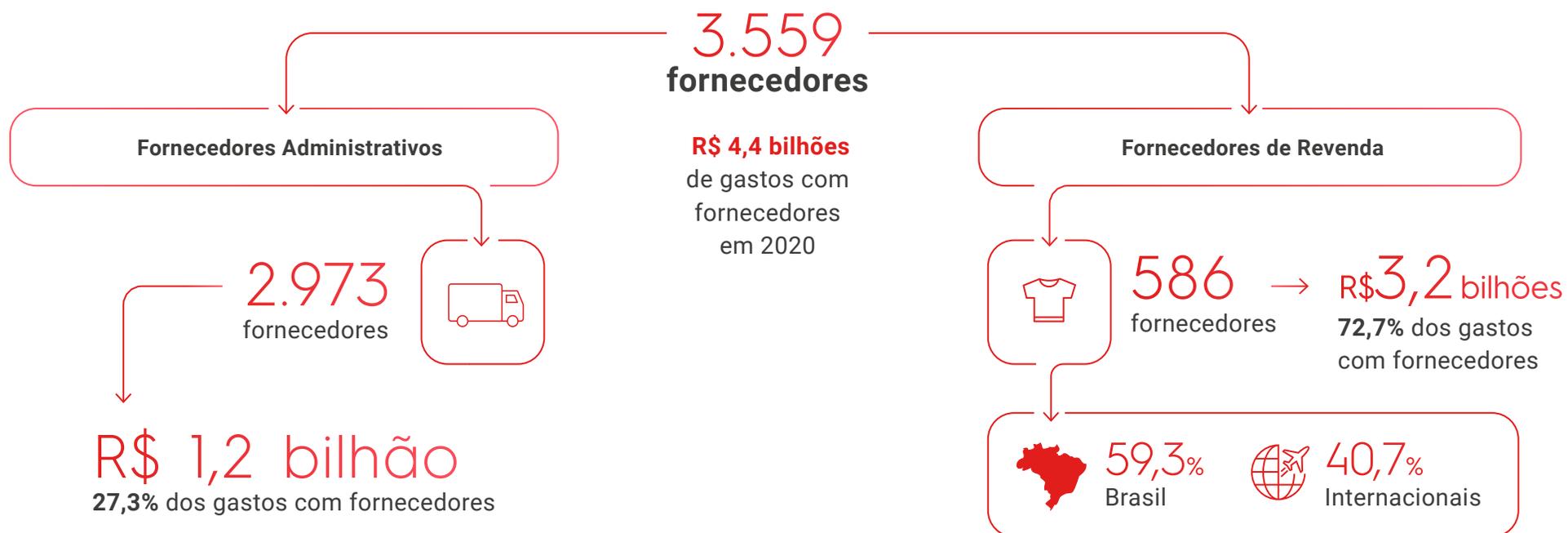
Na pesquisa de satisfação de fornecedores de 2019 (saiba mais na pág. 69), adicionamos perguntas sobre a percepção do relacionamento com a Renner e **92% dos respondentes afirmaram que as negociações são conduzidas de maneira justa. Em 2020, esse percentual subiu para 96,8%.**

Conheça em detalhes nosso compromisso com a promoção do trabalho justo e seguro em <https://bit.ly/3erPwqT>

perfil dos fornecedores

GRI 308-1, 308-2, 414-1, 414-2

PRINCÍPIOS E GESTÃO CONSISTENTES

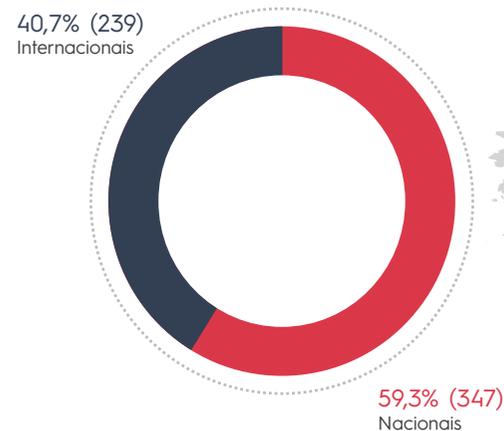


DISTRIBUIÇÃO DOS FORNECEDORES DE REVENDA

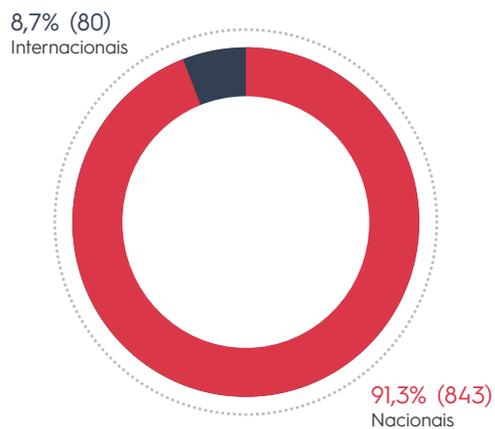
CG-AA-000.A

Nossa cadeia de fornecimento de revenda é composta por 586 fornecedores (*Tier 1*)* e seus 923 contratados (*Tier 2*)**

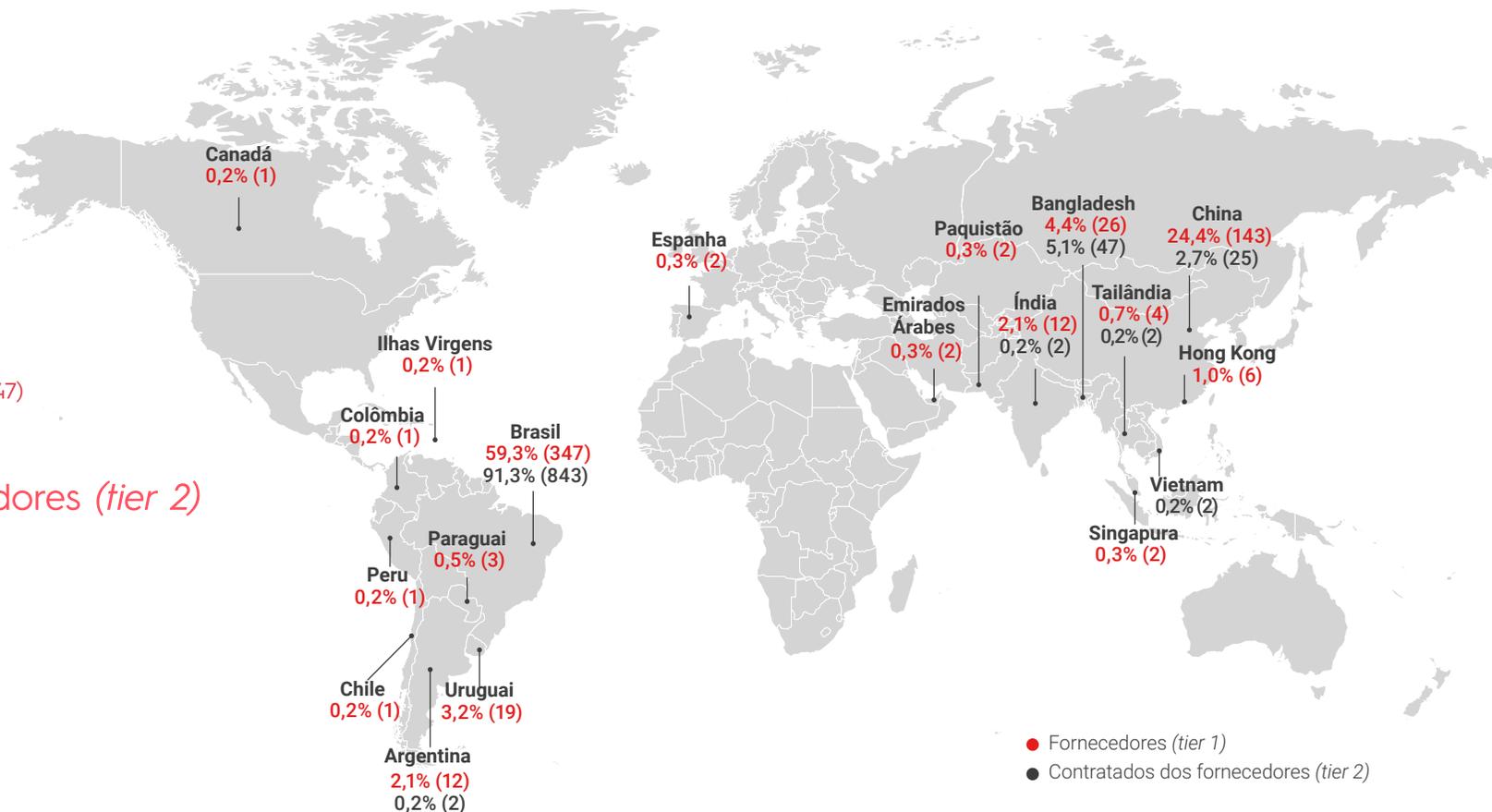
Fornecedores (*tier 1*)



Contratados dos fornecedores (*tier 2*)



Localização dos Fornecedores de Revenda e seus contratados



Em 2020, publicamos em nosso site nossa lista de Fornecedores de Revenda e de fornecedores de matéria-prima: <https://bit.ly/2Ob3frL> e <https://bit.ly/3er2Ewl>

*Tier 1 - Fornecedores diretos: unidades de produção, corte/montagem/acabamento, facções, *private label* e *tradings*.

**Tier 2 - Subcontratados: costura, bordados, acabamento e lavanderias.

comunidades

enfrentamento à pandemia

Mesmo com o grande impacto na receita sofrido com o fechamento das lojas, nos unimos e nos desafiamos a fazer mais e melhor com nossos recursos e relacionamentos para apoiar com urgência a sociedade, os grupos mais vulneráveis e as instituições na linha de frente do combate à Covid-19.

COLABORAÇÃO PARA FAZER MAIS

Direcionamos ao combate à pandemia os recursos financeiros do Instituto Lojas Renner disponíveis, tradicionalmente voltados ao empreendedorismo e geração de emprego e renda para mulheres na cadeia da moda, além de investirmos recursos próprios da Companhia e, como queríamos ajudar o máximo de pessoas possível, somamos aos recursos financeiros o compromisso, o conhecimento e a vontade de superar desafios.

Unimos a experiência e os relacionamentos de nossos times à expertise do Instituto Lojas Renner, que gere o investimento social privado da Companhia e tem mais de uma década de trabalho junto a organizações e lideranças comunitárias, para ampliar o potencial de nossas ações de assistência a comunidades e apoio a hospitais e equipes médicas.

Assim, formamos um grande ecossistema de colaboração social e multiplicamos os recursos que tínhamos ao mobilizar nossos colaboradores e parceiros, que agregaram competência, excelência e experiência para encontrar soluções que gerassem o maior valor possível para a sociedade.

Investimos R\$ 5,1 milhões nos projetos voltados à sociedade e R\$ 1,5 milhão no apoio a nossa cadeia de fornecedores (saiba mais na pág. 39). Com toda a articulação e o uso dos investimentos, inclusive, na produção de equipamentos de proteção, o valor percebido estimado desse investimento chega a R\$ 10 milhões.

Para potencializar a rede de solidariedade formada no combate à pandemia, o Instituto Lojas Renner apoiou o desenvolvimento da plataforma Rede Elos, com objetivo de compartilhar conhecimento com comunidades afetadas pela Covid-19 e articular recursos de pessoas físicas e pessoas jurídicas para o atendimento de necessidades urgentes durante o período mais crítico. Por meio da plataforma foram levantados recursos para comunidades de todo o Brasil:

<https://bit.ly/20ihmev>

Conheça a seguir as principais iniciativas de assistência a comunidades e aos profissionais e instituições de saúde que realizamos ao longo de 2020 e acesse o relatório do Instituto Lojas Renner, a ser publicado no final de abril, para conhecer as histórias em detalhes: <https://bit.ly/3ataPpZ>.

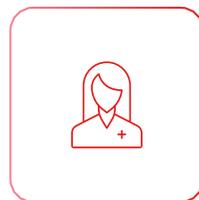
Nas páginas 57 e 58 apresentamos também as iniciativas de apoio a nossa rede de fornecedores.

APOIO AOS PROFISSIONAIS DE SAÚDE

Confecção e distribuição de EPIs para hospitais (SUS)



+ de 1.400.000
máscaras hospitalares



+ de 142.000
aventais hospitalares

Doação para aquisição de suprimentos hospitalares



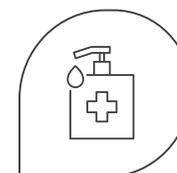
+ de R\$1.990.000



245.000
máscaras de tecido



20.000
Unidades de álcool
em gel para o InCor



3.000
frascos para envase
de álcool em gel

PRODUÇÃO DE EPIS

Com a grande demanda global por equipamentos de proteção individual (EPIs), altos custos e prazos demorados, iniciamos um grande esforço de articulação para garantir a produção destes equipamentos e sua doação para hospitais de várias partes do Brasil.

Apesar de nunca termos produzido EPIs, garantimos que, em menos de uma semana, nossos fornecedores contassem com protótipos de avental e máscara hospitalares, seguindo os padrões sanitários normativos vigentes, além da matéria-prima necessária (TNT) para produzi-los.

Para isso, acionamos nossos fornecedores - que estenderam a solidariedade e aceitaram produzir máscaras e aventais hospitalares por valores de custo de mão de obra e, até mesmo, gratuitamente. Então, iniciamos a articulação da compra da matéria-prima com a empresa Fitesa.

Quando a produção começou, precisávamos de mais matéria-prima que estava esgotada. Então, chegou mais uma empresa nessa rede de solidariedade: a Braskem, que doou o polímero, a Fitesa produziu o tecido, e o Instituto Lojas Renner financiou a costura.

A Klabin doou as caixas para transporte e, para distribuir, trouxemos mais um parceiro, a FEMSA, do grupo Coca-Cola, que viabilizou o transporte, sem custo.

Com verba para produzir 250 mil máscaras e aventais, conseguimos fazer 1,4 milhão.

Um milhão de chances a mais de salvar vidas e em tempo recorde. Por mais de 20 anos nosso tempo mínimo de produção era de 10 dias. Fizemos em 3 dias porque a saúde não podia esperar.

DOAÇÃO PARA HOSPITAIS E REDES DE SAÚDE

O Instituto Lojas Renner realizou doações em dinheiro para hospitais de referência no atendimento a pacientes do SUS com Covid-19, somando R\$ 1,99 milhão destinados a diversas instituições para a compra de equipamentos e suprimentos em um período de alta demanda, estoques reduzidos e preços muito altos.

RIO GRANDE DO SUL

R\$ 400 mil destinados ao atendimento emergencial a diversos hospitais por intermédio do Instituto Floresta e viabilização, junto a parceiros, para a doação de água mineral para o consumo dos profissionais e pacientes do Hospital das Clínicas de Porto Alegre, que teve o fornecimento de água mineral cortado, com a previsão de ser restabelecido em 60 dias, período em que a doação foi essencial para o funcionamento.

RIO DE JANEIRO

R\$ 220 mil doados por meio do Fundo de Saúde do Estado.

SÃO PAULO

20 mil potes de álcool em gel e R\$ 500 mil doados ao InCor para a compra de suprimentos para atendimento, treinamento e equipamentos, R\$ 50 mil doados ao Hospital Santa Marcelina para a compra de suprimentos e equipamentos, além de quatro máquinas de costura que facilitaram a produção de EPIs e R\$ 600 mil para o Hospital Albert Einstein montar o Hospital de Campanha no estádio do Pacaembu, viabilizando a implantação de quatro leitos de UTI, além de outras 8 mil máscaras para atendimento emergencial.

SANTA CATARINA

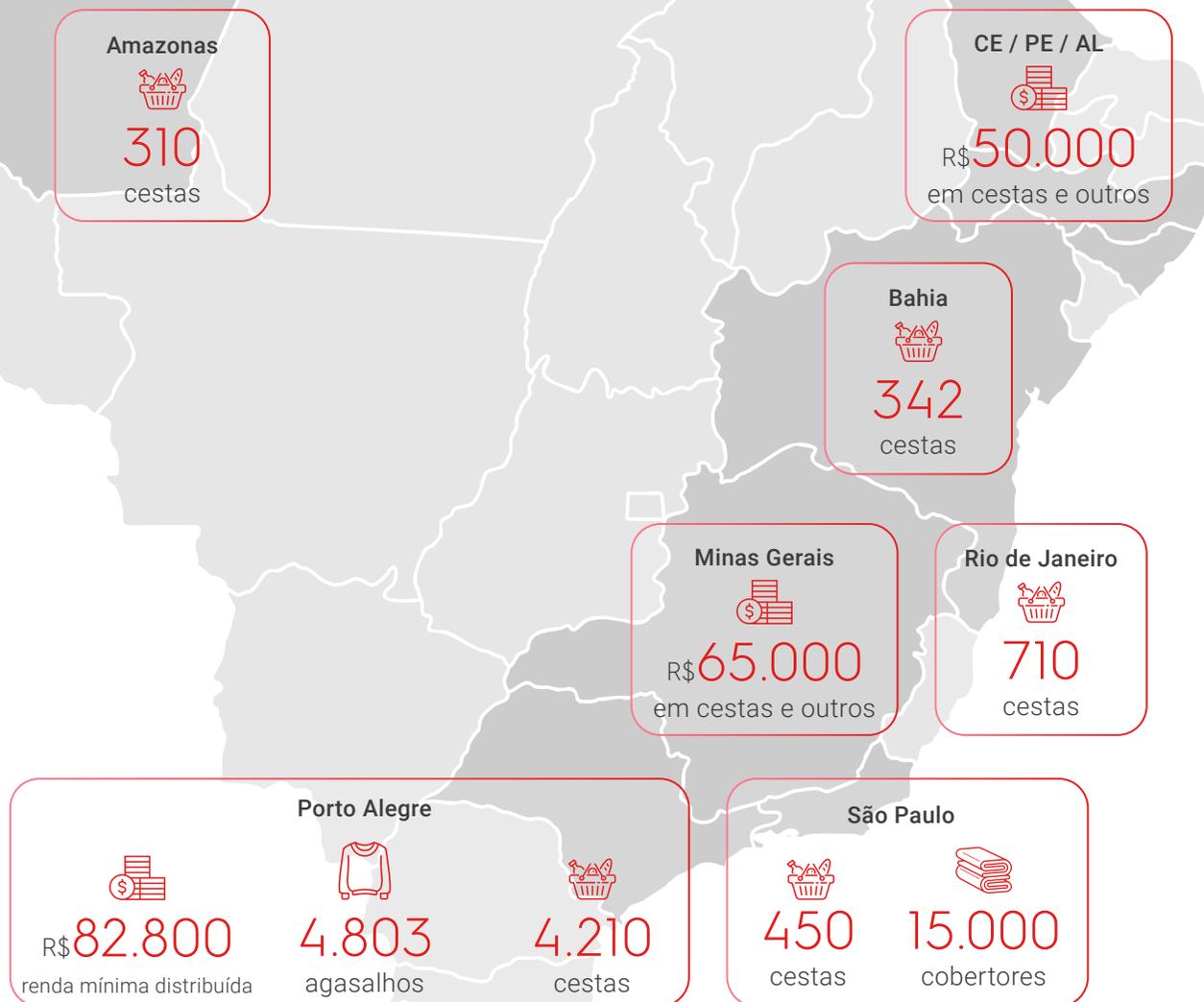
R\$ 110 mil doados para o Hospital São José, em Criciúma, e R\$110 mil para o Hospital São Donato, em Içara, ambos hospitais de referência.

ASSISTÊNCIA A COMUNIDADES

Mais de
130 toneladas
de alimentos e itens
de higiene doadas



Parceria com Grupo RBS e Lojas Lebes para distribuição de máscaras em comunidades do Rio Grande do Sul.



Com atuação em todo Brasil e mais de 24 mil colaboradores em diversos municípios, pudemos articular uma grande rede de apoio às comunidades vulneráveis mais impactadas pela pandemia com a doação de alimentos, equipamentos de proteção, produtos de higiene e recursos financeiros.

COMPLEXO BOM JESUS (PORTO ALEGRE - RS)

Com cerca de 35 mil habitantes e vizinha à nossa sede, o Instituto Lojas Renner apoia a comunidade há mais de dez anos em projetos com jovens, famílias, recicladores e associações comunitárias.

Com essa proximidade e conhecendo bem as demandas dos moradores, doamos 4.210 cestas básicas com alimentos e produtos de higiene e limpeza, distribuídas ao longo de três meses com a orientação das organizações locais para que as famílias tivessem apoio durante a fase mais crítica de isolamento social.

Também asseguramos a renda mínima com apoio financeiro de R\$ 300 por mês por três meses, antes mesmo do auxílio do governo, aos recicladores do Centro de Educação Ambiental (CEA), às costureiras e a outros moradores do Complexo Bom Jesus que têm papel de liderança comunitária e já participaram de projetos do Instituto.

RIO GRANDE DO SUL

Com a logística do Grupo RBS e a participação da Central Única de Favelas (CUFA) doamos 200 mil máscaras para comunidades de Pelotas, Caxias do Sul, Porto Alegre, Passo Fundo e Santa Maria. As máscaras foram feitas com o apoio de nossos fornecedores e por costureiras de comunidades apoiadas por projetos do Instituto Lojas Renner, fortalecendo sua sustentação financeira.

TUMBIRA (AM)

Enviamos à comunidade ribeirinha na Amazônia, já apoiada por outros projetos do Instituto, 310 cestas básicas que precisaram de frete naval para chegar aos moradores. Em julho, quando as cestas chegaram, os moradores estenderam a ajuda e doaram 50 delas para outras comunidades próximas, que ainda não haviam recebido nenhum apoio desde o início da pandemia.

RIO DE JANEIRO (RJ)

Doamos 310 cestas à CUFA, 100 cestas à Casa Nem – casa de acolhimento de LGBTIs e 300 cestas para a iniciativa Showlidariedade, que distribuiu entre os profissionais de entretenimento que perderam renda.

SÃO PAULO (SP)

Doamos 100 cestas para a Casa 1, que abriga pessoas LGBTQIA+, 300 cestas ao Centro de Apoio ao Migrante (CAMI) e 50 à Associação Franciscana de Solidariedade (SEFRAS). Com o apoio da B3 também produzimos junto aos nossos fornecedores e doamos ao Fundo Social do Estado de São Paulo 15 mil cobertores para os moradores de rua do Estado.

SERTÃO DO ALAGOAS, CEARÁ E PERNAMBUCO

Doamos R\$ 50 mil à ONG Amigos do Bem, que equivale a 7.2 toneladas de alimentos, considerando também os custos de logística, que beneficiaram cerca de 2.800 pessoas das regiões.

MONTES CLAROS (MG)

Doamos R\$ 65 mil à ONG Centro de Agricultura Alternativa (CAA) que investiu na compra de máquinas de costura e de tecidos para a produção de 3 mil máscaras e na produção de sabonetes a partir do óleo extraído do caroço do algodão por um grupo de mulheres agricultoras da região, gerando e distribuindo os itens às comunidades locais.

Para contribuir ainda mais com as ações de combate à Covid-19, a cada máscara vendida no *e-commerce* da Renner, Camicado e Youcom doamos R\$ 1 em máscaras de tecido para comunidades em vulnerabilidade.

empreendedorismo e empoderamento

Além das iniciativas de apoio à sociedade no enfrentamento aos desafios da pandemia, o Instituto Lojas Renner seguiu investindo no desenvolvimento de mulheres por meio do apoio à geração de renda e empreendedorismo na cadeia da moda.

Conheça a seguir os principais projetos apoiados.

EMPREENDEDORAS DA MODA

Criado em 2018, o programa promove a capacitação técnica e de gestão de mulheres para que empreendam na criação, ampliação ou profissionalização de seus negócios na cadeia da moda.

Nestes dois anos do programa, nos conectamos com grupos produtivos de vários estados do Brasil, levando conhecimento sobre gestão, empreendedorismo, capacitação técnica em costura e *upcycling*.

Seguimos investindo em alguns grupos que se destacaram para que pudessem se tornar fornecedores da Lojas Renner S.A., apoiando sua sustentabilidade e autonomia financeira.

Um exemplo é a Cooperativa Novos Horizontes, coletivo de Porto Alegre (RS) que, desde dezembro de 2020, está homologado como fornecedor para produtos Renner e Youcom.

Além dos produtos para revenda nas nossas lojas, a cooperativa de mulheres fará a produção de sacolas e cortinas para as lojas que serão inauguradas em 2021.

Em 2020, também estimulamos a geração de renda das empreendedoras da moda com os pedidos de itens de não revenda, como máscaras para doação, sacolas, serviços de modelo de prova e de foto, gerando em 2020, uma renda de mais de R\$ 200 mil para os grupos.

Além disso, desenvolvemos um catálogo para divulgar o trabalho desses grupos:

<https://bit.ly/20h4IS7>

Os recursos investidos pelo Instituto são provenientes tanto dos incentivos fiscais da Lojas Renner S.A., quanto de recursos próprios, captados a partir do movimento Todas Avançam Juntas.

O movimento promove ações comerciais em nossas lojas para engajamento dos clientes e arrecadação de recursos a partir da venda de produtos conectados ao empoderamento das mulheres.

Em 2020, o movimento Todas Avançam Juntas arrecadou R\$ 3,2 milhões, com o lucro de 5% das vendas de 4 dias do mês de março da Renner e Ashua. Além disso, também realizamos a reversão de parte do lucro de vendas de produtos conectados à causa da mulher e ao combate à pandemia durante o ano nas lojas Renner, Youcom, Camicado e Ashua, garantindo mais R\$ 729 mil.

Ao todo, no ano, considerando tanto os projetos de empoderamento das mulheres quanto de apoio no combate à Covid-19, investimos R\$ 8,2 milhões, sendo 75% com recursos próprios, que beneficiaram mais de 46 mil pessoas.



Coleção Re Minas feita com algodão agroecológico do norte de Minas Gerais, plantado e colhido por mulheres apoiadas pelo Instituto Lojas Renner.

TECENDO AUTONOMIA

Desde 2017, desenvolvemos junto da Associação das Mulheres Quilombolas da Comunidade de Malhada Grande, em Catuti (MG), o Projeto Tecendo Autonomia, que proporcionou qualificação profissional às mulheres líderes comunitárias quilombolas e indígenas produtoras rurais de três comunidades para melhoria nos processos produtivos no cultivo do algodão agroecológico.

Em 2020, seguimos investindo no desenvolvimento da agricultura familiar e inserimos em nossa cadeia o total de 3,2 toneladas de algodão agroecológico produzido pelas mulheres, considerando 344 hectares plantados em consórcio, 17 municípios, 81 comunidades, envolvendo grupos quilombolas, indígenas, catingueiros, geraizeiros, vazanteiros e veredeiros.

A colheita de 2019 se transformou na camiseta especial do Todas Avançam Juntas 2020, apoiando o desenvolvimento do negócio social da Associação. Confira no vídeo. A colheita de 2020 irá se transformar na coleção Re com algodão agroecológico, a ser lançada em fevereiro de 2021.

Em dois anos de projeto, já são mais de 6,5 toneladas de algodão agroecológico produzidas pelas mulheres quilombolas apoiadas pelo Tecendo Autonomia.

#TODASAVANÇAMJUNTAS

Em 2019, lançamos a websérie #TodasAvançamJuntas para falar sobre o avanço da mulher e o poder de transformação que ela gera. No novo episódio de 2020, lançado no Dia da Mulher, as mulheres apoiadas pelos projetos do Instituto Lojas Renner falam sobre sororidade, o empoderamento e a moda como elementos de transformação.

Para continuar essa conversa, também criamos o *podcast* #TodasAvançamJuntas, com três episódios com as participantes da websérie.

Assista o **episódio** e ouça o **podcast!**

EMPODERANDO REFUGIADAS

O Empoderando Refugiadas é um dos projetos conduzido pelo Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados (ACNUR), Pacto Global e ONU Mulheres, em parceria com o Instituto Lojas Renner, que acolhe refugiadas venezuelanas e suas famílias, promove sua capacitação em Atendimento e Vendas para o varejo e Modelagem e Costura, e as encaminha para vagas na Lojas Renner S.A.

Desde 2016, quando o projeto começou, já foram capacitadas mais de 300 mulheres, e 87 foram contratadas pela Lojas Renner S.A., apoiando sua inserção social e a construção de uma nova oportunidade de vida no Brasil. Conheça de perto essas histórias:

<https://bit.ly/3bbljdF>

Em 2020, 12 mulheres capacitadas pelo projeto foram interiorizadas a partir de Roraima, junto com suas famílias, e contratadas pela Renner para uma nova jornada de trabalho em lojas de Roraima, São Paulo e Centros de Distribuição do Rio de Janeiro, Santa Catarina e São Paulo.

VOLUNTARIADO PROJETO PESCAR

Contratamos e capacitamos jovens aprendizes em nossa Sede Administrativa por meio do Projeto Pescar, realizado por cerca de 60 voluntários da Companhia, que dedicam seu tempo e conhecimento para ensinar jovens da comunidade Bom Jesus, em Porto Alegre (RS). Mesmo em um ano de pandemia, os encontros entre jovens e voluntários aconteceram de forma totalmente virtual e tivemos 23 jovens aprendizes apoiados pelo projeto.

DOAÇÃO DE PRODUTOS

Quando há disponibilidade de produtos para doação, os encaminhamos para organizações filantrópicas cadastradas em Santa Catarina e São Paulo, onde existem Centros de Distribuição, e no Rio Grande do Sul, onde fica nossa sede. Em 2020 foram doados cerca de 600 mil itens de vestuário.



Cleidismar, refugiada venezuelana, colaboradora da Renner.

clientes

enfrentamento à pandemia

Conscientes do nosso papel em influenciar milhões de pessoas e guiados pela cumplicidade com nossos clientes, criamos formas inovadoras de nos aproximarmos deste público durante a pandemia, em uma conexão que buscou apoiar o bem-estar durante o período de isolamento e incentivar os cuidados com a saúde.



PROXIMIDADE

Criamos o **live shop**, trazendo *influencers* para nossas redes sociais para apresentar aos clientes nossos produtos, tendências e dicas de moda e *styling*.

Ministramos em nosso canal do Youtube aulas de yoga, visitas guiadas a museus, programações voltadas aos pais com crianças e vestimos máscaras nos logos das nossas marcas, conscientizando a população sobre a importância deste método de proteção.



Criamos camisetas com mensagens reconfortantes, com estampas inspirando carinho e gentileza no dia a dia e feitas dentro das premissas do Selo Re com algodão certificado (saiba mais na pág. 107), e revertemos até 30% do valor das vendas (R\$ 10 cada peça), por meio do Instituto Lojas Renner, às iniciativas que ajudaram a minimizar os impactos sociais provocados pela Covid-19 nas comunidades mais vulneráveis.

Publicamos o **Renner Fashion Talks**, nosso *podcast* no Spotify sobre moda, comportamento e sustentabilidade, um dos primeiros *podcasts* do varejo, que busca inspirar o mercado e o consumidor e aprofundar o diálogo com nossa audiência, sempre pautado em temas atuais e relevantes para o público.

“A sociedade está demandando mais do que nunca coerência entre o discurso das empresas e as ações que elas praticam. A Lojas Renner tem uma atuação pautada pela responsabilidade socioambiental, que ficou ainda mais evidente na pandemia, por todas as iniciativas que desenvolvemos para contribuir no combate à Covid-19. Isso foi reconhecido pelos clientes e fortaleceu a relação de cumplicidade que sempre tivemos com eles. Na comunicação, atentos às necessidades das pessoas em cada momento, reforçamos os vínculos já existentes e transmitimos mensagens importantes de proximidade e empatia”.

Maria Cristina de Amarante Merçon
Diretora de Marketing Corporativo



Campanha coleção Comfy produzida por colaboradores em casa.
Colaboradora foto: Ana Claudia Lopes Dias, Gerente de Qualidade

MARKETING RESPONSÁVEL

Gravamos campanhas à distância, com modelos orientados em reuniões por vídeo sobre o conceito criativo, recebendo as roupas em casa, fazendo sua própria produção e gravando em seus celulares.

Nos meses mais críticos, suspendemos a participação de modelos para cadastro de produtos no *e-commerce* e usamos imagens de *still* (só os produtos, sem modelos vestindo), envolvendo o menor número possível de profissionais e seguindo todos os critérios de segurança recomendados.

Pela primeira vez, lançamos uma coleção (primavera/verão) em um evento totalmente online e colaborativo, inspirado nas mudanças que a estação traz e sua representação de uma oportunidade de renovação, convidando nosso público a ressignificar o olhar sobre o tempo, sem ignorar o momento difícil, mas com esperança em dias melhores e a certeza de que eles sempre vêm.

Convidamos um time de artistas para traduzir a proposta da coleção, cada um à sua maneira e de forma colaborativa – e tudo feito de forma segura e remota, gravado de suas casas – para construir a campanha com foco em buscar um olhar mais acolhedor para o novo contexto.

Com o evento, além de apresentar as novas apostas para a estação, democratizamos a passarela em uma *live* nos nossos canais digitais.



APOIO FINANCEIRO

Também buscamos formas de apoiar a manutenção da saúde financeira de nossos clientes, flexibilizando os pagamentos. Implementamos a isenção de juros do Cartão Renner por até sete dias e passamos a oferecer uma linha de crédito para financiamento das faturas do Meu Cartão, com custo 65% inferior ao que era praticado anteriormente.

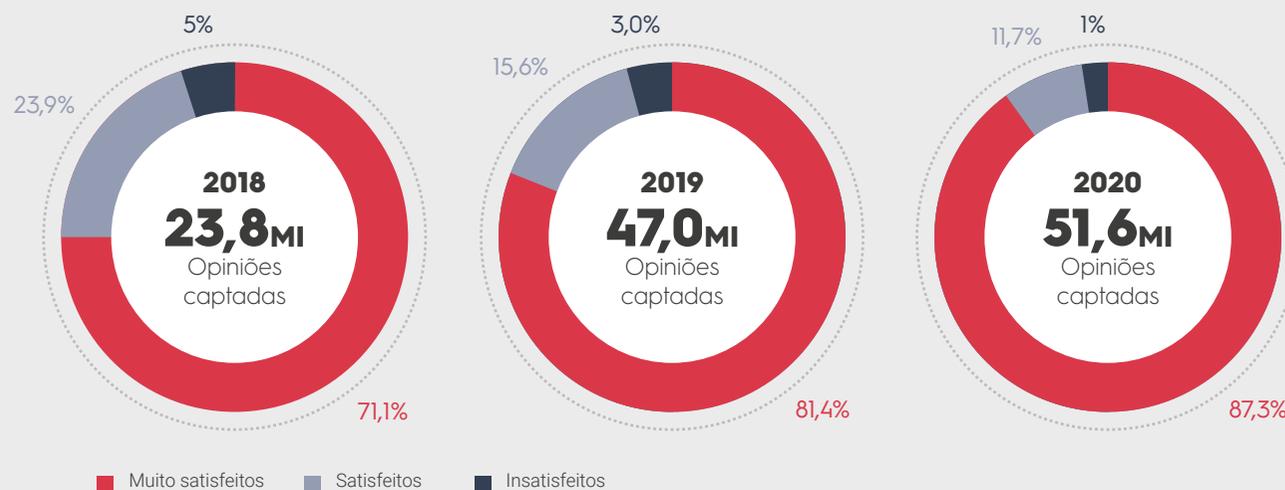
encantamento

Encantar clientes faz parte da nossa essência: é um dos nossos valores e nossa razão de existir. Há mais de 20 anos, fomos pioneiros com a criação do Encantômetro, que mensura a experiência de compra dos clientes na porta de cada loja da Renner – um diferencial da empresa no mercado de varejo de moda.

“Clusterizamos a empresa de acordo com o público alvo, criando uma nova variação de preços conforme as categorias já existentes, além de novas categorias e subcategorias. Tivemos mudanças em relação à abordagem do mercado, nos tornando uma marca mais jovial, mais emocional, próxima do consumidor. Com isso, aumentou o engajamento dos clientes e tivemos maior fidelidade em relação aos nossos produtos, com maior número de recompra.”

Carlos Jaime Alves Paschoal
Diretor da Camicado

RESULTADOS DO ENCANTÔMETRO EM 2020



Em 2020 avançamos com agilidade frente ao novo cenário imposto pela Covid-19 criando novos canais, ferramentas e formas de entrega trazendo importantes ganhos na experiência do cliente (saiba mais na pág. 90).

Como resultado, fomos eleitos a empresa favorita de moda e acessórios no Prêmio Ebit Nielsen, principal premiação brasileira do e-commerce.

No ano, também passamos a percepção dos clientes em relação à sustentabilidade e alcançamos 38,5% de clientes que deram notas 9 e 10 para a gestão de sustentabilidade da Companhia.

Também alcançamos resultado recorde no Encantômetro em 2020, com 99,0% de clientes muito satisfeitos e satisfeitos.

direitos humanos

Em linha com nosso compromisso com os direitos humanos, seguimos trabalhando intensamente para identificar os riscos de violações em nossas operações, mitigá-los e remediar os impactos causados.

Ao longo de 2019, iniciamos a elaboração de **nossa política de Direitos Humanos**, publicada em 2020, que estabelece as condutas e valores a serem observados por todos os nossos públicos para garantir o respeito aos Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos da ONU. Conheça a política: <https://bit.ly/39PU5DL>

No desenvolvimento dessa política, conduzimos um importante processo de diligência de impactos da nossa cadeia nos direitos humanos, buscando identificar os principais riscos de violação e as oportunidades de promover os direitos humanos, com base no Ruggie Framework da ONU e considerando referências sobre o tema da Sustainable Apparel Coalition, dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável e dos índices de mercado de capitais.

Foram mapeados os riscos de violação conforme cada grupo detentor de direito: colaboradores da Lojas Renner S.A., Fornecedores de Revenda brasileiros, Fornecedores de Revenda internacionais, Fornecedores Administrativos, clientes e sociedade. Ao todo foram mapeados 17 riscos e classificados em uma matriz que considera Probabilidade X Severidade.

O resultado é uma matriz que classifica os 17 riscos identificados com base na probabilidade de violação e

na severidade dos impactos para as vítimas, que identifica os riscos prioritários e o nível de maturidade atual da gestão do tema. A matriz reforçou com indicadores nosso trabalho contínuo de gestão dos direitos humanos.

Os principais riscos prioritários identificados, inerentes à operação, são:

- Fraude, corrupção e violações trabalhistas na cadeia de Fornecedores de Revenda internacional
- Danos ao meio ambiente no processo produtivo
- Discriminação entre colaboradores

A partir da diligência, em 2020 desdobramos a governança e estratégia de gestão de direitos humanos e mobilizamos um grupo de trabalho multidisciplinar para tratar os riscos identificados.

Temos o compromisso de avançar continuamente no tratamento dos riscos de violação dos direitos humanos.

Assim, seguimos ampliando a abrangência das auditorias de conformidade junto aos Fornecedores de Revenda internacionais (saiba mais na pág. 62), dos programas de desenvolvimento de práticas de sustentabilidade na cadeia produtiva (saiba mais na pág. 110), do nosso programa de conformidade (saiba mais na pág. 66) e da promoção da diversidade, igualdade e combate à discriminação (saiba mais na pág. 49).

COMBATE À DISCRIMINAÇÃO

Considerando o cenário do ano e os riscos identificados na matriz, priorizamos o risco de discriminação e criamos iniciativas, incluindo nossos públicos interno e externo, para gestão do tema em duas frentes: a tolerância zero à discriminação e assédio e combate à violência doméstica. Para isso, mobilizamos uma *squad* multidisciplinar para promover as ações relacionadas aos dois temas e com entregáveis nas áreas de processos, sensibilização, treinamento, mitigação e medidas corretivas.

Como avanços iniciais nessa jornada, em 2020 realizamos treinamentos para colaboradores e lideranças sobre assuntos relevantes ao tema - como vieses inconscientes, racismo, discriminação, assédio, entre outros - e nosso Canal de Denúncias, que até então era interno, passou a ser operado por uma empresa terceira e foi inclusa a categoria “discriminação”, que permitirá tratar e contabilizar esses casos especificamente (saiba mais na pág. 29).

Também estamos trabalhando na padronização e formalização dos processos de investigação e tratativa para as denúncias, das medidas corretivas para agressores e do plano de remediação às vítimas.

Em 2021, iremos centralizar no *Compliance* Corporativo o registro dos incidentes em loja, envolvendo agressão física, assédio, discriminação e *bullying* entre colaboradores e clientes.

DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Em linha com o trabalho de estratégia e governança de Direitos Humanos, iniciamos a construção do Plural, programa que orienta a nossa estratégia de diversidade e inclusão.

Um grupo de trabalho de colaboradores representantes dos diferentes negócios, áreas e perfis de diversidade iniciou a construção do Programa com o apoio de uma mentoria conduzida por consultoria especializada. Ao longo da mentoria, o grupo de trabalho e o time de RH passaram por quatro treinamentos sobre vieses inconscientes, lugar de fala, grupos minorizados e discriminação.

A diversidade também passou a fazer parte do programa Boas-Vindas, que recebe novos colaboradores, e do programa Jovens Talentos, que recebe estagiários e *trainees*.

Em 2021 iremos trabalhar o desdobramento do Plural, planejando as ações e iniciativas para realização dos nossos objetivos estratégicos de diversidade e inclusão.

Em junho de 2020, passamos a fazer parte da Coalizão Empresarial Pelo Fim da Violência Contra Mulheres e Meninas e do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+.

ESTRATÉGIA 2021

Nosso caminho para uma empresa mais Plural





inovação para aproximar

Foto: Coleção Primavera/Verão 2020
lançada em desfile online, uma inovação
na forma de estar mais perto do cliente.

presença **omnicanal**

GRI 102-10

encantamento em todos os formatos

Ser digital é muito mais sobre pessoas do que sobre tecnologia. É absorver tecnologia para cumprir e reforçar nossa proposta de valor e nossa visão de encantar a todos. Usar a tecnologia como habilitador para transformar a experiência do cliente, os processos operacionais e o modelo de negócio, trazendo mais eficiência e sustentabilidade.

Como não podia deixar de ser, em 2020, o terceiro ano de nosso ciclo estratégico de transformação digital 2018-2025, o contexto impulsionou a evolução de um negócio mais digital e *omnicanal*.

Tínhamos as bases preparadas, tanto do ponto de vista tecnológico, quanto do ponto de vista de cultura e *mindset* para inovação e digitalização. Com o novo cenário, investimos na aceleração e antecipação do desenvolvimento em tempo recorde de projetos que fortalecem nosso relacionamento, facilitando a experiência dos clientes, ampliando os canais de venda e aprimorando as entregas.

Com as novas necessidades trazidas pelo distanciamento social, o cliente também viu sua forma de comprar mudar, acelerou seu comportamento e percebeu os benefícios em usar a *omnicanalidade*, comprando e recebendo seus produtos onde, como e quando quiser.

Essas mudanças levaram os hábitos de consumo da sociedade, de maneira duradoura, a um novo patamar, com avanços no comportamento digital que, mesmo com o retorno do presencial, deve se manter nas opções de compra dos clientes.

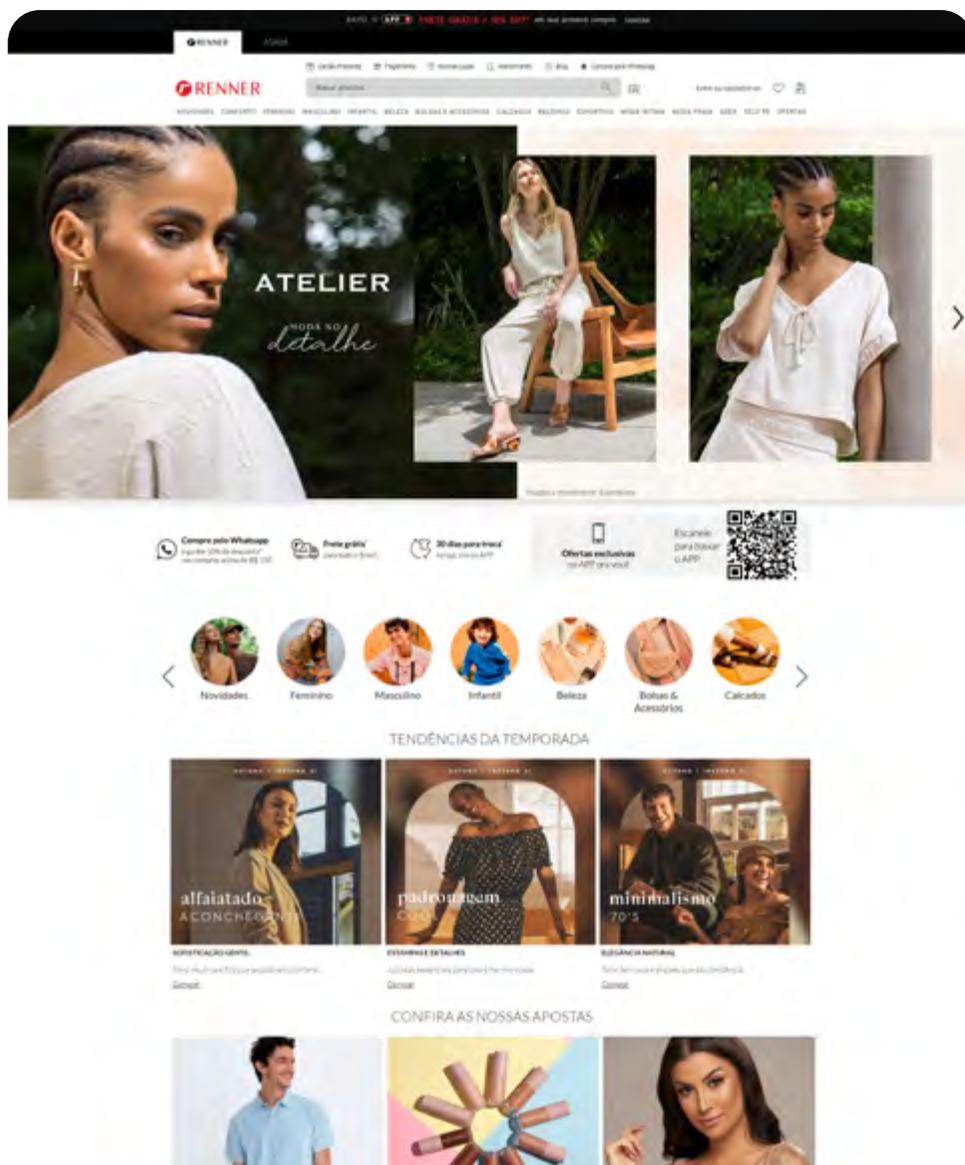
Nossos projetos de inovação e digitalização, acelerados pela pandemia, também nos levam a um novo nível de serviço e de *omnicanalidade*. Em poucos meses, avançamos anos de nossa estratégia digital, adaptamos processos complexos, aprendemos muito e cuidamos cada vez melhor da experiência em toda a jornada do nosso cliente em um ecossistema *omnicanal*.



Fomos pioneiros em muitos avanços da transformação digital do setor nos últimos anos, o que nos preparou para aproveitar as oportunidades do novo cenário e fortalecer o encantamento de nossos clientes.

Somos a primeira empresa do nosso segmento de varejo de moda a ter um aplicativo, a desenvolver projetos de *data driven* para distribuição e sortimento de produtos e a ter diretorias especializadas em negócios digitais e novos negócios.

Mesmo antes da pandemia da Covid-19, nosso *e-commerce* já vinha apresentando uma performance relevante, crescendo consistentemente nos últimos anos.



Conheça a seguir os principais avanços e inovações de 2020.



Em 2020, nosso e-commerce cresceu 126%, alcançando representatividade de 12,3% das vendas. E tudo isso com o cuidado de sempre em encantar o cliente. Como resultado, fomos eleitos pelo Prêmio EBIT a loja online mais querida do setor, em votação popular.

“A Renner é consistente e adaptável. Prova disso é ter ousadia para fazer a mudança mesmo quando as forças externas forem contrárias. As relações de ganha-ganha, como investimentos em logística e *omnicanalidade*, são duradouras. Hoje 50% das vendas no e-commerce são feitas para clientes novos”.

Guilherme Reichmann
Diretor de Novos Negócios

novas formas de comprar

Minha Sacola: em apenas uma semana, antecipamos e concluímos o projeto, previsto para 2021, e lançamos uma nova opção de geração de renda. O Minha Sacola permite que qualquer pessoa (inclusive nossos colaboradores) se inscreva e anuncie produtos da Renner, publicando links em suas redes sociais e grupos de WhatsApp, recebendo uma comissão líquida de 7% sobre qualquer venda gerada a partir do acesso por meio desses links.

O Minha Sacola gera uma oportunidade relevante, no momento de crise e alto índice de desemprego, para que as pessoas possam gerar uma renda extra. Ao final de 2020, replicamos o projeto para operação Uruguai e já contamos com 17.400 vendedores cadastrados.

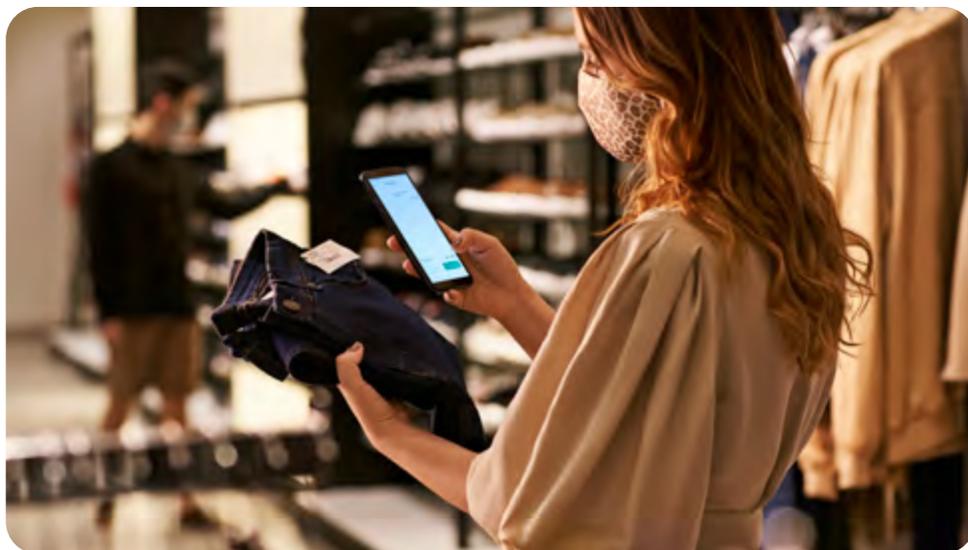
Venda por WhatsApp: também previsto para 2021, o serviço de venda por WhatsApp foi desenvolvido em pouco mais de uma semana e começou a funcionar em abril, em Porto Alegre, para atender clientes que se sentem mais confortáveis em conversar com um colaborador no momento da escolha dos produtos. Ao final de 2020, o novo canal já estava funcionando para Renner, Camicado e Ashua.

Ligue e compre: nossos clientes também passaram a poder comprar seus *looks* favoritos por telefone, com a ajuda de uma equipe de consultores desde a escolha dos produtos até o pagamento e escolha da entrega.

Live shop: em *lives* nas nossas redes sociais, *influencers* de moda apresentaram nossos produtos, tendências e dicas de moda e *styling*, com QR Codes que levam os clientes ao nosso *e-commerce*, elevando a experiência de compra. Nas *lives* do projeto Renner Live Music, os artistas que se apresentavam também usavam e mostravam nossos *looks*, que eram vendidos com desconto no *e-commerce*.

“Aceleramos nossa transformação digital sem abrir mão de avançar na experiência do cliente, na usabilidade dos sites e *apps* e em novas funcionalidades para facilitar a jornada de compra. É uma nova era, em que nossa sólida história nos dá base para desenvolver as habilidades e atributos que vão nos levar ao futuro”.

Ronaldo Magalhães Lima
Diretor de Negócios Digitais



Cliente usando a tecnologia Pague Digital no seu *app* da Renner.

Venda digital: desde 2019, as lojas físicas também passaram a oferecer produtos além dos seus estoques e os clientes podem comprar nas lojas os produtos do *e-commerce* e escolher onde preferem receber.

Caixas de autoatendimento: em 2020, lançamos em uma loja o projeto piloto com caixas de autoatendimento, em que o cliente pode experimentar uma jornada com mais autonomia na conclusão de suas compras, o que apoia o distanciamento social.

Pague Digital: desde 2019, de maneira inovadora no varejo brasileiro, clientes com Cartão Renner têm a alternativa de pagar e concluir a compra por meio do *app* da Renner, com o seu próprio smartphone, em qualquer lugar da loja, permitindo uma jornada 100% autônoma.

Venda móvel: desde 2019, os clientes também podem finalizar suas compras com agilidade em qualquer lugar da loja, com o apoio de um colaborador com um dispositivo móvel, o que, em tempos de pandemia, ainda ajuda a promover o distanciamento social. Hoje, cerca de 20% das vendas em lojas físicas da Renner já são concluídas nessa modalidade.

“A Realize CFI acelerou em 2020 a implantação de soluções digitais inovadoras para aprimorar a experiência de compra e de relacionamento com os clientes da maior varejista de moda *omni* do Brasil. Fruto de um trabalho que vem sendo desenvolvido por equipes multidisciplinares, ágeis e em *squads*, os lançamentos deixam um importante legado neste momento de transformação dos hábitos de consumo”.

Gustavo Guedes Maniero
Diretor Presidente Realize

“2020 foi um ano desafiador para todos nós, com o foco muito grande em ajudar clientes e colaboradores, cuidar das pessoas e do negócio. O destaque fica para o avanço importante que tivemos na digitalização dos produtos e serviços financeiros. Atualmente, 95% das faturas são digitais. Antes da pandemia, 80% dos pagamentos eram realizados nas lojas físicas. Na pandemia, isso se inverteu. Também demos condições para que os clientes pudessem administrar suas finanças na palma da mão”.

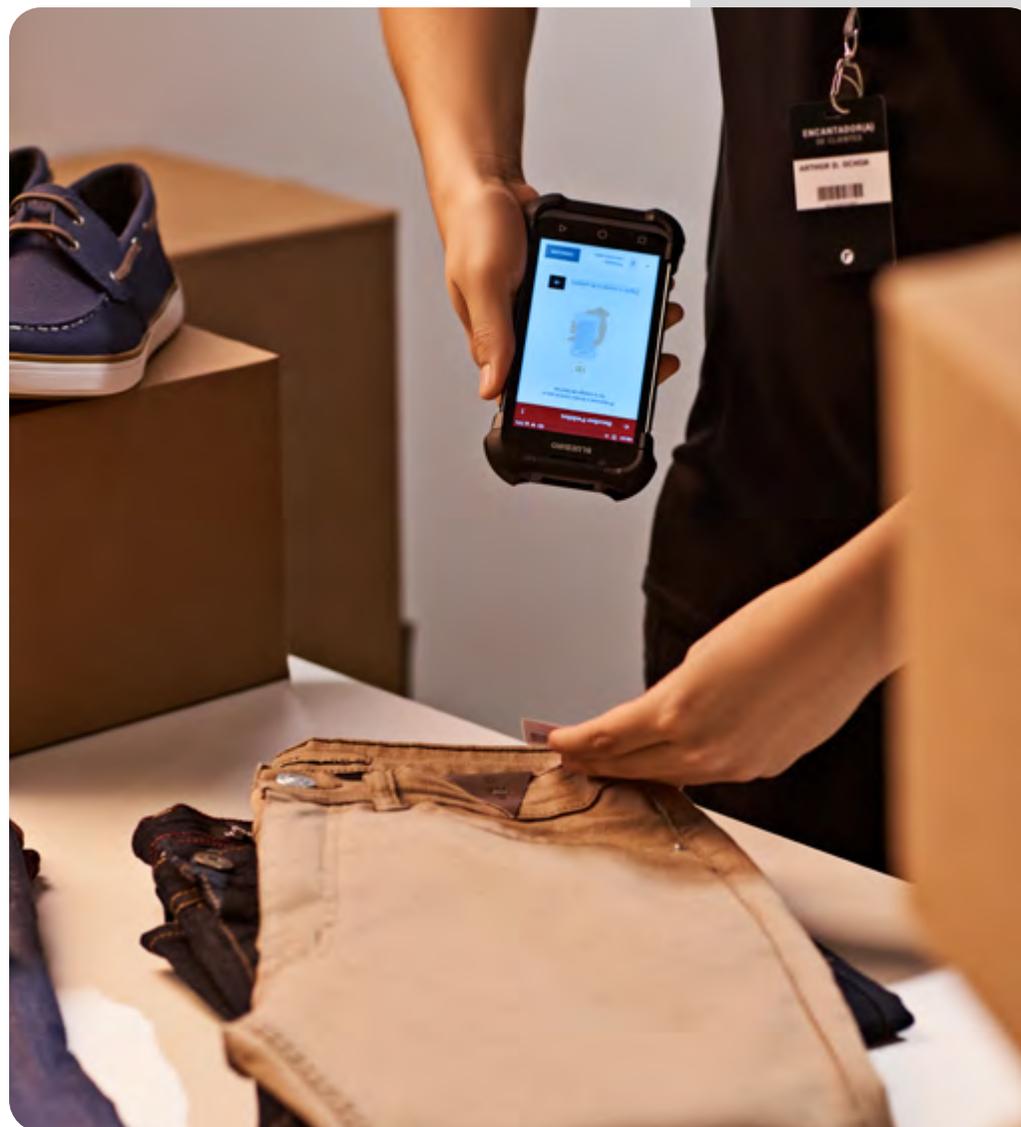
Roberto Medina
Diretor da Realize

mais conveniência para receber os produtos

Prateleira infinita: com um sistema baseado em inteligência artificial, que identifica a localização do cliente que comprou online e recorre aos estoques das lojas mais próximas, nossas lojas passaram a funcionar como mini centros de distribuição, aproximando nossos produtos de centenas de municípios de todo o Brasil, diminuindo significativamente os prazos de entrega e garantindo maior disponibilidade dos produtos desejados. Já são mais de 180 lojas da Renner operando neste modelo *shipping from store*, que nos oferece a prateleira infinita e está em expansão também nos outros negócios.

Drive-thru: durante os meses de isolamento social, disponibilizamos em todos os estados brasileiros a opção de retirada das compras feitas online por meio do *drive-thru* na unidade mais próxima, com opção de horário marcado, proporcionando agilidade e segurança aos clientes.

Retire em loja: há alguns anos nossos clientes também podem optar por comprar seus produtos online e recebê-los na loja escolhida. As trocas dos produtos online também podem ser feitas direto nas lojas.



Tecnologia com inteligência artificial, que identifica localização do cliente em compras online e encurta tempo de entrega.

novas funcionalidades

Além de apresentar novas possibilidades de comprar e receber produtos, trabalhamos intensivamente para dar a melhor experiência ao nosso cliente em sua jornada digital:

- Criamos novas funcionalidades, como o review de produto no site, nova busca por imagem e novo provador virtual com maior precisão nas medidas.
- Criamos menu específico no site e no *app* com sugestões de roupas para usar em casa.
- Avançamos na usabilidade do *app* e conquistamos a posição de **app mais baixado e acessado do varejo de moda**.
- Nos aproximamos do cliente com mais conteúdo de qualidade em nosso *e-commerce* e em muitos formatos que apoiaram seu entretenimento, saúde e bem-estar (saiba mais na pág. 82) e também sua conscientização para escolhas mais sustentáveis na compra e no uso dos produtos (saiba mais na pág. 120).
- Passamos a aceitar novas formas de pagamento, como Samsung Pay, Apple Pay, Link de Pagamento, QrCode e PIX.
- Lançamos novo *app* Meu Cartão com o dobro de funcionalidades e biometria para dar ainda mais segurança aos clientes.
- Avançamos na digitalização dos serviços da Realize, alcançando 80% dos clientes com faturas online usando a experiência digital, um grande aumento considerando o patamar de 20% do ano anterior.
- Batemos o recorde de acessos mensais no *app* Meu Cartão, com 20 milhões de acessos.

“No auge da pandemia, tivemos 20 milhões de acessos na seção de cartões do *app* da Renner, o que representou uma maior oportunidade de engajamento dos nossos clientes. Também ampliamos as funcionalidades no *app* de 22 para 44, melhorando a jornada do usuário em termos de usabilidade e proposta de valor”.

Sandro Almeida
Diretor de Produtos e Serviços
Financeiros da Realize

bases sólidas

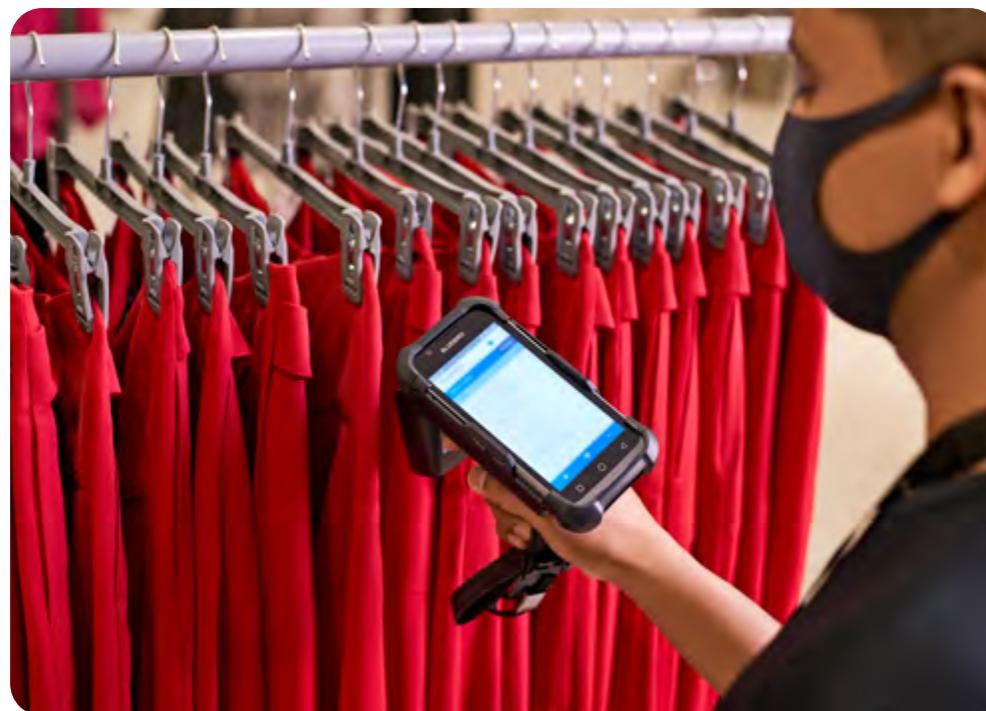
Todos os avanços significativos e a aceleração na transformação digital só foram possíveis pelo investimento contínuo em tecnologia nos últimos anos.

Desde 2019, adotamos a tecnologia RFID para identificação de produtos Renner, o que automatiza processos, nos dá muito mais precisão e agilidade na gestão de estoque e na reposição da área de vendas, permite a integração dos estoques dos CDs e lojas em uma plataforma *omnichannel* e, ainda, permitirá uma jornada do cliente com mais autonomia, a partir de 2021, eliminando processos de remoção de alarmes que eram feitos exclusivamente no caixa.

Desde 2018, também usamos modelos e algoritmos de previsão de demandas que nos permitiram chegar a uma inteligência artificial de previsibilidade no nível de estoque de produto por loja, 100% integrada com os sistemas da Renner, e alocar o abastecimento de forma 100% automatizada e

com muito mais precisão. Em 2020, o total de lojas abastecidas por esse modelo, alocados sem intervenção humana, saltou de 8,5% no ano anterior para 17% na Renner, além de alcançarmos 6% na Youcom e iniciar projeto piloto na Camicado. A tecnologia também elevou o índice de disponibilidade dos tamanhos e cores dos produtos procurados pelos clientes nos pontos de venda.

A maior velocidade e a precisão nas projeções sobre as tendências de moda e os desejos dos clientes também evitam quebras de estoque, dão maior planejamento às encomendas, apoiando o relacionamento com nossos fornecedores, e promovem a sustentabilidade, nos permitindo programar a produção com maior alinhamento ao real comportamento da demanda, sem consumo desnecessário de capital de giro nem desperdício de matérias-primas, e reduzindo a necessidade de remarcações e de nova produção para alcançar os objetivos de venda.



Tecnologia RFID, que traz precisão e agilidade na gestão do estoque.

“Todos os processos da Companhia foram migrados no primeiro trimestre, o que trouxe ganhos de escala, eficiência e economia. Isso nos deu mais robustez e permitiu personalizar as entregas pelos sites. Com a gestão da TI unificada, conseguimos operacionalizar importantes entregas junto a área de G&D, como Workplace, Degreed e implementação e ampliação do *home office*. O time de TI também apoiou melhorias na operação das lojas para suportar o empoderamento do cliente, ampliando a experiência de compra”.

Alessandro Pomar
Diretor de Tecnologia da Informação

logística preparada

Em 2020, avançamos na expansão das capacidades da nossa logística para o atendimento dos negócios e ajustamos os modelos de operação para os novos formatos de venda, entrega e retirada de produtos (saiba mais na pág. 90), em linha com as estratégias de transformação digital.

Diversificamos nossas operações, reforçamos nossos times, evoluímos na qualidade das embalagens e preparo dos produtos enviados, gerando melhores experiências de compra aos clientes dos canais digitais, e habilitamos novas operações em tempo recorde. Promovemos ainda uma maior sinergia entre as empresas do grupo através do compartilhamento de transportes com gestão de forma corporativa, gerando ganhos de eficiência e operações cada vez mais sustentáveis.

Enfrentamos diversos desafios com as entregas de fornecedores, exercendo nossa responsabilidade ao não cancelar pedidos que já estavam em andamento (saiba mais na pág. 57), através de uma gestão e planejamento eficaz do equilíbrio de estoques, o que tornou viável a continuidade de recebimento de pedidos, mesmo em muitos casos em que os produtos não foram imediatamente para as lojas.

Nos adaptamos ao cenário emergente com novas diretrizes de saúde e segurança, replanejamos

nossos Centros de Distribuição e malhas visando a retomada posterior com maior agilidade e excelência. Essa calibragem nos permitiu reabrir com estoques saudáveis e um *portfólio* de produtos adequados para o reabastecimento das lojas, além de promover a expansão significativa da *omnicanalidade*, através do *shipping from store* (saiba mais na pág. 92), elevando o nível de serviço aos nossos clientes ao aumentar a disponibilidade de produtos e reduzir o tempo de entrega.

Tudo isso só foi possível graças a uma gestão capaz e integrada. Em 2019, com os avanços na gestão de nosso modelo logístico, tínhamos implantado um fórum de governança integrada do fluxo do produto, composto pelas Diretorias de Produto, *Supply Chain* e Operações de Lojas, que ganhou ainda mais relevância no cenário da pandemia, aprimorando o planejamento e a gestão de forma conjunta, com base em indicadores de performance, permitindo uma tomada de decisão mais ágil, fluída e precisa.

Em meio a tantas mudanças, seguimos com a construção de nosso novo Centro de Distribuição em Cabreúva (SP), com conclusão prevista para 2022, e que permitirá ganhos de eficiência, velocidade e sinergia entre os negócios, além de uma maior integração entre os canais online e off-line.

“Com o fechamento das lojas, em março, mantivemos a operação necessária para a troca de coleção com a mudança de estação. Este foi um grande desafio e exigiu a adaptação dos Centros de Distribuição. Foi uma decisão acertada, pois permitiu planejarmos a retomada da nossa operação física com o mix adequado de produtos. Quando as lojas reabriram, já estávamos com o estoque abastecido de roupas de inverno”.

Pedro Pereira
Diretor de *Supply Chain* e Logística

segurança dos dados

A segurança da informação é um aspecto cada vez mais relevante na sociedade contemporânea, com a conectividade crescente e a ampliação da internet no dia a dia das pessoas. Para nós, que acessamos dados pessoais de milhões de clientes, a Segurança da Informação é um dos pilares do negócio, faz parte dos compromissos fundamentais do Código de Conduta e conta com o envolvimento direto do Conselho de Administração na gestão, aprovando e validando a estratégia que orienta nossa gestão sólida do tema:

ESTRUTURA

- Duas áreas estruturadas voltadas para o tema Cyber Segurança na Companhia:
 - Área de Segurança da Informação, da Diretoria de TI
 - Área de Riscos e *Compliance* de Segurança da Informação, da Diretoria de Riscos
- Comitê Corporativo de Riscos Cibernéticos e Fraude, multidisciplinar

PRIVACIDADE E SEGURANÇA PARA CLIENTES

- Política de Privacidade e de Proteção de Dados Pessoais da Lojas Renner S.A., formal e publicada, que rege as diretrizes a serem observadas e esclarece as condições gerais de coleta, uso, armazenamento, tratamento e proteção de dados nos sites, plataformas e aplicações de internet, em conformidade com a Lei 12.965/2014 (Marco Civil da Internet), Decreto nº 8.771/2016 (Regulamentação do Marco Civil da Internet) e a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

POLÍTICAS E NORMAS

- Temos uma estrutura de diretrizes composta por 3 políticas e 21 normas, bem como manuais detalhando os processos como, por exemplo:
 - Política de Segurança da Informação
 - Política de Segurança da Informação para Parceiros
 - Política de Gestão de Continuidade do Negócio (GCN)
 - Norma de Classificação da Informação
 - Norma de Governança e Proteção de Dados
 - Norma de Gestão de Incidentes de Segurança da Informação e Privacidade de Dados
 - Norma de Gestão de Riscos de Segurança da Informação
 - Norma de Controle de Acesso Lógico
 - Manual de Plano de Resposta a Incidentes Cibernéticos

Contamos com uma estrutura dedicada na área de **Compliance**, na Diretoria de Riscos, voltada à conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que trabalha desde 2018 nos avanços necessários para adoção das melhores práticas no tema.

Em 2020, concluímos a implantação do projeto de adaptação à LGPD com entregas importantes para garantir a privacidade e segurança de dados:

- Estrutura voltada à proteção de dados
- Processo de *Privacy by design* para tratamento de dados pessoais em novos produtos, processos e alteração de processos
- Processo de gestão de inventário de dados
- Implantação de mais de 30 normas voltadas à proteção de dados e segurança da informação
- Processos para atendimento aos titulares dos dados
- Aprimoramento do processo de prevenção de vazamento de dados
- *Roadmap* de conscientização dos colaboradores
- Plano de capacitação dos colaboradores em proteção de dados na Universidade Renner
- Nomeação de Agentes de Privacidade

PROTEÇÃO CONTRA ATAQUES CIBERNÉTICOS

Temos diversos processos para proteger a Companhia do risco de ataques e intrusões por hackers (ou crackers), com quatro macro estruturas principais de operação ancoradas em empresas parceiras especializadas:

- *Security Operation Center (SOC)* voltado à proteção do perímetro de internet, correlação de eventos e resposta a incidentes.
- *Ethical Hacking*, com testes de intrusão no ambiente com recorrência agendada em calendário mensal.
- *Brand Protection*, voltado à monitoração das principais marcas da Lojas Renner S.A. na internet.

Também contamos com um profissional com perfil dedicado a realizar Testes de Intrusão periódicos no ambiente, uma equipe que gerencia as vulnerabilidades técnicas, bem como um Plano Formal de Resposta a Incidentes Cibernéticos. Adicionalmente, a Companhia conta com a cobertura de um seguro cibernético contratado.

RESPOSTA A INCIDENTES E INTERRUPTÕES

Temos uma Política e um processo formal de Gestão de Continuidade de Negócios (GCN), por meio do qual realizamos o levantamento dos riscos de parada operacionais (parcial ou total) e a Análise de Impacto de Negócios (BIA).

A partir desse cenário, definimos as estratégias no Plano de Continuidade Operacional (PCO) para os processos, bem como, um Plano de Recuperação de Desastres (DRP) para todos os sistemas classificados como vitais e críticos na BIA. Para garantir a eficiência desse processo, realizamos testes anuais dos PCOs e semestrais do DRP e realizamos treinamentos para a resposta a incidentes.

PROTEÇÃO DOS DADOS DOS CLIENTES

Em relação ao risco de vazamento de informações, temos grande foco na proteção dos dados dos clientes: somos recertificados anualmente no *Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS)* desde 2012, padrão das bandeiras para proteção de dados de cartões de crédito e débito. Usamos técnicas de proteção de dados nas bases de dados e funcionalidades de *Data Loss Prevention (DLP)* ativas para a monitoração e prevenção do vazamento de dados sensíveis.

Em 2020, registramos uma reclamação relativa a privacidade do cliente, por um erro de sistema, analisada e resolvida no mesmo ano, e nenhuma reclamação relacionada à perda de dados de clientes.

GESTÃO DE IDENTIDADES E ACESSOS

Temos uma plataforma de gestão das identidades e acessos dos colaboradores e empresas parceiras que cobre os sistemas mais relevantes e a grande maioria das contas de acesso. A plataforma se utiliza de premissas de matriz de acessos baseadas em funções *Role-Based Access Control (RBAC)*, *Single Sign-On* e processos complementares.

CONSCIENTIZAÇÃO PARA SEGURANÇA

Consideramos que os nossos colaboradores e parceiros formam o elo mais importante da rede de proteção das informações, em linha com nosso valor corporativo Gente. Neste sentido, temos um programa corporativo voltado à educação e conscientização em segurança da informação.

O programa conta com palestras de integração em segurança da informação para novos colaboradores, uma semana anual dedicada para conscientização em segurança da informação denominada *Cyber Week*, um Programa de Segurança da Informação disponibilizado online na Universidade Renner, bem como campanhas de educação em temas como cuidado com senhas, crimes cibernéticos, classificação da informação, entre outros.



CAPITAIS



ODS



RELATÓRIO ANUAL

moda responsável



Foto: Coleção Re Jeans feita a partir de tecidos reciclados e com redução no consumo de água.

combate às mudanças climáticas

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 305-3, TCFD 6, TCF 7, TCFD 8, TCFD 9, TCFD 10

CONTEXTO

O IPCC (sigla em inglês para Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas), principal órgão global sobre o tema, estima que as atividades humanas já tenham causado 1,0°C de aquecimento global acima dos níveis pré-industriais, o que já impacta a sociedade negativamente com eventos climáticos extremos, como ondas de calor, secas, inundações, tempestades de inverno, furacões e incêndios florestais.

O Painel define também que um aumento de 2°C acima da temperatura pré-industrial trará grandes perdas de biodiversidade no planeta e perdas econômicas, estimadas em 20% do PIB, além do grande impacto imensurável nas vidas das pessoas. Ou seja, agir para combater a mudança global do clima é urgente e depende de todos.

Por isso, o Acordo de Paris, que entra em vigor em 2020, reuniu 195 países comprometidos em conter o avanço da temperatura a 2°C, por meio da redução das emissões de gases causadores do efeito estufa. O Brasil tem a meta, estabelecida no acordo, de reduzir 43% das emissões até 2030.

MITIGAÇÃO

Para apoiar essa missão tão urgente da sociedade, temos o compromisso público de, **até 2021, reduzir em 20%* as emissões corporativas absolutas de CO₂** frente ao ano base 2017. Em 2020, alcançamos a meta, com 36,75% de redução nas emissões frente ao ano base, queda impulsionada pelo incremento considerável de energia renovável nas operações (alcançando a marca de 65%) e também favorecida pela diminuição das operações, devido à pandemia.



* Considerando escopos 1, 2 (abordagem por escolha de compra) e 3.

Buscamos alcançar esse objetivo trabalhando tanto nos ganhos de eficiência energética em nossa operação própria e logística, assuntos abordados neste capítulo, como também na transformação da cadeia produtiva para um modelo mais circular, com matérias-primas e processos menos impactantes, assuntos abordados no próximo capítulo, pág. 107.

Além de reduzir o volume de nossas emissões, também reduzimos o impacto que elas têm, por meio da compensação.

Há cinco anos somos um negócio carbono neutro: compensamos anualmente 100% das nossas emissões de gases de efeito estufa apuradas no inventário do ano anterior.

A compensação em 2020 se deu por meio do apoio a um projeto de preservação de 186 mil hectares de floresta e de um projeto de reuso de águas industriais, que retroalimenta o setor produtivo, diminuindo o consumo de água e liberação de metano e um projeto de plantações florestais em terras anteriormente sob pastagem extensiva de gado.

Conheça nossos indicadores de emissões e intensidade de emissões no anexo de indicadores complementares, pág. 105.

Para fortalecer a relevância de nosso compromisso com o combate às mudanças climáticas, a remuneração variável de curto prazo dos executivos está atrelada ao alcance de metas de combate às mudanças climáticas, por meio de temas como eficiência energética, ampliação da proporção de energia renovável e redução das emissões em logística.

ADAPTAÇÃO

ANÁLISE DE RISCOS

Além da mitigação das mudanças climáticas também temos trabalhado em nossa estratégia de adaptação a este cenário, de maneira a reduzir, controlar os riscos e gerar oportunidades.

Em 2019, realizamos um trabalho de identificação de riscos, oportunidades e medidas de adaptação frente às mudanças climáticas, considerando a realidade da empresa e as especificidades do setor varejista para os próximos 30 anos.

O estudo abrange as operações da Renner, Camicado, Youcom e Ashua, considerando 592 lojas (total de lojas no momento do estudo) no Brasil, Uruguai e Argentina, além de 3 Centros de Distribuição em operação (e um em prospecção) e duas unidades administrativas.

CATEGORIAS DE RISCO E OPORTUNIDADES ANALISADAS

Transição

- **Regulatórios:** acordos internacionais e acordos voluntários; padrões de certificação de qualidade do ar (limites para poluição atmosférica); precificação de carbono; regulações sobre a taxa de energia/combustível, sobre a eficiência do produto e sobre energias renováveis; incertezas sobre novas regulações; e outros riscos associados à regulação.
- **Outros Riscos:** reputação; comportamento do cliente; e incertezas de mercado.

Físicos

Mudança nos padrões de temperatura (extremos e tendências); mudança nos regimes de precipitação (extremos e tendências); mudança de frequência de eventos extremos, que levam aos impactos de ondas de calor, inundações e deslizamentos, além de incertezas e outros potenciais riscos físicos indiretos, como incêndios florestais e secas meteorológicas.

PRINCIPAIS RISCOS IDENTIFICADOS

- Ondas de calor gerando mudanças no comportamento do consumidor e nas estratégias de marketing e com influência negativa no conforto dos colaboradores e clientes.
- Impacto de inundações e deslizamentos afetando os processos de logística (CDs), lojas e cadeia de fornecimento.
- Influência da escassez hídrica na produção de matéria-prima (algodão).
- Riscos regulatórios, como a precificação do carbono e a taxa de emissões de gases de efeito estufa (GEE), que já são realidade em vários países, afetando os custos operacionais, principalmente nas operações logísticas.

PRINCIPAIS OPORTUNIDADES IDENTIFICADAS

- O aumento da eficiência energética e o investimento em energias de baixa emissão de GEE podem trazer vantagem competitiva frente às empresas que não fazem esforços para modernizar seus processos.
- Eventos extremos de precipitação que elevam o risco de inundações e deslizamentos podem afetar diretamente o acesso e o comportamento do consumidor, criando também maiores oportunidades de vendas online.
- Busca por novas frentes de negócios por meio de colaboração em projetos governamentais de baixo carbono e o fomento a pequenos empreendedores e a comunidades.

A partir desses resultados estamos montando um plano de adaptação às mudanças climáticas que terá como objetivo criar uma estratégia de transição para uma economia de baixo carbono, reduzir a vulnerabilidade das operações frente aos riscos físicos, alavancar as oportunidades e permitir a comunicação efetiva com as partes interessadas.

Em 2020, realizamos rodadas de engajamento frente aos temas com diversas áreas da companhia que têm relação direta com os riscos e oportunidades atrelados às mudanças climáticas, **impulsionando a incorporação da variável de riscos climáticos nas tomadas de decisão.**

PRECIFICAÇÃO

Em 2020, avançamos com um estudo de precificação de carbono, que atribui custos aos impactos das mudanças climáticas apoiando a antecipação de impactos, riscos e oportunidades e, portanto, representando um instrumento estratégico para tomada de decisão na jornada da descarbonização.

O estudo avaliou, dentre outros aspectos, o uso de eletricidade e combustíveis, que juntos representam 97% das emissões da nossa cadeia de valor, e considerou, inicialmente, uma calça jeans feminina amaciada, um produto com alta representatividade e com dados disponíveis a partir das Avaliações de Ciclo de Vida realizadas (saiba mais na pág. 117). Analisamos também diferentes cenários, identificando que o processo produtivo no Brasil tem maior uso de energia elétrica gerada a partir de fontes renováveis do que o internacional.

Considerando o preço interno médio do carbono no setor de varejo de moda no mundo de R\$ 150/tCO₂e, identificamos que a precificação de carbono tem potencial de impacto de 1,97% no lucro em longo prazo.

Com o estudo, também fizemos rodadas internas de engajamento sobre o tema de modo a apoiar e preparar os times para uso da precificação de carbono, nas áreas que têm relação direta com os riscos e oportunidades atrelados: Arquitetura e Engenharia, Planejamento e Controle, Departamento de Energia, Projeto de Expansão, Gestão de Fornecedores de Revenda, Prevenção e Perdas, Divisão de Lojas, Financeiro, Centros de Serviços Compartilhados e Financeiro.

COLABORAÇÃO

Nossa gestão das mudanças climáticas é ancorada em iniciativas colaborativas que são referências no tema, dando força aos nossos compromissos e práticas.

DESDE 2010

- Nos mantemos no Índice Carbono Eficiente (ICO2) da B3.

DESDE 2014

- Realizamos a publicação do nosso inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) com verificação por terceira parte (KPMG em 2020) e selo *Gold* do programa brasileiro GHG Protocol.
- Respondemos voluntariamente ao questionário do Carbon Disclosure Project (CDP).

DESDE 2015

- Somos um negócio carbono neutro, compensando 100% das nossas emissões de gases de efeito estufa.

DESDE 2019

- Somos apoiadores institucionais do Programa Compromisso com o Clima, que une empresas que desejam apoiar projetos socioambientais e fomentar uma economia de baixo carbono ao compensar, juntas, suas emissões de Gases de Efeito Estufa.
- Aderimos à carta do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) que defende a Precificação de Carbono.
- Nos comprometemos com a campanha Business Ambition for 1.5°C (ambição dos negócios para 1,5 °C), da ONU, que convida empresas a estabelecerem

metas baseadas em dados científicos de redução das emissões em montante suficiente para contribuírem com a limitação do aumento da temperatura global a 1,5 °C acima dos níveis pré-industriais.

- Aderimos ao Fashion Industry Charter for Climate Action, compromisso criado pela Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre a Mudança do Clima (UNFCCC), que estabelece meta de redução de 30% das emissões do setor no mundo até 2030 e detalha objetivos e planos de ação para isso.
- Apoiamos a **Science Based Targets initiative (SBTi)**, iniciativa global que reúne empresas em um caminho claramente definido para reduzir emissões em linha com a meta do Acordo de Paris.

DESDE 2020

- Assinamos o **Comunicado do setor empresarial brasileiro**, realizado por dezenas de empresas, investidores e instituições destinado ao Executivo, Legislativo e Judiciário para reafirmar o compromisso com a agenda do desenvolvimento sustentável e manifestando preocupação com a percepção internacional negativa do Brasil em relação à Amazônia. Conheça o documento: <https://bit.ly/2LOAMGQ>

redução do consumo de energia

GRI 302-1, 302-3, 302-4, 302-5

LOJAS

Nosso principal impacto ambiental na operação própria é o consumo de energia das nossas lojas. Por isso, trabalhamos para ter lojas cada vez mais ecoeficientes, com uso racional de energia, tanto por meio da adoção de melhores práticas desde sua concepção e construção, quanto pela modernização e automatização de equipamentos.

Em 2014, usamos pela primeira vez na construção de uma loja as premissas do Leadership in Energy and Environmental Design (LEED), que tem como objetivo promover e fomentar práticas de construções sustentáveis, com redução estimada de 15% a 18% no consumo de energia para iluminação. Atualmente, uma loja tem certificação LEED nível *silver*, além de nossa sede e duas lojas com certificação nível *gold*.

Desde 2015, agrupamos todo o aprendizado na construção das lojas certificadas em manuais que estabelecem às equipes internas e aos fornecedores as premissas os conceitos e critérios para construção e reforma de lojas com padrões mais sustentáveis.



Iluminação 100% com lâmpadas LED em todas as lojas da companhia.

Há cinco anos, também criamos o Projeto de Gestão de Energia e Ativos que promove a adoção de melhores tecnologias em iluminação e ar condicionado e a ampliação do monitoramento remoto e da automação para ganhos de eficiência no consumo de energia das lojas da Renner.

Desde o início do projeto, já investimos R\$ 9 milhões no Projeto de Gestão de Energia.

Atualmente, 100% das nossas lojas têm lâmpadas de LED, expressivamente mais econômicas, e 130 lojas (34%) e sede (torre norte) são automatizadas, com monitoramento remoto centralizado do consumo que permite manter os patamares de eficiência desejados. A meta é alcançar 155 lojas automatizadas (+25) em 2021. Em 2020 também implementamos um software de gestão que nos permite uma ampla análise dos dados de consumo para definir ações consistentes de eficiência energética.

Durante o período de fechamento das lojas para combate à pandemia, a automatização nos permitiu identificar e ajustar continuamente os níveis de climatização

para conservação das peças com precisão, acompanhando a umidade relativa e temperatura do ambiente e economizando energia.

A tecnologia também nos permitiu verificar equipamentos e garantir a segurança das lojas durante os períodos de fechamento frente à pandemia. Com a automatização e os períodos maiores de fechamento de lojas, alcançamos redução de 13% no consumo de energia das lojas.

Conheça em detalhes nossos indicadores de consumo de energia, intensidade energética e gastos com energia no subcapítulo de indicadores complementares, pág. 104.

LOGÍSTICA

Ao longo dos últimos anos, promovemos continuamente junto aos nossos fornecedores de logística, ações de conscientização e capacitação focadas na gestão de emissões de gases de efeito estufa e seus impactos, renovação de frotas, direção econômica, manutenção preventiva e melhoria da gestão do indicador de consumo de combustível.

A partir de um projeto piloto de telemetria realizado em 2019 em 30 veículos de nossos fornecedores, em 2020 alcançamos 100% dos veículos que rodam mais de 500 km com telemetria implementada. Com isso, podemos acompanhar o comportamento dos veículos de maneira precisa e centralizada, identificando os principais comportamentos ofensores que possam causar perdas de eficiência e, portanto, aumento da intensidade de emissões, e riscos à segurança.

Também desenvolvemos um projeto de compartilhamento de frota entre Renner e Camicado, que integrou 21 lojas, trazendo eficiência nas rotas e ocupação dos veículos e representando redução de 3,4% nas emissões.

uso de energias renováveis

Outra frente da nossa gestão do consumo de energia é a ampliação do consumo de energia a partir de fontes renováveis e de baixo impacto - solar, eólica, biomassa e Pequenas Centrais Hidrelétricas (PCH) - para alcançar nosso compromisso público de **75% do consumo de energia corporativo dessas fontes até 2021**.

STATUS ● ● ● ●

Em andamento.



* Cálculo que considera a soma do percentual contratado no mercado livre e do percentual de 89% de energia renovável dentro os 35% contratados no mercado regulado, de acordo com a matriz energética brasileira em 2020, segundo a Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL).

** Se considerar a soma do percentual contratado no mercado livre somada ao percentual de 12% de energia renovável de baixo impacto dentro os 65,35% contratados no mercado regulado, de acordo com a matriz energética brasileira em 2020, segundo a Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL), chegamos a 72,8% de energia consumida a partir de fontes renováveis de baixo impacto.

Em 2020, chegamos a 96,2% da energia consumida proveniente de fontes renováveis*, das quais 65% gerada a partir de fontes renováveis de baixo impacto**.

No ano, também 2020 adquirimos certificados de energia renovável International REC Standard (I-REC), que possibilitou estender o uso de energia renovável de baixo impacto para, além das lojas Renner, as lojas da Youcom, Camicado e Ashua.

Além da compra de energia no mercado livre, seguimos investindo em parcerias para a construção de fazendas solares de energia para abastecer nossas lojas. Além de não emitirem gases de efeito estufa no processo de geração, as energias renováveis têm melhor custo benefício e geram economia. Em relação à energia convencional do mercado regulado, a energia do mercado livre proporciona economia média de 25%.

Conheça o perfil de nossas fazendas de geração de energia solar a seguir.

indicadores complementares

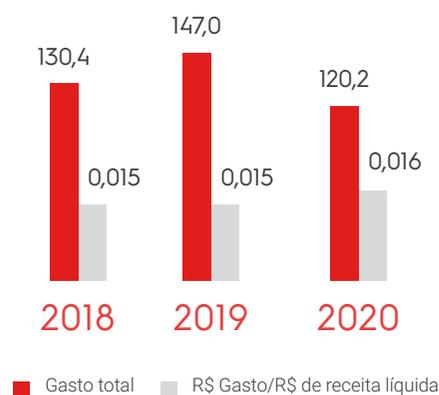


Painéis de energia em Fazenda Solar.

Conheça a seguir os principais indicadores de ecoeficiência em nossa operação.

ENERGIA

GASTOS COM ENERGIA (R\$ MILHÕES)



CONSUMO DE ENERGIA* (EM MILHARES DE GJ)



* Lojas comparáveis. Considerando total com novas lojas em 2020 o valor é de 541,2 mil GJ.

FAZENDAS SOLARES

Fazenda Solar Vassouras (RJ)

⚡ **4 mil** painéis com **1,32MW** de potência

💡 Geração média de **1,8 mil MWh/ano**

🏠 **-13%** de gastos com energia

Núcleo Rural do Café sem Troco (DF)

⚡ **900 painéis** com **300 kW** de potência

💡 Geração média de **553,5 MWh/ano**

🏠 **-18%** de gastos com energia

Pântano Grande (RS)

⚡ **1 mil painéis** com **375 kW** de potência

💡 Geração média de **516,6 MWh/ano**

🏠 **-26%** de gastos com energia

EMISSÕES

GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5

Fonte de emissão de GEEs (tCO ₂ e)	2018	2019	2020
Emissão escopo 1			
Combustão estacionária	97	103,5	148,4
Fontes móveis	11,6	6,7	0,87
Equipamentos de refrigeração / ar condicionado	3.234,70	3.342,80	4.760,42
Total escopo 1	3.343,30	3.435,00	4.909,69
Emissão escopo 2			
Eletricidade comprada e consumida (localização)	13.091,80	13.528,50	10.262,14
Eletricidade comprada e consumida	8.585,50	7.764,70	2.980,86
Total escopo 2 (localização)	13.091,80	13.528,50	10.262,14
Total escopo 2 (escolha de compra)	8.585,50	7.764,70	2.980,86
Emissão escopo 3			
Resíduos sólidos	223,6	209,4	95,1
Viagens a negócios	1.838,30	3.413,80	357,71
Transporte e distribuição (<i>upstream</i>)	20.562,50	22.013,90	19.436,33
Total escopo 3	22.624,30	25.637,00	19.889,16
Total das emissões (em toneladas de CO ₂ e) – considerando escopo 2 pela abordagem de localização	39.059,40	42.600,50	35.060,98
Total das emissões (em toneladas de CO ₂ e) – considerando escopo 2 pela abordagem de escolha de compra	34.553,10	36.836,70	27.779,71
Intensidade de emissões (tco ₂ e/m ² da área construída)	0,042	0,041	0,022

Abrangência: Sede Administrativa, Centros de Distribuição, Lojas Renner, Youcom e Camicado no Brasil.

Em 2020, reduzimos 24,4% das nossas emissões totais (por abordagem de escolha de compra) frente ao ano anterior.

Essa redução foi favorecida pela pandemia, que ocasionou queda no consumo de energia elétrica, com os momentos de fechamento de lojas e os colaboradores da sede em *home office*, redução das viagens a negócios e das emissões relacionadas a resíduos, transporte e distribuição (*upstream*).

Outro fator importante foi o aumento significativo do uso de energia renovável, que já representa 65% do nosso consumo, impulsionado pela compra de IRECs*, o que permitiu acesso a essa fonte de energia às lojas que operam em sistemas de rateio (como em alguns shoppings) e não conseguem migrar para o mercado livre de energia ou consumir diretamente de fazendas solares, por exemplo.

*International REC Standard (I-REC) é um sistema global que possibilita o comércio de certificados de energia renovável.

Com o avanço do mercado livre de contratação de energia, desde 2017, usamos duas abordagens para o cálculo das emissões de escopo:

1 – abordagem de localização: mais genérica, se baseia na localização das unidades consumidoras de energia e usa como fator de emissão a média dos fatores de emissão das diferentes fontes de geração de eletricidade que compõem o Sistema Interligado Nacional (SIN).

2 – abordagem de escolha de compra: mais específica, usa um fator de emissão específico associado a cada fonte de geração de eletricidade que a Companhia escolheu adquirir e consumir, apoiando nossa evolução para uma matriz cada vez mais renovável.

INTENSIDADE DE EMISSÕES (tCO₂e/m² CONSTRuíDO)



* A superação da meta com alta margem foi influenciada pelo cenário de pandemia ao longo de 2020.

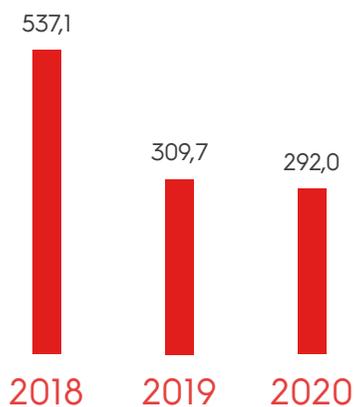
ÁGUA

Em nossa operação, o consumo de água se dá a partir da rede de abastecimento na sede, escritórios, lojas e Centros de Distribuição. Em nossa sede e Centros de Distribuição, contamos com sistema de captação de água da chuva para reuso.

Em 2020, passamos a considerar nos projetos de lojas novas e reformas a medição automatizada do consumo de água e temos a meta de alcançar em 2021 um total de 25 lojas com automação.

Portanto, o maior impacto ambiental do consumo de água se dá em nossa cadeia de fornecimento. Para minimizar esse impacto, desde 2018 desenvolvemos o projeto Produção + Limpa junto aos fornecedores, buscando a redução do consumo e a circularidade (saiba mais na pág. 110).

CONSUMO DE ÁGUA (mil m³)



RESÍDUOS

GRI 306-2

A gestão de resíduos sólidos em nossa operação tem foco em reduzir o volume de resíduos gerados e garantir a correta separação, manuseio, acondicionamento e disposição final, evitando contaminação e incentivando sua reinserção no ciclo produtivo a partir da reciclagem.

Na Renner, esse processo é orientado pelo Programa de Gestão de Resíduos Sólidos, aderente à Política Nacional de Resíduos Sólidos e na Camicado pelo Manual de Gestão de Resíduos das Lojas da Camicado.

Também desenvolvemos projetos de logística reversa de produtos de moda, perfumaria e beleza para reciclagem, reuso e *upcycling*, buscando o fechamento do ciclo de vida e sua reinserção na cadeia. Conheça os projetos na pág. 116.

Em 2020, superamos nossa meta de reduzir em 10% a geração de resíduos, chegando a 12,7% de redução, e alcançamos a meta de ampliação do volume de reciclagem em 10 pontos percentuais (p.p.), aumentando 10,52 p.p. Nossa meta para 2021 é reduzir em 10% a geração de resíduos em relação a 2020.

GERAÇÃO DE RESÍDUOS (TON)



* Esses dados consideram resíduos da Renner e Centros de Distribuição monitorados em kg e não inclui móveis descartados nas reformas e nem resíduos orgânicos.

produtos e serviços sustentáveis

GRI 103-1, 103-2, 103-3

Entendemos que o caminho para Moda Responsável necessariamente passa por construir uma oferta de produtos e serviços menos impactantes. Para isso, é necessário o desenvolvimento e evolução de toda a cadeia para modelos mais sustentáveis, desde a matéria-prima, passando pelos processos e indo até o ciclo de vida dos produtos e serviços, buscando a circularidade.

Nós temos um papel ativo nessa construção, materializado pelo Selo Re Moda Responsável (Renner) e You Change (Youcom), que identificam produtos com matérias-primas ou processos com menor impacto ambiental e maior geração de valor na cadeia.

Para alcançar as metas, temos trabalhado na capacitação e alinhamento dos Fornecedores de Revenda, no apoio à inovação e desenvolvimento setorial e no engajamento e conscientização de nossas equipes de produtos que, inclusive, têm metas de criação de produtos menos impactantes atreladas à sua remuneração variável no ano.

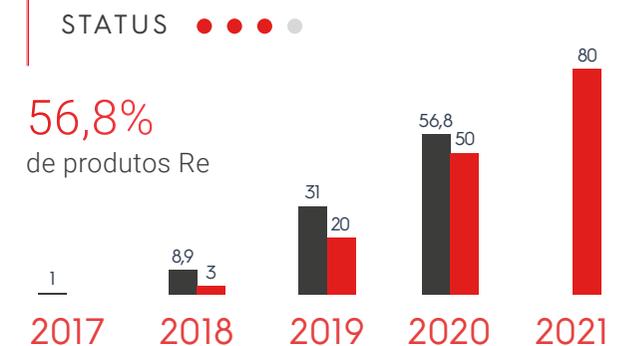
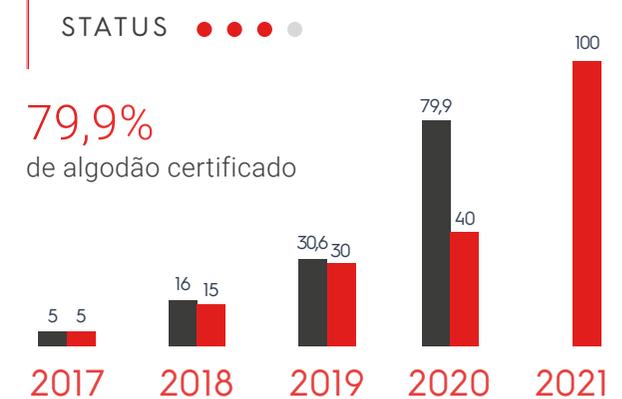
Conheça a seguir os principais atributos dos produtos com Selo Re Moda Responsável e nosso trabalho para o desenvolvimento de processos menos impactantes na cadeia produtiva.

* Considerando os produtos de vestuário Renner.



Temos o compromisso público de alcançar, até 2021, 80% do nosso portfólio de produtos* com Selo Re, sendo 100% dos produtos de algodão feitos com algodão certificado.

Em 2020, alcançamos 56,8% de peças com o Selo Re Moda Responsável (mais de 75 milhões de peças) e 79,9% dos produtos com algodão certificado.



■ Realizado ■ Meta

matérias-primas menos impactantes

CG-AA-440a.2

PRODUÇÃO RESPONSÁVEL

ALGODÃO CERTIFICADO

Certificação por organizações independentes do processo produtivo do algodão em critérios de respeito aos direitos trabalhistas na cadeia; uso consciente da água, produtos químicos e defensivos agrícolas; e preservação da saúde do solo e dos habitats.

Determinamos junto aos nossos Fornecedores de Revenda um requisito de que, até o final de 2021, 100% do algodão usado seja certificado dentre 12 opções de certificação: Better Cotton Initiative (BCI), Algodão Brasileiro Responsável (ABR), Ecocert, IBD, Global Organic Textile Standard (GOTS), Global Recycled Standard (GRS), Organic Content Standard (OCS), Recycled Claim Standard (RCS), Made in Africa, Cotton Connect, Fair Trade, Cotton Australia.

ALGODÃO AGROECOLÓGICO

Seguimos investindo no desenvolvimento da agricultura familiar e, pelo segundo ano consecutivo, inserimos em nossa cadeia algodão agroecológico produzido por mulheres líderes de comunidades quilombolas e indígenas apoiadas pelo Instituto Lojas Renner, somando 3,2 toneladas. Ao todo, com o projeto, já foram colhidas 6,5 toneladas de algodão agroecológico,

usadas como matéria-prima em coleções especiais de produtos Re (saiba mais na pág. 80).

VISCOSE CERTIFICADA

Feita a partir de fibras vegetais com manejo sustentável, garantindo a origem da madeira a partir de fontes certificadas e processos produtivos com menor impacto ambiental. Determinamos junto aos nossos Fornecedores de Revenda um requisito de que, até o final de 2021, 100% da viscose usada seja certificada, proveniente de fornecedores com pelo menos 20 *buttons* na avaliação do relatório Canopy Hot Button Report.

Em 2020, já alcançamos o patamar de 73,5% de viscose certificada.

LIOCEL

Fibra obtida na transformação da celulose (polpa da árvore) e, portanto, de origem renovável, é extraída de árvores certificadas com o selo Forest Stewardship Council (FSC), que garante que a madeira utilizada é oriunda de um manejo ecologicamente adequado, socialmente justo e economicamente viável, e produzida com processos eficientes no uso de recursos naturais com reduzida utilização de químicos.

A produção do tecido usa apenas 50% da água necessária para produzir algodão, não usa produtos tóxicos e permite que 99,5% do agente dissolvente possa ser usado repetidamente.

MODAL

Fibra de origem vegetal, também extraída de árvores certificadas com o selo FSC, segue rígidos padrões ambientais durante a extração e fabricação.

POLIAMIDA BIODEGRADÁVEL

A poliamida biodegradável permite que roupas se decomponham em 3 anos, quando descartadas corretamente em aterros sanitários, ao invés de 50 anos, tempo de degradação da poliamida comum.

FIBRA NATURAL BIODEGRADÁVEL

Fibra desenvolvida a partir da folha do butiazeiro (*butia yatay*), proveniente do manejo sustentável e confeccionado artesanalmente.

TINGIMENTO NATURAL

Tingimentos criados à base de corantes naturais extraídos de plantas.

COSMÉTICOS DE BAIXO IMPACTO

Nossa marca própria de perfumaria e cosméticos oferece a linha Bio, com produtos com baixo impacto no meio ambiente, com um conceito orgânico e natural, certificados com o selo biodegradável e com, em média, 90% de ingredientes naturais e seus derivados sem nenhum componente de origem animal e não testados em animais. Adicionalmente, todas as embalagens de papel da linha Bio levam o selo FSC.

Seguimos investindo no projeto piloto inovador de uma *startup* selecionada em nossa Chamada Pública, em 2018, que promove o plantio de algodão pelos princípios de regeneração de agrofloresta, auxiliando na regeneração do solo e na captura de CO₂, apoiando a neutralização das emissões das etapas posteriores do processo produtivo.

Em 2020, colhemos cerca de 200 kg de algodão agroflorestal, que será destinado a uma coleção cápsula de produtos infantis em 2021. Também iniciamos uma nova etapa do projeto com o objetivo de colher duas toneladas até o fim de 2021.

Conheça a lista completa dos atributos de produtos menos impactantes em nosso site da Renner: <https://bit.ly/36UWxMw>.

MATÉRIAS-PRIMAS RECICLADAS

ALGODÃO RECICLADO

Através da desfibragem, roupas usadas ou novas, de sobras e resíduos têxteis, são cortadas, trituradas e beneficiadas resultando em novos fios e novos tecidos.

PET RECICLADO

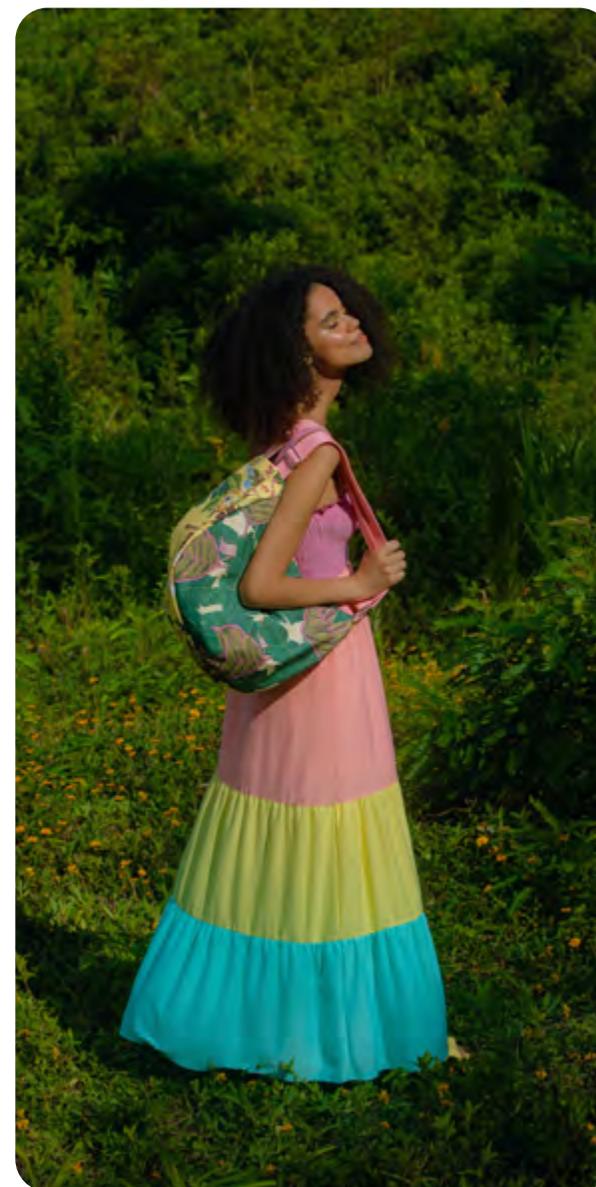
O tecido tem origem na transformação de garrafas PET em fios de poliéster por meio de um processo especial de extrusão.

RE JEANS

Peças de jeans reciclado feitas a partir das sobras têxteis, que seriam destinadas aos aterros sanitários, mas são reinseridas no ciclo, passam por separação, são desfibradas e voltam a ser um fio, com o qual novos tecidos são criados (saiba mais na pág. 117).

RE MALHA

A partir dos aprendizados com o Re Jeans, e com a expansão do projeto de Produção mais Limpa para outras cadeias (saiba mais na pág. 110), em 2019 criamos o Re Malha, peças de malha desenvolvidas a partir do reaproveitamento de resíduos na confecção de produtos da Renner, que atende aos princípios da economia circular. Com o Re Malha, 2020, pudemos reinserir 1,2 toneladas de tecido no ciclo produtivo, evitando a geração de resíduos.



Coleção Re Acessórios, feita com fio reciclado produção lixo zero. Peças produzidas em parceria com o Movimento Eu Visto o Bem.

processos menos impactantes

GRI 302-5

Em 2017, junto da Universidade de São Paulo (USP) e outros parceiros, iniciamos o desenvolvimento do projeto de Produção mais Limpa (P+L) junto aos Fornecedores de Revenda da Renner e Youcom das cadeias de malha, jeans e tecido plano.

O foco inicial era a redução da geração de resíduos têxteis e uso das sobras de tecidos da produção para gerar novas peças. Ao longo dos anos, interiorizamos o projeto às nossas equipes próprias e, em 2019, ampliamos o escopo do projeto, lançando o Produção + Limpa 4.0 para estimular a ecoeficiência em seus processos produtivos e a melhoria do desempenho ambiental da cadeia de Fornecedores de Revenda.

Para avançar em relação a todos os pilares do programa, em 2020 desenvolvemos diversos treinamentos, conteúdos e manuais sobre os temas e desenvolvemos um projeto piloto, aplicado em quatro fornecedores, de sistema de monitoramento e gestão de dados de Consumo de Energia, Consumo de Água, Geração de Efluentes e Parâmetros de Qualidade, Geração de Resíduos e Emissões Atmosféricas.

Conheça a seguir os principais avanços do projeto em cada frente.

JORNADA POR UMA PRODUÇÃO + LIMPA



Além do apoio à ecoeficiência, também **avaliamos a conformidade e gestão ambiental nas auditorias de 100% de nossos Fornecedores de Revenda nacionais e internacionais** (saiba mais sobre as auditorias na pág. 62), com base no padrão de Higg Index da Sustainable Apparel Coalition.

Conheça as coleções especiais Selo Re desenvolvidas no ano, com atributos de matérias-primas e processos menos impactantes, e as coleções de produtos com causa na pág. 121.

ÁGUA

Em 2018, iniciamos em dois fornecedores de jeans um diagnóstico da gestão hídrica, estabelecendo indicadores de mensuração da pegada hídrica e circularidade de águas, como um primeiro passo para promover melhorias na gestão e redução do consumo de água no processo produtivo.

A partir desse diagnóstico, em 2019 desenvolvemos internamente uma metodologia própria para medição de Pegada Hídrica, que permite o cálculo do consumo de água das etapas produtivas em tempo real e categoriza os resultados em três faixas de consumo: baixo, médio e alto.

A metodologia, aplicada nos dois fornecedores que já haviam participado do diagnóstico, se baseou nas melhores práticas internacionais e foi adaptada pelo nosso time para considerar as especificidades de nossa cadeia e, assim, poder ser aplicada com agilidade e abrangência. Para garantir a credibilidade dos dados, submetemos nossa metodologia à análise de uma terceira parte e conquistamos sua validação.

Em 2020, passamos a exigir que os fornecedores de jeans utilizem a

metodologia e monitorem e reportem seu consumo de água à Companhia na entrega dos produtos e estabelecemos auditorias semestrais para verificação dos dados. Para apoiá-los nesse novo processo e estimular ganhos de eficiência, treinamos todos os fornecedores de jeans sobre o monitoramento e a metodologia e sobre as principais formas de reduzir o consumo.

Ao final de 2020, após as auditorias, 16% dos fornecedores da cadeia do jeans (responsáveis por 22% da produção dessas peças) foram certificados e aptos a relatar as informações de classificação de consumo de água e usar selo de baixo consumo.

Além do monitoramento, realizamos coleções especiais com atributos de sustentabilidade e redução do consumo de água no processo produtivo. Saiba mais na pág. 117.

Em 2020, lançamos a nova coleção Re Jeans, com peças feitas a partir de jeans reciclado (saiba mais na pág. 117).

O Re Jeans, além de reduzir a geração de resíduos, permite um consumo 44% menor de água no ciclo de vida do produto.

Re Jeans



Coleção Re Jeans feita a partir de tecidos reciclados e com redução no consumo de água.

EMISSÕES DE GEE

Iniciamos em 2020 um projeto de engajamento dos fornecedores sobre mudanças climáticas, de modo a estimular o conhecimento e a gestão do tema para avanço em práticas para monitoramento e mitigação de emissões. Para apoiar a mensuração, realizamos um projeto piloto considerando as emissões corporativas de quatro fornecedores das cadeias de malha, tecido plano e jeans. Desenvolvemos um sistema de gestão de dados para realizar o monitoramento das fontes de emissão de gases de efeito estufa e, a partir das informações, apoiamos a construção do inventário de emissões de GEE 2019 de cada fornecedor.

ENERGIA

Produzimos e divulgamos aos nossos fornecedores, ao longo de 2020, uma cartilha sobre Consumo Consciente, a fim de incentivar e promover o melhor uso energético dos equipamentos e processos, abordando: ações para criar um programa de eficiência energética, iniciativas de eficiência energética elétrica e informações sobre energia renovável de baixo impacto.

Além disso, foi desenvolvida uma parceria para fomentar o uso de energia renovável de baixo impacto na cadeia com o trabalho de um time multidisciplinar, composto pelas áreas de Sustentabilidade, Gestão de Fornecedores Administrativos (GFA), Gestão de Fornecedores de Revenda (GFR) e Departamento de Arquitetura e Engenharia (DAE) juntamente a um fornecedor de energia distribuída.

RESÍDUOS

Apoiamos a gestão do processo dos fornecedores de modo a minimizar a geração de resíduos e fomentamos o desenvolvimento de uma cadeia reversa que coleta e recicla os resíduos para reinseri-los no ciclo produtivo.



Desde o início do projeto, já evitamos a geração de mais de 435 toneladas de resíduos têxteis, reinseridos no ciclo produtivo, que deram origem às coleções Re Jeans e Re Malha (saiba mais na página 109).



Também coletamos mais de 2 mil toneladas de resíduos, destinados a uso como matéria-prima em outros segmentos. A soma desses volumes representa 770 caminhões de lixo* que deixaram de ser destinadas a aterros e ganharam novas utilidades.

Atualmente, três quartos de todo o material processado ao longo da cadeia de valor da moda são perdidos em aterros, o que equivale

a um caminhão de lixo de têxteis por segundo, de acordo com o relatório uma nova economia de têxteis: redesenhando o futuro da moda da Ellen McArthur Foundation. Por isso, iniciativas de redução da geração de resíduos e reutilização e reciclagem para um novo ciclo de vida são essenciais para redução do impacto negativo do setor.

GESTÃO DE DADOS

Em 2020, desenvolvemos um sistema de gestão de dados, que nos permite uma **melhor gestão dos indicadores ambientais.**

O sistema passou por uma fase piloto, em que os fornecedores foram parte fundamental para definição da estrutura do reporte dos dados.

* Considerando média de 2,6 toneladas (densidade média de um fardo de resíduo têxtil de 150kg/m³ e um caminhão com volume de 17,5m³).



SEGURANÇA QUÍMICA

CG-AA-250a.2

Atuamos de forma preventiva na cadeia de valor, visando eliminar dos nossos produtos possíveis substâncias químicas consideradas perigosas, as chamadas substâncias restritas. Em 2020, priorizamos as substâncias que devem ser eliminadas até 2025.

Através das auditorias de conformidade, nossos fornecedores e seus contratados são avaliados em requisitos de Gestão de Químicos, que têm como obrigatório o controle de químicos através de inventário. Em 2020, 80% dos nossos fornecedores têm inventário de químicos. No ano, também fizemos um piloto para digitalização do inventário, por meio de uma ferramenta que permite a gestão e a transparência sobre os químicos usados na cadeia. A partir de 2021, ampliaremos este piloto para testar amplamente a ferramenta.

Para apoiar os fornecedores, **em 2020 construímos uma lista de produtos químicos disponíveis no mercado brasileiro que têm evidência de isenção de substâncias restritas**, disponibilizada publicamente para qualquer público interessado. Acesse a lista: <https://bit.ly/3vhCqT5>

O documento é uma iniciativa de apoio à nossa cadeia de fornecedores e ao setor na jornada de segurança química e traz os produtos químicos isentos de substâncias restritas, apresentados por empresas fornecedoras de químicos, além de apresentar os contatos para que nossos fornecedores e subcontratados, ou qualquer empresa, possam consultar opções de químicos para apoiar a substituição das substâncias restritas.

Saiba mais sobre segurança química e acesse nosso plano de eliminação no site: <https://bit.ly/3rFmckG>.

EFLUENTES

CG-AA-430a.1

Ao longo de 2020 trabalhamos na capacitação da cadeia do jeans sobre gestão de efluentes a partir da realização de um treinamento sobre Efluentes da Indústria Têxtil apresentando desde informações sobre a gestão da estação de tratamento de efluentes até o passo a passo para desenvolver um processo de circuito fechado de reuso de 100% da água e redução de geração de efluentes no processo produtivo.

Além do treinamento, desenvolvemos um manual completo, apresentando os principais temas para realizar uma boa gestão dos efluentes e manter de forma adequada a estação de tratamento de efluentes.

Todos os fornecedores que geram efluentes também têm a conformidade da gestão de efluentes avaliada por meio das auditorias (saiba mais na pág. 113). Em 2020, 61,1% dos fornecedores diretos (*tier 1*) estavam em conformidade em relação aos efluentes e 64,3% dos seus contratados (*tier 2*). Para os fornecedores e seus contratados que apresentam não conformidades definimos um plano de ação para adequação (saiba mais na pág. 64).

transição para economia circular

Entendemos que a circularidade é um caminho fundamental para a sustentabilidade, por evitar o uso de novos recursos naturais e a geração de resíduos em volumes que já superam a capacidade do planeta processar e regenerar. Por isso, trabalhamos para expandir o conceito de economia circular para diferentes etapas do ciclo de vida do nosso negócio, com uma abordagem integrada da sustentabilidade, do ambiente da loja aos produtos e matérias-primas.

CONSUMO DE MATERIAIS

LOJAS

Desde 2016, temos um novo modelo de construção de lojas com estrutura mais simplificada e menor consumo de materiais, que foi usado em 88,9% das obras de 2020, nos permitindo reduções expressivas*, como:

63%
menos gesso por m²

66%
menos massa corrida por m²

90%
menos dutos de retorno de ar-condicionado por m²

* Percentuais consideram a redução máxima possível de alcançar, mas não representam que de fato esses percentuais são alcançados em toda obra.

EMBALAGENS

Há alguns anos desenvolvemos iniciativas para mitigar o impacto ambiental das embalagens de nossos produtos.

Do total das embalagens usadas em nossas lojas, Centros de Distribuição e *e-commerce* em 2020, 86% são de papel/papelão e 14% de plástico. As embalagens de papel/papelão, tanto nos CDs quanto nas lojas, são 100% certificadas FSC**. Dentre as embalagens plásticas 42% são recicláveis.

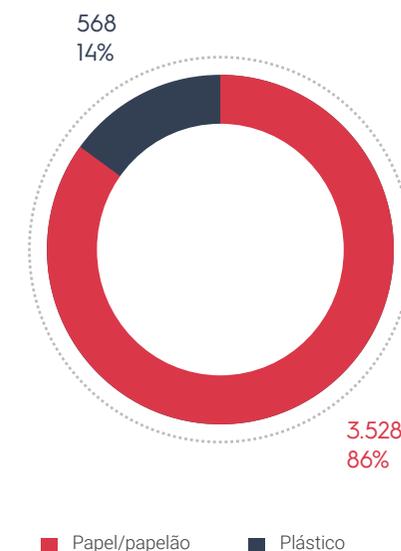
Para uso interno nas lojas durante as compras, desde 2018 estamos implementando na Renner sacolas com tecido gerado a partir de reciclagem têxtil. Na Youcom, começamos a substituição em 2019 por sacolas feitas a partir de *upcycling* por grupos de mulheres empreendedoras apoiadas pelo Instituto Lojas Renner, que tem como missão o empoderamento de mulheres na cadeia têxtil.

Além das ações relacionadas a sacolas, oferecemos desde 2011 o serviço de logística reversa para embalagens de perfumaria e beleza para nossos clientes, o Ecoestilo (saiba mais na pág. 116).

Em 2020 demos início à construção de nossa estratégia institucional para seguir avançando na redução do uso de materiais e na adoção de opções menos impactantes nas embalagens e, em 2021, faremos projetos pilotos para a redução do impacto ambiental nas embalagens no *e-commerce*.

** Forest Stewardship Council, padrão que garante manejo florestal responsável.

EMBALAGENS POR MATERIAL
(EM TONELADAS E %)



Neste ano, definimos nosso manual de recomendações para embalagens responsáveis, baseado na premissa de não geração de resíduos. As recomendações orientam a aquisição de embalagens priorizando os materiais preferenciais e quais atributos devem ser observados, visando a diminuição gradual do nosso consumo de plásticos de uso único.

LOJA CIRCULAR

Desde 2018, temos aplicado os princípios da economia circular na construção de novas lojas, reformas e no desenvolvimento de mobiliários para alcançar avanços na otimização do consumo de materiais, na redução da geração de resíduos e no uso de materiais com maior potencial de reciclabilidade.

Em 2021, iremos inaugurar a primeira loja circular do país, que alinha a circularidade a transformação digital para criar uma experiência única para os clientes. As lojas circulares trarão atributos de sustentabilidade em diferentes aspectos.

Em 2020, inauguramos uma loja no Village Mall (RJ) já com alguns dos atributos da loja circular:

FACHADA

Design baseado na circularidade – redução de materialidade; processo construtivo fabril; priorização de materiais recicláveis.

Adaptação do padrão visual – manutenção dos elementos visuais já presentes nas fachadas atuais, garantindo a identificação da marca.

Maior permeabilidade – aumento da permeabilidade da loja, qualificando as etapas iniciais da jornada do cliente (motivação e navegação).

CAIXAS

Design baseado no uso – aumento da modularidade do equipamento; revisão das premissas de operação e de ergonomia para os colaboradores e clientes.



Fachada Renner no Village Mall - RJ, loja com atributos de sustentabilidade.

Elementos naturais – serão responsáveis pela maior identificação com o propósito da loja, além de ser um dos elementos de apoio na navegação dos clientes. Foram selecionadas baseadas na baixa manutenção e fácil replicabilidade.

MATERIAIS

Reciclados – utilização de materiais reciclados e recicláveis para as embalagens da loja, que serão base para o novo modelo de sacolas que será lançado em 2021, 100% alinhado com os atributos de produtos menos impactantes já usados para os produtos (saiba mais na pág. 109).

Experimentação – utilização de testes e borrifadores eletrônicos para a linha de perfumes e tratamento,

permitindo maior experimentação para os usuários (dentro dos padrões pós-Covid), além de potencializar a compra da categoria beleza.

UNIFORMES

Re – novos Uniformes Re, alinhados com padrões de estilo e feitos de materiais 100% alinhados aos nossos atributos de sustentabilidade do Selo Re (saiba mais na pág. 107), com maior possibilidade de combinações e *fits*.

COLABORADORES

Processo seletivo de colaboradores e treinamentos em linha com o Plural, nosso programa de diversidade (saiba mais na pág. 49).



Ecoestilo, serviço de logística reversa.

TRANSFORMANDO RESÍDUOS EM MATÉRIA-PRIMA

GRI 306-2

LOGÍSTICA REVERSA PARA OS CLIENTES

Para ampliar a circularidade, oferecemos aos nossos clientes um serviço de logística reversa, o EcoEstilo, para duas categorias: perfumaria e roupas. Desde 2011 embalagens e frascos de perfumaria e beleza podem ser descartados nos coletores Ecoestilo de perfumaria em todas as lojas da Renner, mesmo que estes não tenham sido adquiridos na Renner. Os resíduos coletados recebem a destinação ambientalmente correta, evitando a contaminação do meio ambiente.

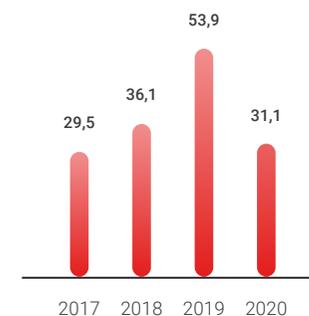
Desde 2017, os clientes também podem descartar suas roupas, compradas nas lojas da Renner ou não, nos coletores Ecoestilo de roupas. O projeto se expandiu das primeiras 15 lojas piloto para 86 em 2020.

Em 2020, tivemos uma evolução no gerenciamento dos resíduos de perfumaria coletados, com a incorporação de um novo processo: a trituração do vidro e a destinação para reciclagem, em parceria com um de nossos fornecedores de perfumaria e beleza.

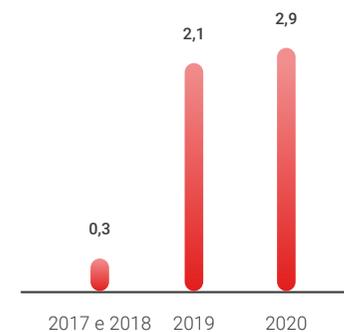
Ao todo, desde 2017 já foram 5,4 toneladas de roupas coletadas, que serão destinadas para reciclagem, por meio do processo de desfibragem, ou para reutilização por *upcycling* ou doação e 150,6 toneladas de resíduos de perfumaria coletados com a destinação correta.

Em 2020, com o distanciamento social, fechamento de lojas e reabertura com horário reduzido, houve redução no volume coletado.

RESÍDUOS COLETADOS PELO ECOESTILO DE PERFUMARIA (TON):



RESÍDUOS COLETADOS PELO ECOESTILO DE ROUPAS (TON):



RECICLAGEM, REUSO E UPCYCLING NOS PRODUTOS

Com o projeto P+L 4.0, promovemos a redução da geração de resíduos no processo produtivo e a reinserção de resíduos na cadeia produtiva (saiba mais na pág. 110).

Na criação das nossas coleções, também usamos a técnica de *upcycling* para evitarmos o desperdício de materiais potencialmente úteis, produzindo peças feitas com a reinserção criativa de matérias-primas que seriam descartadas no ciclo de produção. No lugar de desenvolvermos novas estampas e fibras do zero, usamos o excedente de tecidos já existentes para criar novos produtos e dar novos usos a um material que não teria mais lugar no mercado.

Conheça a seguir as principais coleções lançadas em 2020 com o princípio de circularidade para redução do impacto ambiental:

Em 2019, investimos em R\$ 263,7 mil em projetos de Pesquisa e Desenvolvimento

voltados à criação de novos modelos de fios que ampliassem a circularidade das peças. Os fios foram usados nas coleções Re Jeans e a calça circular Youcom, lançadas em 2020.



RE JEANS

Em 2020 lançamos a nova coleção do Re Jeans, desenvolvida a partir de material reciclado, com tecido produzido com sobras, que são desfibradas e transformadas em um novo fio. O novo Re Jeans também é isento de fibras sintéticas e feito com algodão certificado, o que faz com que ele possa ser novamente reaproveitado ao fim da sua vida útil pelo cliente, com potencial infinito de circularidade.

Com o Re Jeans, promovemos a reinserção de 673 kg de tecido jeans no ciclo produtivo, evitando seu descarte. Além deste impacto positivo direto, a Avaliação do Ciclo de Vida (ACV), realizada durante a primeira coleção Re Jeans, nos mostra que sua produção também reduz o impacto ambiental em relação a diferentes aspectos, se comparada ao jeans convencional.

COMPARAÇÃO DO IMPACTO DO RE JEANS VS. JEANS CONVENCIONAL



Uso da terra

-44,5%



Aquecimento global

-36,7%



Eutrofização*

-37,9%



Pegada hídrica

-43,8%



Saúde humana

-42,0%

* Desequilíbrio na qualidade da água por conta do excesso de nutrientes.

Calça Circular

CALÇA CIRCULAR PÓS-CONSUMO YOUCOM

Em 2020, lançamos a primeira calça pós consumo do Brasil, feita a partir de calças jeans que seriam descartadas e foram doadas pelos clientes nas lojas da Youcom ao longo dos três anos do Projeto Jeans For Change, plataforma que tem foco em ressignificar jeans usados e aumentar sua vida útil. Ao todo, foram 900 kg de tecidos reaproveitados, por meio da desfibragem, que se transformaram em 600 unidades da nova calça.

O processo de produção começou com uma triagem, que descartou peças fora de cor padrão e fibras, depois os produtos selecionados passaram por uma etapa de descaracterização, em que aviamentos, como botões e zíperes, foram retirados e destinados ao descarte responsável e, então, as peças passaram por desfibragem.

Com nosso investimento em pesquisa e desenvolvimento, criamos um fio composto pelas fibras do material desfibrado misturadas a algodão puro, gerando um novo tecido com a composição final de 30% do material reciclado e 70% de algodão certificado, o que permite novo reaproveitamento ao fim de sua vida útil, com potencial infinito de circularidade.

No processo, também buscamos reduzir o consumo de água, usando recursos como laser e ozônio e 75% da água consumida proveniente de reuso. Além disso, como reciclamos os jeans coletados, tivemos também a expressiva redução de impacto ambiental do Re Jeans em relação ao jeans convencional (veja no infográfico na página anterior).



As 600 calças pós-consumo produzidas geraram redução de impacto* de:

36,72% em emissões de CO₂ equivalentes a:



Condicionador de ar de 7500 btu ligado por 65.850 horas = 7 anos e meio sem parar

ou



33 árvores da Mata Atlântica absorvem de CO₂

ou



um computador ligado por 317.275 horas = 36 anos

43,75% em consumo de água, equivalentes a:



747.075 garrafas de água mineral (500ml)

ou



18.677 bombonas de água (20L)

ou



9 anos de consumo de água de uma pessoa

* Baseado na avaliação do Ciclo de Vida (ACV), realizada durante a primeira coleção Re Jeans.

AMPLIANDO A VIDA ÚTIL DAS PEÇAS

QUALIDADE

Temos um cuidado especial com a qualidade, adequando os produtos de acordo com as melhores práticas internacionais e contribuindo com um modelo mais sustentável, que amplifica o ciclo de vida dos produtos.

Realizamos inspeções de qualidade em produtos em diferentes fases, permitindo corrigir eventuais problemas e aprimorar a qualidade dos produtos vendidos:



na **pré-produção** e desenvolvimento dos produtos, por meio de testes laboratoriais

3,5 mil
em 2020



na **produção**, ainda nos fornecedores, para identificar conformidade com nossos padrões de qualidade

27 mil
em 2020



nos **Centros de Distribuição** para identificar avarias de armazenamento ou transporte

4 mil
em 2020



nas **lojas** para resolver problemas pontuais

120
auditorias
em 2020

Contamos com um laboratório onde testamos os produtos em itens como rotagem (simulação de uso do cliente), lavagem doméstica, *pilling* (formação de bolinhas), solidez à lavagem, solidez à fricção e alterações dimensional. Em 2020 foram realizados 7 mil testes.

Além dos testes, também monitoramos a qualidade dos produtos por meio de três indicadores principais: o percentual de reprovação das amostras de pedidos inspecionadas (16,9% em 2020) e o percentual de devolução de produtos das lojas por defeitos de fabricação (0,07% em 2020).

REDUÇÃO DO DESPÉRDICIO

Em nosso ciclo de transformação digital, desenvolvemos um projeto de análises preditivas e decisão de sortimento baseada em dados que nos dão maior velocidade e precisão nas projeções sobre as tendências de moda e sobre os desejos dos consumidores (saiba mais na pág. 94).

Com isso, também apoiamos a Moda Responsável: cada vez mais produzimos o que o cliente efetivamente quer, reduzindo as remarcações e as quebras de estoques que, no varejo, fazem com que as empresas tenham que produzir ainda mais para alcançar as metas de vendas, aumentando consumo de recursos naturais e descarte de sobras de produtos.

ROUPAS USADAS

Iniciamos uma parceria com o brechó Repassa, buscando estimular o consumo consciente e a ampliação da vida útil das peças.

Nossos clientes podem retirar gratuitamente em nossas lojas participantes a Sacola do Bem para separar suas roupas que não são mais usadas e destiná-las para que sejam vendidas no brechó.

O valor da venda das peças pode ser empregado como o cliente preferir: comprando no Repassa, sacando o valor ou doando para uma das ONGs apoiadas.

Somente no primeiro mês completo do programa, em dezembro, já tinha sido 1.074 sacolas identificadas pelos clientes no site como retiradas na Renner, somando aproximadamente 7 mil peças. O impacto estimado*, considerando os volumes apenas desse primeiro mês, já têm um grande potencial de impacto ambiental positivo.

68,12 milhões
Litros de água economizados



63,07 mil
Pessoas bebendo água por 1 ano

378,44 mil
toneladas de CO₂ a menos na atmosfera



17,20 mil
Árvores absorvendo CO₂ por 1 ano

1,62 milhões
Quilowatts por hora economizados



1.809,34
Famílias consumindo energia por 1 mês

*Segundo dados do Repassa.

conscientizar para transformar

GRI 103-1, 103-2, 103-3

DE DENTRO PARA FORA

A construção de um modelo de negócios de menor impacto é diária e envolve as ações e tomada de decisão diárias de colaboradores de todas as áreas do negócio. Por isso, desenvolvemos diversas iniciativas para disseminação e fortalecimento dessa cultura.

Um passo importante foi a criação do projeto piloto Guardiões da Sustentabilidade, em 2019, com o objetivo de capacitar os colaboradores de lojas sobre as iniciativas de sustentabilidade da Companhia e, assim, contribuir com um ciclo virtuoso de evolução: os guardiões multiplicam a disseminação de nosso compromisso com a sustentabilidade nas lojas alcançando milhões de clientes e também nos trazem perspectivas importantes sobre pontos de evolução no dia a dia da operação para um negócio cada vez mais sustentável.

No cenário da pandemia em 2020, a sustentabilidade ganhou ainda mais destaque na sociedade e ampliamos a capacitação de mais Guardiões, passando de 24 colaboradores em 2019 para 169 ao final do ano. Os Guardiões também se mantiveram conectados por meio de treinamentos, sensibilizações e grupos de troca.

Em 2020 demos início ao Grupo de Trabalho Moda Responsável, que reúne uma *squad* multidisciplinar para debater e definir os caminhos de evolução na gestão da sustentabilidade e disseminar as ações necessárias a alcançá-las nas diferentes áreas de negócio.

A Universidade Renner também conta com trilhas de desenvolvimento sobre sustentabilidade para todos os colaboradores, nosso programa de *trainee*, que forma as futuras lideranças do negócio, inclui uma disciplina sobre o tema, com 10 horas de treinamento, e nossos times de desenvolvimento de produtos são continuamente treinados e capacitados sobre design e materiais sustentáveis.

SENSIBILIZAÇÃO NO CONSUMO

Acreditamos que temos uma responsabilidade importante na relação com nossos clientes para criar um negócio cada vez mais sustentável, que vai além de oferecer linhas de produtos menos impactantes (saiba mais na pág. 107).

É preciso informar e conscientizar nosso público sobre o processo produtivo dessas peças e seus diferenciais, empoderando suas escolhas e estimulando hábitos de consumo e uso mais sustentáveis.

Para isso criamos em 2018 o Selo Re Moda Responsável para os produtos da Renner e, em 2020, o Selo You Change para os produtos Youcom, que simbolizam nosso jeito de pensar e praticar a sustentabilidade e identifica nossos produtos, serviços e iniciativas voltadas para o tema.



Fomos patrocinador *master* do maior encontro de moda e sustentabilidade da América Latina, a 4ª edição do Brasil Eco Fashion Week (BEFW).

Além do apoio financeiro, participamos de dois painéis de debates, onde falamos sobre o uso de matérias-primas menos impactantes em coleções RE e sobre os ODS apoiados com o programa Encadeamento Produtivo na cadeia de fornecimento.

Saiba mais no nosso blog: <https://bit.ly/3bXylw7>

COLEÇÕES E PRODUTOS ESPECIAIS

Em 2020, além dos produtos lançados ao longo do ano com o Selo Re, que já representam 56,8% do total de produtos lançados e trazem atributos de processos produtivos mais sustentáveis (saiba mais na pág. 107), tivemos coleções especiais de produtos com causa:

Todas Avançam Juntas: em março, mês internacional da mulher, a Renner lançou a camiseta Todas Avançam Juntas, feita a partir do algodão agroecológico produzido por mulheres quilombolas e indígenas de projeto apoiado pelo Instituto Lojas Renner. A venda da camiseta foi revertida ao Instituto Lojas Renner para apoiar a novos projetos de empoderamento da mulher.

A Ashua e a Youcom também lançaram camisetas especiais com tema do empoderamento de mulheres e tiveram percentual de venda revertida aos projetos do Instituto Lojas Renner.

Coleção de algodão agroecológico: peças produzidas com algodão agroecológico plantado e colhido por produtoras rurais em municípios do norte de Minas Gerais, fruto do projeto Tecendo Autonomia (saiba mais na página 80), apoiado pelo

Instituto Lojas Renner. A história da comunidade local é representada nos bordados e o tingimento das roupas envolveu processos menos impactantes, a partir da reutilização de água das chuvas e do consumo de energia solar.

Movimento eu Visto o Bem: desenvolvemos uma coleção de acessórios em parceria com o Movimento, confeccionada por mulheres encarceradas e egressas do sistema prisional e feita com tecido reciclado e lixo zero.

Tingimento natural: desenvolvemos uma coleção resgatando a técnica milenar de tingimento natural a partir de plantas como urucum, cúrcuma e alfaça, com algodão certificado.

Combate à pandemia: no início da pandemia, lançamos as Camisetas do Bem, com mensagens reconfortantes e com estampas inspirando carinho e gentileza no dia a dia, feitas dentro das premissas do Selo Re com algodão certificado, e revertemos até 30% do valor das vendas (R\$ 10 cada peça) ao Instituto Lojas Renner, para iniciativas que ajudaram a minimizar os impactos sociais provocados pela Covid-19. Também passamos a vender máscaras de proteção e a cada unidade vendida doamos R\$ 1 em máscaras de tecido para comunidades em vulnerabilidade.

“Intensificamos muito os nossos desenvolvimentos de coleções de Moda Responsável, considerando não só o pilar ambiental da sustentabilidade, mas também social e econômico. Nesse sentido, passamos a apoiar e dar visibilidade a artistas e designers de diferentes regiões do país. Desenvolvemos coleções co-criadas com esses talentos locais, com diversidade estética e dentro do estilo de cada um”.

Fernanda Feijó
Diretora de Estilo



Coleção Somos Arte feita em parceria com artistas.

Re Jeans e Jeans pós consumo: a Renner e a Youcom lançaram coleções com jeans reinseridos no ciclo produtivo, que trazem benefícios importantes ao meio ambiente. Saiba mais em detalhes sobre as coleções especiais e seus atributos e redução de impacto na página 121.

Somos Arte

Somos Arte: o projeto conecta a Renner a artistas para valorizar e democratizar diferentes manifestações de arte e cultura através de coleções especiais que valorizam a diversidade de estilos intrínseca à arte brasileira, criadas de forma colaborativa. Saiba mais em: <https://bit.ly/3bZ8TVx>

A coleção Somos Arte está alinhada ao movimento Renner Cultural, lançado em 2019 com o objetivo de contribuir para a democratização da cultura. Dentro do guarda-chuva de Renner Cultural, a empresa preparou ações para o Dia Nacional da Cultura, comemorado em 5 de novembro. O pontapé inicial foi o novo episódio do *podcast* Renner Fashion Talks, que aborda justamente a relação entre arte, cultura e moda.

Com mediação da atriz, cineasta e apresentadora Marina Person, o papo tem participação de Lilian Pacce, que é jornalista, escritora e curadora do Museu de Arte de São Paulo (MASP), e de Karen Hofstetter, que é designer, ilustradora e fotógrafa – e um dos nomes que assinam a coleção Somos Arte.



Coleção da Camicado Mestras do Barro.

Mestras do Barro: a Camicado lançou a coleção de peças de cerâmica feitas à mão pelo coletivo de artesãs das comunidades Coqueiro Campo e Campo Alegre em Turmalina (MG), vale do Jequitinhonha, valorizando a cultura tradicional e o empreendedorismo das mulheres.

Saiba mais em: <https://bit.ly/3razfKC>

COMUNICAÇÃO

Nossas campanhas de comunicação e marketing atendem às legislações específicas, como o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, além dos instrumentos normativos, leis e decretos regulamentados pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom).

Em 2020, não identificamos nenhuma não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, tanto institucionais quanto de varejo.

Também levamos os conceitos de sustentabilidade à sociedade em nossa rotina de comunicação com nossos clientes em nosso blog Estilo Renner, explicando os conceitos de sustentabilidade, mostrando sua importância e engajando a todos para um consumo mais sustentável, com conteúdo sobre comportamentos responsáveis e padrões de consumo que contribuem

para a preservação do meio ambiente e o respeito com as pessoas.

Em 2020, fizemos isso, por exemplo, com a divulgação de coleções Re e itens menos impactantes, influenciando o consumidor a saber mais sobre origem e processo de fabricação dos produtos sustentáveis. Também destacamos práticas de ecoeficiência no dia a dia das Lojas Renner, falamos do trabalho de desenvolvimento da cadeia de fornecimento, dos eventos apoiados ou patrocinados, de nossa atuação frente às mudanças climáticas, dos compromissos públicos e do consequente reconhecimento por nossos investimentos. Enfatizamos, ainda, produtos Re como alternativa de presente em datas comemorativas do calendário do varejo e aproveitamos algumas datas temáticas como oportunidade para contar histórias que ajudam na geração de valor para nossos *stakeholders*.

Conheça as histórias clicando nos posts abaixo.

DATAS COMEMORATIVAS

[Natal](#) [Dia dos Pais](#) [Primavera](#) [Semana do Meio Ambiente](#)
[Dia da Mulher \(1\)](#) [Dia da Mulher \(2\)](#) [Dia da Terra](#)

PRODUTO

[Re Jeans](#) [Loungewear](#) [Tingimento Natural](#) [Re Malha](#)
[Tags Re](#) [Primeiros Looks](#) [Tropical Rústico](#)
[Bambu](#) [Camiseta TAJ](#) [Produtos com Causa](#)

INSTITUTO

[Repassa](#) [Refugiadas](#) [Inspirações](#) [Empreendedoras](#)

INSTITUCIONAIS

[Construção Sustentável](#) [Reconhecimentos](#) [Retrospectiva](#)
[Fornecedores Responsáveis](#) [Documentário](#)
[Eventos](#) [Mudanças Climáticas](#) [Amazônia](#)



Nosso primeiro jeans adaptável, uma calça que veste cinco tamanhos diferentes.

APOIO À DIVERSIDADE E À INCLUSÃO

Temos cada vez mais trabalhado a questão da representação e diversidade em nossas campanhas, ensaios e vídeos. Em 2020, alcançamos representatividade de modelos e atores nas campanhas de nossas marcas no Brasil, Uruguai e Argentina de 64% de mulheres, 23% de pessoas negras e 11% de modelos *plus size*.

Também trabalhamos com grades estendidas de tamanhos, para atender à diversidade de corpos, e realizamos provas de modelagem em diferentes corpos, para garantir produtos de qualidade para todos os estilos. Adicionalmente, oferecemos os produtos da marca Ashua, especializada em *curve & plus size* para levar mais opções aos nossos clientes.

Em 2020, lançamos nosso primeiro jeans adaptável, uma calça que veste cinco tamanhos diferentes, com tecido elástico e modelagem criada para vestir mulheres com cintura de 70cm a 86cm e quadril de 98cm a 114cm.

No ano também desenvolvemos uma linha de lingerie com peças confortáveis e funcionais, que contam com características ergonômicas e fechamentos diferenciados para mais praticidade no dia a dia, com a proposta de oferecer mais autonomia para as mulheres com mobilidade reduzida. Essa é a primeira linha de lingerie com essa proposta e foi desenvolvida de forma colaborativa, com mulheres que apresentam mobilidade reduzida, e com campanha estrelada por nossa colaboradora Fernanda Barcellos.

Conheça o Plural nosso programa de diversidade e inclusão na pág. 86.

A woman with her hair in a bun, wearing a pink floral dress and white sneakers, is sitting on a large grey rock in a field. She is resting her chin on her hand and looking thoughtfully to the side. The background shows a grassy field with scattered yellow leaves and a few trees under a clear blue sky.

anexos

ferramentas de leitura

ÍNDICE GRI

GRI 102-55

CONTEÚDO GERAL		REFERÊNCIA (PÁGINA)/ RESPOSTA DIRETA	RELAÇÃO COM ODS
GRI 102: CONTEÚDOS GERAIS			
Perfil Organizacional			
102-1	Nome da organização	Lojas Renner S.A.	
102-2	Principais atividades, marcas, produtos e/ou serviços	Pg. 08	
102-3	Localização da sede	Pg. 08. Porto Alegre (RS), Brasil	
102-4	Número de países em que a organização opera	Pg. 08	
102-5	Tipo e natureza jurídica da propriedade	Sociedade anônima S.A. com capital aberto	
102-6	Mercados atendidos	Pg. 08	
102-7	Porte da organização	Pg. 08, 34, 40 e 51	
102-8	Perfil de empregados e outros trabalhadores	PG 51. Os dados reportados incluem todos os colaboradores, ativos e afastados, em 31/12/2020.	
102-9	Descrição da cadeia de fornecedores da Companhia	Pg. 57	8
102-10	Principais mudanças na estrutura da companhia e na cadeia de fornecedores durante o período coberto	Pg. 57 e 88	
102-11	Explicação de se e como a organização aplica o princípio de precaução	Não há adesão formal ao princípio da precaução, porém a Companhia promove uma gestão preventiva dos riscos socioambientais, conforme apresentado no capítulo Riscos socioambientais, na página 30.	
102-12	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social, que a organização subscreve ou endossa	Pg. 04, 05, 18 e 59	17
102-13	Principais participações em associações e/ou organismos nacionais /internacionais de defesa	Pg. 18 e 30	17

CONTEÚDO GERAL	REFERÊNCIA (PÁGINA)/ RESPOSTA DIRETA	RELAÇÃO COM ODS
Estratégia		
102-14 Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão sobre a relevância da sustentabilidade para a organização	Pg. 04 e 05	
102-15 Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades	Pg. 30	
Ética e Integridade		
102-16 Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética	Pg. 29	16
Governança		
102-18 Estrutura de governança	Pg. 22	
102-28 Processos de avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	Pg. 25 e 28	
Engajamento de Stakeholder		
102-40 Lista de <i>stakeholders</i> engajados pela organização	Colaboradores, Fornecedores Administrativos, Fornecedores de Revenda e seus subcontratados, Fornecedores de matéria-prima, Clientes, Parceiros do Instituto Lojas Renner, Investidores, Órgãos setoriais, Consultorias, Influenciadores.	
102-41 Percentual de empregados cobertos por negociação coletiva	100% e todos os anos são feitas novas negociações coletivas.	8
102-42 Base usada para identificação e seleção de <i>stakeholders</i> para engajamento	Em 2019, realizamos um mapeamento da cadeia de valor e análise de priorização de <i>stakeholders</i> , com base na teoria de <i>stakeholders</i> de Edward Freeman e na metodologia poder x interesse de Ann Qualman. Os <i>stakeholders</i> prioritários foram envolvidos na pesquisa de materialidade presencial e online e serão continuamente engajados no programa de comunicação e engajamento para a sustentabilidade. A lista de <i>stakeholders</i> prioritários está apresentada no indicador 102-40.	
102-43 Abordagem adotada pela Companhia para engajar <i>stakeholders</i> e frequência do engajamento	Em 2019, realizamos novo processo de materialidade, vislumbrando horizonte de cinco anos, que envolveu uma pesquisa online e um workshop presencial com os <i>stakeholders</i> prioritários para definição dos principais impactos e externalidades da Companhia, os públicos envolvidos e as prioridades de gestão para os próximos anos.	

CONTEÚDO GERAL	REFERÊNCIA (PÁGINA)/ RESPOSTA DIRETA	RELAÇÃO COM ODS
102-44 Principais tópicos levantados durante o engajamento de <i>stakeholders</i> e medidas adotadas pela Companhia para abordá-los	1. Fornecedores responsáveis: Cadeia de fornecedores responsável - Pg. 59 2. Engajar clientes, colaboradores e comunidades: Cuidado e desenvolvimento - Pg. 43 - apoio ao desenvolvimento Diversidade e igualdade - Pg. 49 Privacidade e segurança - Pg. 96 Fomento ao progresso - Pg. 74 Engajamento de colaboradores - Pg. 48 Transformação digital - Pg. 87 Encantamento - Pg. 84 3. Gestão ecoeficiente e produtos e serviços sustentáveis Ecoeficiência - Pg. 107 Estímulo à pesquisa e inovação - Pg. 68 e 117 Engajamento de clientes (Selo Re) - Pg. 120	
Práticas de Reporte		
102-45 Lista de entidades incluídas nas demonstrações financeiras	Nota explicativa 3.7, na pág. 40 das Demonstrações Financeiras, disponíveis em https://bit.ly/3brmh4F .	
102-46 Processo para definição do conteúdo e limite do relatório	O conteúdo do relatório se baseia nesses temas estratégicos para o desenvolvimento sustentável do negócio e, ainda, na apresentação do perfil, estratégia e governança da Companhia, em linha com a metodologia do Relato Integrado.	
102-47 Lista de aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo	Os aspectos materiais são apresentados no indicador 102-44.	
102-48 Explicação das conseqüências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	Não houve	
102-49 Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere a escopo, limite dos aspectos abordados	Não houve	
102-50 Período coberto pelo relatório	2020	
102-51 Data do relatório anterior mais recente	2019	
102-52 Ciclo de emissão dos relatórios	Anual	
102-53 Dados para contato sobre dúvidas em relação ao relatório	Pg. 137	
102-54 Premissas de relato de acordo com os Standards GRI	Este Relatório foi preparado de acordo com o GRI <i>Standards</i> : opção Essencial.	
102-55 Sumário de Conteúdo GRI	Pg. 126	
102-56 Verificação externa	Pg. 137	

CONTEÚDO GERAL		REFERÊNCIA (PÁGINA)/ RESPOSTA DIRETA	RELAÇÃO COM ODS
GRI 103: ABORDAGEM DE GESTÃO			
103-1	Explicação dos temas materiais e seus limites	<p>1. Fornecedores responsáveis: relevante por considerar a grande extensão da cadeia de fornecedores da Companhia, como grande varejista. O impacto se dá dentro da Companhia e fora, nos fornecedores e sociedade, e o papel da Companhia é mitigar riscos e proporcionar desenvolvimento na cadeia, especialmente de revenda.</p> <p>2. Engajar clientes, colaboradores e comunidades: relevante por ter ligação direta com a Visão da Companhia, de encantar a todos, e é fundamental para construção de uma moda mais responsável com o envolvimento de todos. O impacto se dá na Companhia, na sociedade, nos clientes e nas comunidades e minorias apoiadas pelos projetos do Instituto Lojas Renner.</p> <p>3. Ecoeficiência e Produtos e serviços sustentáveis: relevante por considerar a grande extensão do volume de produtos vendidos pela Companhia e os impactos socioambientais existentes na cadeia de valor do setor. O impacto se dá dentro da Companhia e fora, nos fornecedores, clientes e sociedade, e o papel da Companhia é mitigar riscos e proporcionar desenvolvimento na cadeia de revenda.</p>	
103-2	Gestão sobre o tema material	Pgs. 57, 99, 107 e 120	
103-3	Evolução da gestão	Pgs. 57, 99, 107 e 120	
GRI 201: PERFORMANCE ECONÔMICA			
201-1	Valor econômico gerado e distribuído	Pg. 13	2
GRI 202: PRÁTICAS DE COMPRAS			
202-1	Proporção do salário mais baixo, discriminado por gênero, comparado ao salário mínimo local	O salário mais baixo para todos os gêneros equivale ao salário mínimo local nos países em que atuamos.	10 e 12
GRI 204: PRÁTICAS DE COMPRAS			
204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes	Pg. 70. Consideramos locais os fornecedores brasileiros.	12
GRI 205: ANTI-CORRUPÇÃO			
205-2	Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Pg. 29	16
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Pg. 29	16
GRI 302: ENERGIA			
302-1	Consumo de energia dentro da organização	Pg. 102	7,8, 12 e 13
302-3	Intensidade energética	Pg. 102	7,8, 12 e 13

CONTEÚDO GERAL		REFERÊNCIA (PÁGINA)/ RESPOSTA DIRETA	RELAÇÃO COM ODS
302-4	Redução do consumo de energia	Pg. 102	7,8, 12 e 13
302-5	Reduções nos requisitos de energia relacionados a produtos e serviços	Pg. 102 e 110	7,8, 12 e 13
GRI 305: EMISSÕES			
305-1	Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 1)	Pg. 105	3, 12 e 13
305-2	Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia (Escopo 2)	Pg. 105	3, 12 e 13
305-3	Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 3)	Pg. 99 and 105	3, 12 e 13
305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Pg. 105	13
305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Pg. 105	13
GRI 306: RESÍDUOS			
306-2	Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição	Pg. 106 e 116	3 e 12
GRI 308: AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES			
308-1	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Pg. 59 e 72	12
308-2	Impactos ambientais negativos significativos reais e potenciais na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito	Pg. 30, 59 e 72	12
GRI 401: EMPREGO			
401-3	Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença maternidade/paternidade, discriminadas por gênero	Pg. 50	5
GRI 404: TREINAMENTO E EDUCAÇÃO			
404-1	Média de horas de treinamento por ano, por empregado, discriminado por gênero e categoria funcional	Pg. 55	4
404-3	Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira, discriminado por gênero e categoria funcional	Pg. 47	4, 5 e 8
GRI 405: DIVERSIDADE E IGUALDADE			
405-1	Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade	Pg. 52	5
405-2	Razão matemática do salário e remuneração entre mulheres e homens, discriminada por categoria funcional e unidades operacionais relevantes	Pg. 50	5

CONTEÚDO GERAL		REFERÊNCIA (PÁGINA)/ RESPOSTA DIRETA	RELAÇÃO COM ODS
GRI 406: NÃO DISCRIMINAÇÃO			
406-1	Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas	Até outubro de 2020, nosso canal de denúncias não apurava de maneira segmentada os casos de discriminação. Com o lançamento do novo sistema (pg. 85) em 2021 teremos o indicador monitorado.	8
GRI 407: LIBERDADE DE ASSOCIAÇÃO E NEGOCIAÇÃO COLETIVA			
407-1	Operações identificadas em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva pode estar correndo risco significativo e as medidas tomadas para apoiar esse direito	Não há risco nas operações próprias. Saiba mais sobre a gestão na cadeia para garantir esse direitos na pg. 62.	8 e 16
GRI 408: TRABALHO INFANTIL			
408-1	Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil	Não há risco nas operações próprias. Saiba mais sobre a gestão na cadeia para garantir esse direitos nas pgs. 30 e 62.	8 e 16
GRI 409: TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO			
409-1	Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo	Não há risco nas operações próprias. Saiba mais sobre a gestão na cadeia para garantir esse direitos nas pgs. 30 and 62.	5, 8 e 16
GRI 412: AVALIAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS			
412-2	Total de horas de treinamento para empregados em políticas e procedimentos relativos a aspectos de direitos humanos relevantes para as operações, incluindo o percentual de empregados que recebeu treinamento	Pg. 29. 100% de colaboradores treinados sobre nosso Código de Conduta.	5 e 16
GRI 414: AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES			
414-1	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a direitos humanos	Pgs. 30, 59 e 72	5 e 16
414-2	Impactos negativos significativos reais e potenciais em direitos humanos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito	Fornecedores de Revenda, que representam 72,7% dos gastos no ano. Saiba mais sobre a gestão na pg. 30, 33, 59 e 72.	8, 12 e 16
GRI 414: POLÍTICAS PÚBLICAS			
415-1	Valor total de contribuições financeiras para partidos políticos e políticos discriminadas por país e destinatário/beneficiário	A Companhia não fez contribuições, direta ou indiretamente, a partidos políticos, campanhas políticas ou associações de lobby.	16
SUPLEMENTO SETORIAL			
Código de Conduta			
AF1	Conteúdo e cobertura do Código de Conduta	Pg. 59	16
Processo de Auditoria			
AF2	Partes e pessoal envolvido no código de conduzir função de <i>compliance</i>	Pg. 65	12 e 16
AF3	Processo de auditoria de conformidade.	Pg. 62	12 e 16

CONTEÚDO GERAL		REFERÊNCIA (PÁGINA)/ RESPOSTA DIRETA	RELAÇÃO COM ODS
Procedimentos de Reclamação			
AF4	Política e procedimentos para receber, investigar e responder às queixas e reclamações	Pg. 62	12 e 16
Capacitação			
AF5	Estratégia e âmbito de esforços para fortalecer a capacidade de gestão, de trabalhadores e outras partes na melhoria do desempenho nas questões sociais e ambientais	Pg. 67	8, 12 e 16
Integração do Negócio			
AF6	Políticas para seleção de fornecedores, gestão e rescisão	Pg. 59	8, 12 e 16
Código de Conduta			
AF7	Quantidade e local dos postos de trabalho cobertos pelo Código de Conduta	100% dos postos de trabalho próprios e de nossos fornecedores diretos são cobertos pelos Códigos de Conduta para Fornecedores e pelo Código de Conduta para Colaboradores.	8, 12 e 16
Processo de Auditoria			
AF8	Número de auditorias realizadas e porcentagem dos locais de trabalho auditados	Pg. 62	12
Constatações de Não Conformidade			
AF9	Casos de não cumprimento dos requisitos legais ou acordos coletivos de trabalho sobre salários	4 fornecedores e 29 subcontratados	10 e 12
AF10	Casos de não cumprimento com as normas relacionadas a horas-extras	22 fornecedores e 48 subcontratados	12
AF12	Incidentes do uso de trabalho infantil	Não houve	12
AF13	Casos de não conformidade com as normas em matéria de discriminação de gênero	Não houve	12
AF14	Casos de não conformidade com o Código de Conduta	Pg. 64	12
Integração do Negócio			
AF15	Análise de dados de auditorias de conformidade de Código	Pg. 64	12
AF16	Práticas de remediação em resposta às constatações de não conformidade	Pg. 64	12
AF17	As ações para identificar e mitigar negócios práticas que afetam o cumprimento do código	Pg. 64	12

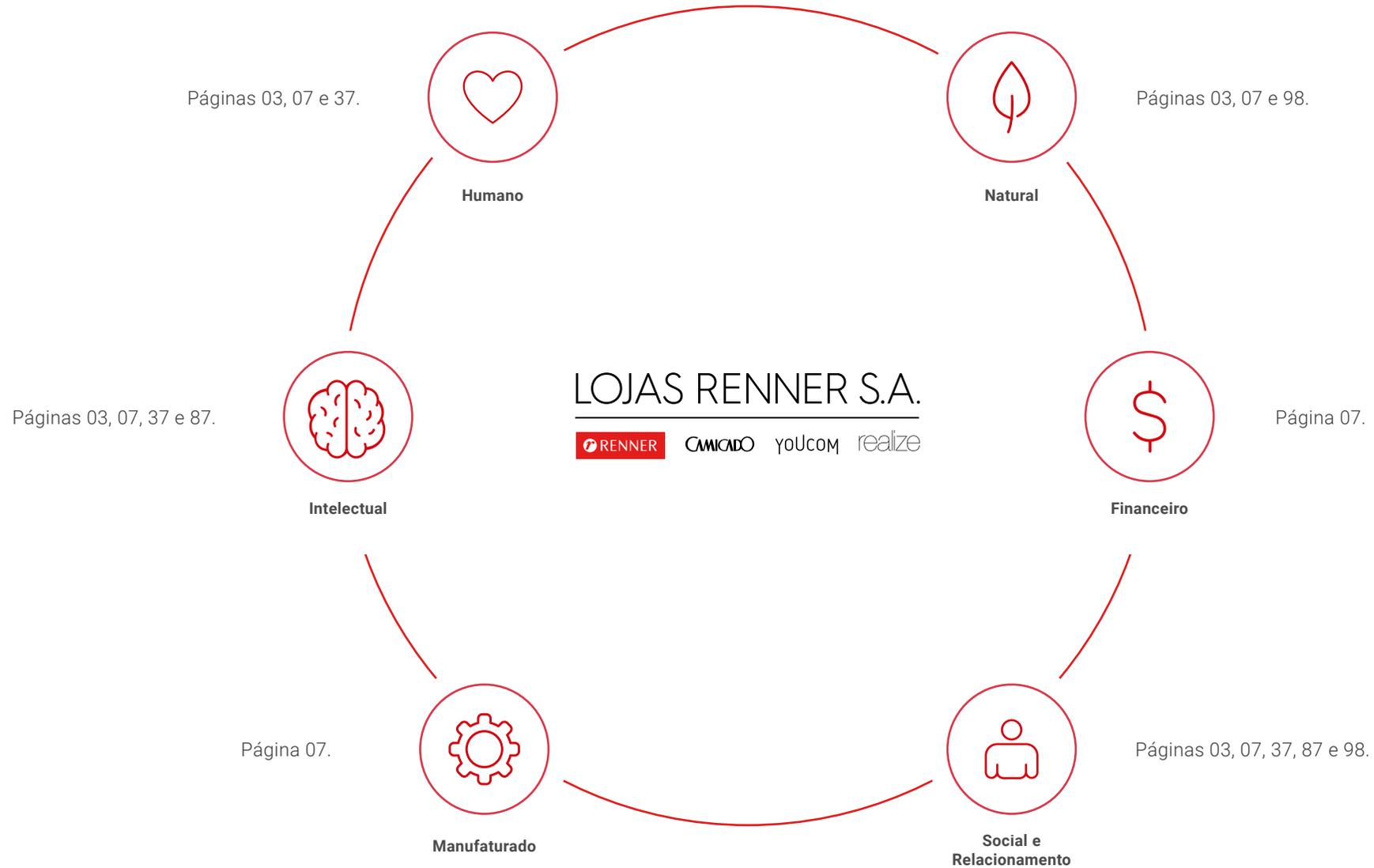
ÍNDICE SASB

CÓDIGO	MÉTRICA	REFERÊNCIA (PÁGINA)/ RESPOSTA DIRETA	RELAÇÃO COM ODS
GERENCIAMENTO DE PRODUTOS QUÍMICOS EM PRODUTOS			
CG-AA-250a.1	Discussão dos processos para manter a conformidade com os regulamentos relativos a substâncias restritas.	Pg. 113	6 e 12
CG-AA-250a.2	Discussão de processos para avaliar e gerenciar riscos e/ou perigos associados a produtos químicos em produtos.	Pg. 113	6 e 12
IMPACTOS AMBIENTAIS NA CADEIA DE SUPRIMENTOS			
CG-AA-430a.1	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores <i>tier</i> 1 e (2) instalações de fornecedores além do <i>tier</i> 1 em conformidade com as licenças de descarte de águas residuais e/ou acordo contratual.	Pg. 113	6 e 12
CG-AA-430a.2	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores <i>tier</i> 1 e (2) instalações de fornecedores além do <i>tier</i> 1 que completaram a avaliação do Módulo Ambiental de Instalações Higg Facility (Higg FEM) da Sustainable Apparel Coalition ou uma avaliação de dados ambientais equivalente.	85,8% dos fornecedores <i>tier</i> 1.	12
CONDIÇÕES DE TRABALHO NA CADEIA DE FORNECIMENTO			
CG-AA-430b.1	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores <i>tier</i> 1 e (2) instalações de fornecedores além do <i>tier</i> 1 que foram auditadas por um código de conduta trabalhista, (3) porcentagem do total de auditorias realizadas por um auditor externo.	100% de fornecedores <i>tier</i> 1 e 2 com auditoria interna e externa.	8 e 12
CG-AA-430b.2	Taxa de não conformidade prioritária e taxa de ação corretiva associada para auditorias do código de conduta do trabalho dos fornecedores.	A principal não conformidade foi acesso negado aos auditores em fornecedores <i>tier</i> 2. Como medida corretiva, treinamentos online ao longo do ano reforçando a tabela de penalidades, reforçando as consequências de acesso negado nas empresas, e estimulamos nossos fornecedores <i>tier</i> 1 a visitarem seus subcontratados e repassarem o checklist e processo de auditoria da Renner com eles, evitando futuros acessos negados.	8 e 12
CG-AA-430b.3	Descrição dos maiores (1) riscos trabalhistas e (2) riscos ambientais, de saúde e de segurança na cadeia de fornecimento.	Pg. 33	8 e 12
FORNECIMENTO DE MATÉRIA-PRIMA			
CG-AA-440a.1	Descrição dos riscos ambientais e sociais associados à obtenção de matérias-primas prioritárias.	Pg. 33	8 e 12
CG-AA-440a.2	Porcentagem de matérias-primas certificadas por terceiros com uma norma de sustentabilidade ambiental e/ou social, por norma.	Pg. 108	12
MÉTRICAS DE ATIVIDADE			
CG-AA-000.A	Número de (1) fornecedores <i>tier</i> 1 e (2) fornecedores além do <i>tier</i> 1.	Pg. 73	

ÍNDICE TCFD

TEMAS	RECOMENDAÇÕES TCFD	REFERÊNCIA (PÁGINA) / RESPOSTA DIRETA
Governança 1	1. Descreva como o Conselho supervisiona os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas.	Nossa estratégia de Moda Responsável conta com um pilar robusto de trabalho em mitigação e adaptação às mudanças climáticas. O Comitê de Sustentabilidade, que assessora o Conselho, apresenta trimestralmente a evolução das nossas ações e desempenho frente a estratégia de Moda Responsável, inclusive sobre nossa estratégia de adaptação, que está sendo construída a partir de uma análise de vulnerabilidade que identificou os principais riscos e oportunidades (saiba mais na pág. 100).
Governança 2	2. Descreva o papel do Conselho na avaliação e gestão de riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas.	O Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos, que assessora o Conselho, identifica, avalia e mensura os riscos com as áreas de negócio, define os processos de controle para reduzi-los e faz o acompanhamento com as áreas envolvidas, comunicando ao Conselho de Administração a eficácia do gerenciamento do risco. Saiba mais sobre a estrutura de gestão de riscos nas pgs. 30 e 31.
Estratégia 1	3. Riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas que a organização identificou no curto, médio e longo prazos.	Na página 100 apresentamos os riscos e oportunidades identificados no processo de análise de riscos e impactos, baseada na metodologia do IPCC e construída por consultoria externa especializada. A análise teve foco nos riscos físicos e de transição e abrangeu todas as lojas da Companhia e seus Centros de Distribuição ao final de 2019.
Estratégia 2	4. Impactos dos riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização	Nosso estudo de precificação de carbono identificou potencial de impacto das emissões em 1,97% no lucro em longo prazo.
Estratégia 3	5. Resiliência da estratégia da organização, considerando diferentes cenários de mudanças climáticas, incluindo um cenário de 2°C ou menos.	Temos desenvolvido uma estratégia consistente de Moda Responsável que traz resiliência ao negócio frente às mudanças climáticas: somos um negócio carbono neutro (pg. 99), desenvolvemos produtos com menor impacto ambiental e social em todo o ciclo de vida (pg. 33), temos alto percentual de energias renováveis em nossa matriz de consumo (pg. 103), programa de eficiência energética com redução contínua da intensidade (pg. 102) e metas formais de redução das emissões (pg. 99), inclusive fazendo parte da remuneração variável das lideranças (pgs. 28 e 99).
Gestão de riscos 1	6. Processos utilizados pela organização para identificar e avaliar os riscos relacionados às mudanças climáticas.	Pg. 135
Gestão de riscos 2	7. Processos utilizados pela organização para gerenciar os riscos relacionados às mudanças climáticas.	Pg. 100
Gestão de riscos 3	8. Como os processos utilizados pela organização para identificar, avaliar e gerenciar os riscos relacionados às mudanças climáticas são integrados à gestão geral de riscos da organização.	A gestão geral de riscos promove alinhamento contínuo com as áreas de negócio para identificação, tratamento e monitoramento dos riscos (saiba mais na pág. 100). Os riscos relacionados às mudanças climáticas são, portanto, tratados e acompanhados conjuntamente entre o time de sustentabilidade e a estrutura corporativa de gestão de riscos.
Métricas e metas 1	9. Métricas utilizadas pela organização para avaliar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas de acordo com sua estratégia e seu processo de gestão de riscos.	Pg. 100
Métricas e metas 2	10. Emissões de gases de efeito estufa de Escopo 1, Escopo 2 e, se for o caso, Escopo 3, e os riscos relacionados a elas.	Pg. 105
Métricas e metas 3	11. Metas utilizadas para gerenciar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas, e o desempenho com relação às metas.	Pg. 99

MAPA DE CAPITAIS



MAPA DE ODS PRIORITÁRIOS

Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas



- Garantir a equidade nas condições de emprego, capacitação e benefícios para mulheres. Página 49
- Empoderamento da mulher na cadeia têxtil. Página 79

Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos



- Criar oportunidade de trabalho dentro da nossa operação e, indiretamente, em nossos fornecedores. Página 37
- Fomentar a defesa aos direitos humanos em nossas operações e cadeia de suprimentos. Página 57
- Monitorar a conformidade e boas práticas trabalhistas na cadeia de fornecedores. Página 61
- Apoiar o desenvolvimento de nossos fornecedores. Página 59
- Adotar práticas de compras justas. Página 71

Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles



- Criar oportunidade de trabalho dentro da nossa operação e, indiretamente, em nossos fornecedores. Página 37
- Monitorar o pagamento de salários justos na operação e cadeia. Página 71
- Promover o desenvolvimento e crescimento econômico através do apoio social. Página 74

Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis



- Gerir os impactos socioambientais envolvidos no ciclo de vida de nossos produtos. Página 14
- Promover junto aos fornecedores processos produtivos mais sustentáveis. Página 57
- Ampliar uso de matérias-primas menos impactantes. Página 108
- Promover a sensibilização de nossos clientes para um consumo consciente. Página 107

Tomar medidas urgentes para combater as mudanças climáticas e seus impactos



- Assegurar estratégia de redução de emissões e mitigação das mudanças climáticas com metas claras e desenvolvimento contínuo de iniciativas. Página 99
- Manter nosso negócio, pelo 5º ano consecutivo, carbono neutro. Página 99
- Ampliar continuamente o já alto patamar de uso de energias renováveis de baixo impacto. Página 103
- Reduzir intensidade do consumo de energia. Página 104
- Gerir os impactos socioambientais envolvidos no ciclo de vida de nossos produtos. Página 33

Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável



- Participação ativa em organizações para o desenvolvimento do setor e para a promoção da sustentabilidade. Página 101

Parecer da Auditoria

RELATÓRIO DE ASSEGURAÇÃO LIMITADA DOS AUDITORES INDEPENDENTES DO RELATÓRIO ANUAL DE SUSTENTABILIDADE DA LOJAS RENNER S.A., COM BASE NOS GRI STANDARDS – OPÇÃO DE ACORDO “ESSENCIAL”.

Aos Acionistas, Conselheiros e Administradores da

Lojas Renner S.A.
Porto Alegre – RS

INTRODUÇÃO

Fomos contratados pela Lojas Renner S.A. (“Companhia” ou “Renner”) para apresentar nosso relatório de asseguarção limitada sobre os indicadores contidos no Relatório Anual de Sustentabilidade (“Relatório”), com base nos GRI Standards, relativo ao período de 01 de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2020.

RESPONSABILIDADES DA ADMINISTRAÇÃO E DA GOVERNANÇA PELO RELATÓRIO

A administração da Renner é responsável pela elaboração e apresentação de forma adequada das informações constantes no Relatório relativo ao

período de 01 de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2020, de acordo com critérios, premissas e metodologias do Global Reporting Initiative - GRI Standards (opção de acordo “Essencial”) e pelos controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração dessas informações livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

RESPONSABILIDADE DOS AUDITORES INDEPENDENTES

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre os indicadores constantes no Relatório da Renner, relativo ao período de 01 de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2020, com base no trabalho de asseguarção limitada conduzido de acordo com o Comunicado Técnico do Ibracon (CT) Nº 07/2012, aprovado pelo Conselho Federal de Contabilidade e elaborado tomando por base a NBC TO 3000 (Trabalhos de Asseguarção Diferente de Auditoria e Revisão), emitida pelo Conselho Federal de Contabilidade – CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000, emitida pela Federação Internacional de Contadores, e trata dos trabalhos de asseguarção diferentes de auditorias e revisões de informações financeiras históricas. Essas normas requerem o cumprimento de exigências éticas, incluindo requisitos de independência e que o trabalho seja executado com o objetivo de obter

segurança limitada de que os indicadores constantes no Relatório da Renner, para o período de 01 de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2020, estejam livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguarção limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração e outros profissionais da Renner que foram envolvidos na elaboração do Relatório, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilite concluir na forma de asseguarção limitada sobre o Relatório. Um trabalho de asseguarção limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o leve a acreditar que as informações constantes do Relatório podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação e apresentação das informações constantes no Relatório de acordo com critérios, premissas e metodologias próprias da Renner. Os procedimentos compreenderam:

- (a) o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes do Relatório para o período de 01 de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2020;

b) o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a preparação e compilação do Relatório, através de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;

c) aplicação de procedimentos analíticos e verificação amostral de determinadas evidências que suportam os dados utilizados para a elaboração do Relatório;

d) confronto dos dados de natureza financeira com as demonstrações financeiras e/ou registros contábeis.

Os trabalhos de asseguarção limitada compreenderam, também, a aderência da estrutura de elaboração dos conteúdos da Global Reporting Initiative – GRI Standards, aplicável na elaboração das informações constantes no Relatório da Renner, relativo ao período de 01 de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2020. Entendemos que as evidências obtidas em nosso trabalho foram suficientes e apropriadas para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

ALCANCE E LIMITAÇÕES

Os procedimentos aplicados em um trabalho de asseguarção limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguarção razoável, conseqüentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho deste

tipo. Adicionalmente, os controles internos da Renner não fizeram parte de nosso escopo de asseguarção limitada. Dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações do que dados financeiros, dada a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão de dados não financeiros estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho sobre dados informados para os períodos anteriores, tampouco em relação a projeções futuras e metas.

CONCLUSÃO

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações constantes no Relatório da Renner, relativo ao período de 01 de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2020, não tenham sido elaboradas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com critérios, premissas e metodologias para elaboração dos conteúdos da Global Reporting Initiative – GRI Standards (opção de acordo “Essencial”).

São Paulo (SP), 30 de março de 2021.

Ernst & Young

Auditores Independentes S.S

CRC-2SP015199/O-6

Leonardo Masseli Dutra

Núcleo de especialistas: Revisor Técnico

Flavio A. Machado

Sócio Revisor de Qualidade – CRC-1MG 065.899/O-2

créditos

GRI 102-53

Coordenação

Diretoria de Recursos Humanos – Gerência de Sustentabilidade e Comunicação Interna
Diretoria de Relações com Investidores
Diretoria de Controladoria
Diretoria de Marketing

Projeto editorial: redação, consultoria GRI e Relato Integrado e tradução

RICCA Sustentabilidade
<https://riccari.wixsite.com/sustentabilidade>

Projeto gráfico

Paim
<https://sunopaim.com/>

Layout, diagramação e ilustrações

RICCA Sustentabilidade
<https://riccari.wixsite.com/sustentabilidade>

Produção fotográfica

Capa: Gleeson Paulino.

Internas: Julio Bittencourt (pg. 6), Pedro Braga (pg. 7), Marcelo Donadussi (pg. 9 e 10), Fabiano Panizzi (pg. 10), Emmanuel Denauí (pg. 12), Gleeson Paulino (pgs. 3,15, 37, 80, 87 e 125), Clarissa Londero (pgs. 38, 42, 43, 56, 91, 92, 94, 102 e 116), Bruna Castanheira (pgs. 43, 81, 98 e 117), Pedro Milanez (pg. 118), Sherolin Santos (pg. 122), Wagner Romano (pg. 122), Helm Silva

(pg. 124), Mateus Bruxel (pg. 77), João Araes (pg. 83), Wallace Domingues Ribeiro (pg. 109), Marcos Gouvea (pg.115).

Colaboração

Este relatório foi produzido graças à contribuição de um time de trabalho multidisciplinar comprometido com a Moda Responsável, a quem queremos agradecer e dedicar esta publicação:

Adriano Galvão, Alessandro Pomar, Alexandre Aires, Alessandro Tavares, Aline Almeida, Álvaro Azevedo, Amanda Freitas, Ana Finkler, Ana Paula Menezes, Andréa Okada, Aneliz Silva, Arno Duarte, Avani Viana, Bárbara Barreira, Bruna Todeschini, Bruno Hirschmann, Bruno Luz, Carlos Jaime, Carlos Medina, Clarice Costa, Cláudio Barone, Daniela Bonesi, Daniela Costales, David Pellejero, Dieli Reghelin, Diva Freire, Eduardo Ferlauto, Eduardo Lauer, Elisa Córdova, Fabiana Cordeiro, Fabiana Farias, Fabio Faccio, Fabiola Silvério, Fabiana Taccola, Fernanda Bock, Fernanda Castro, Fernanda Feijó, Fernando Gutheil, Filemon Posse, Florinda Sousa, Gabriela Lara, Giovanna Gimenez, Guilherme Reichmann, Henry Costa, Jaciara Costa, Jessica Lunardelli, João Fischer, Joaquim Rizzi, Juan Arechavaleta, Juliana Reis, Juliani Lima, Juliano Santos, Kamila Garantizado, Lara Ely, Leonardo Vieira, Lisiane Silveira, Lúcio Ludwig, Luis Alexandre Ribeiro, Luisa Faria, Luiza Xavier, Magda Borges, Márcia Pacheco, Maria Claudia Sanchotene, Maria Cristina Merçon, Mônica Oliveira, Nicolas Castiglia, Osmar Boracina, Pablo Falcão, Paula Picinini, Pedro Pereira, Pedro Valle, Rebeca Parodi, Ronaldo Magalhães, Suelen Joner, Vinicius Duzac.

PARA SABER MAIS

Políticas que reafirmam nosso compromisso com a geração de valor para a sociedade:

[Política de Sustentabilidade](#)

[Política de Direitos Humanos](#)

[Código de Conduta para Fornecedores](#)

[Código de Conduta Para Colaboradores](#)

Resultados detalhados, comentados pela Administração:

[Demonstrações Financeiras](#)

Panorama geral sobre aspectos relevantes do negócio como Governança Corporativa e Gestão de Riscos:

[Formulário de Referência](#)

Caso busque informações adicionais sobre nosso compromisso com a Moda Responsável, escreva para nossa gerência de sustentabilidade. O time ficará feliz em atendê-lo: relatorio@lojasrenner.com.br